

LA CULTURA POLÍTICA DE LOS JÓVENES

Silvia Gómez Tagle
Coordinadora

EL COLEGIO DE MÉXICO

LA CULTURA POLÍTICA DE LOS JÓVENES

CENTRO DE ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS

LA CULTURA
POLÍTICA DE LOS JÓVENES

Silvia Gómez Tagle
(coordinadora)



EL COLEGIO DE MÉXICO

306.20972
C9683

La cultura política de los jóvenes / Silvia Gómez Tagle, coordinadora. - - 1a. ed. - - Ciudad de México : El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos, 2017. (Primera reimpresión, 2018).

551 p. : il., mapas, gráfs. ; 21 cm.

ISBN: 978-607-628-106-2
Incluye referencias bibliográficas

1. Jóvenes - - Actividad política - - México. 2. Cultura política - - México. 3. Socialización política - - México. 4. Jóvenes - - Actitudes - - México. I. Gómez Tagle, Silvia, coord.

Primera reimpresión, 2018
Primera edición, 2017

D.R. © El Colegio de México, A. C.
Carretera Picacho Ajusco 20
Ampliación Fuentes del Pedregal
14110 Ciudad de México, México
www.colmex.mx

ISBN 978-607-628-106-2

Impreso en México

ÍNDICE

Introducción <i>Héctor Tejera Gaona y Silvia Gómez Tagle</i>	9
Participación y cultura: la comparación entre jóvenes y adultos <i>Héctor Tejera Gaona</i>	25
La empatía de los jóvenes en las elecciones de 2012: un acercamiento a la geografía de la cultura política <i>Silvia Gómez Tagle</i>	95
Construcción de la identificación partidaria de la juventud en México <i>Jesús Aguilar López</i>	157
¿Comunicando desafección? El impacto de los medios de comunicación y las campañas en el compromiso cívico de la juventud en 2012 <i>Oniel Francisco Díaz Jiménez y Carlos Muñiz</i>	221
Configuración ciudadana e imaginarios participativos en los jóvenes mexicanos <i>Emanuel Rodríguez Domínguez</i>	287

Género y autorrepresentación en la construcción de la cultura política de jóvenes ciudadanos en México <i>Laura Valladares de la Cruz</i> <i>y Ana Teresa Peña Hernández</i>	327
Algunas actitudes de los jóvenes hacia la política: ¿compromiso cívico o desafección política? <i>Igor Vivero Ávila y Oniel Francisco Díaz Jiménez</i>	409
La cultura de los jóvenes y la cultura de la legalidad <i>Arturo Alvarado M.</i>	445
Reflexiones en torno al método: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 <i>Jaime Ramírez y Silvia Gómez Tagle</i>	495

INTRODUCCIÓN

HÉCTOR TEJERA GAONA
SILVIA GÓMEZ TAGLE

El libro que el lector tiene en sus manos es resultado de un proyecto colectivo cuyo centro fue la realización de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) dirigido a explicar las dinámicas de la participación electoral, el abstencionismo en los jóvenes mexicanos, así como el proceso de configuración de identidades partidarias o preferencias electorales, desde la perspectiva de la cultura y la política en el contexto de la elección presidencial de 2012. A través de sus capítulos se despliega un panorama sobre la percepción política de los jóvenes, y la manera en que se insertan en las oportunidades y espacios que ofrece la democracia para participar, o las estrategias que emplean para incidir en el espacio público.

La encuesta que sustenta los capítulos que integran este libro se basa en el análisis del comportamiento geográfico electoral, el cual permite diagnosticar los escenarios que caracterizan a diferentes regiones del país, con base en un desempeño electoral de varias elecciones anteriores. Desde esta perspectiva la elección (donde todos los ciudadanos tienen la oportunidad de votar) es la consulta más amplia y más controlada que se puede realizar, pero la información que puede generar desde el punto de vista de los significados de la política y de las identidades de los ciudadanos es limitada. Por esta razón, la encuesta se diseñó con

base en un trabajo etnográfico previo sobre los significados de la política como una experiencia real de los ciudadanos. En lugar de, por ejemplo, preguntar sobre “el significado de la democracia”, que es un concepto difícil de definir aun para los especialistas, se ha intentado encontrar los elementos mediante los cuales los ciudadanos construyen su discurso político basados en sus propias experiencias.

Con lo anterior se busca contribuir a la descripción e interpretación de las formas en que los jóvenes se relacionan con el poder en la cotidianidad y durante los periodos electorales (en los cuales tienen la capacidad de manifestar sus preferencias), buscando identificar los elementos de la práctica política y del imaginario colectivo e individual que concurren en su participación política en general y en el ámbito electoral, así como la valoración que ellos hacen de su contexto sociocultural y político, de los partidos, los candidatos y las instituciones electorales.

Las perspectivas de la democracia en México, como en otros países, descansan en la participación de los ciudadanos tanto en las instituciones como en los espacios informales donde se dirimen las relaciones de poder. Además, en la dimensión electoral, se condensan las promesas de un régimen político que mediante las elecciones brinda un mecanismo para someter la legitimidad de los gobernantes a la más amplia consulta ciudadana: el de una elección con sufragio universal, el cual es un mecanismo de decisión, quizás el único, al alcance de la mayor parte de los ciudadanos, que nivela sus diferencias en los demás órdenes: sociales, religiosos, económicos, étnicos y de género, entre otros. Por ello, la participación electoral de los jóvenes es muy sugerente como experiencia en la que se relacionan con el poder, la cual comparten prácticamente con todos los mexicanos. Por otro lado, la relación con el poder (con su ingrediente de valores, imaginarios y prácticas políticas) es central para explicar el devenir de la democracia en México, sobre todo

si, como se hace en este libro, se aportan elementos para explicar cuál es la posición de los jóvenes, los cuales serán la fuerza electoral de más importancia en el futuro próximo.

La influencia electoral de los jóvenes se evidencia en el hecho de que constituyen la base demográfica sobre la que se habrá de sustentar nuestra democracia, pues México es un país de jóvenes. De los 109 millones de habitantes, más de la mitad se ubican por debajo de los 29 años de edad. Cada año se incorporan como votantes potenciales aproximadamente un millón de jóvenes electores y, en la actualidad, representan alrededor del 30% de los ciudadanos con credencial para votar, y seguirán siendo electores probablemente en los próximos cuarenta o cincuenta años. Además del interés en este segmento de la población por su peso demográfico, su participación política es polémica en muchos países, por lo que nos resulta intelectualmente atractivo participar en ese debate y contrastar los resultados de la investigación que hemos impulsado, con los datos de otros países y los enfoques de diversos autores.

Los jóvenes (así como los ciudadanos en general) toman en cuenta en su decisión sobre cómo participar políticamente, el desempeño de los partidos, sus ofertas, la selección de sus candidatos y las alianzas que realizan, aun cuando probablemente lo más importante en la configuración de dicha estrategia sea su relación cotidiana con la política, con el gobierno local y su partido. Al respecto hemos propuesto que:

La generación de una ciudadanía democrática no es un proceso autónomo o que pueda alcanzarse mediante cursos de educación cívica, requiere modificar el carácter de los vínculos establecidos entre ciudadanía, partidos y gobierno local, porque las prácticas políticas entre ellos establecen posibilidades y limitaciones de una ciudadanía democrática y democratizadora (Tejera, 2007: 18).

Para conocer mejor las motivaciones y el significado que otorgan al ejercicio del sufragio, o los obstáculos que encuentra en la serie de actos, opiniones y razonamientos que desembocan en su asistencia a las urnas, hemos buscado establecer la relación entre la conducta electoral y los elementos político-culturales que subyacen a ella. Por supuesto, la participación electoral también depende de la confluencia de condiciones institucionales necesarias, tales como que el ciudadano tenga la credencial, que la casilla se instale, que no falten boletas, que el votante aparezca registrado en la lista (padrón de votantes), que se encuentre físicamente en la zona que le corresponde para votar, etc. (Gómez Tagle, 2009: 73-78). Pero la cuestión sustancial, una vez establecidas dichas condiciones, es conocer cuál es el efecto de las tensiones entre democracia, prácticas políticas y vivencias locales en la participación política.

La cultura política ha sido profusamente estudiada desde la segunda mitad del siglo pasado, en particular desde la perspectiva de la ciencia política, y estos estudios han descansado principalmente en la utilización de encuestas de opinión realizadas a una muestra de la población. El ejemplo clásico es el estudio de Almond y Verba sobre este tema. Estas encuestas no abordaron el estudio del comportamiento de los ciudadanos con una perspectiva geográfica hasta la aparición de sistemas que permiten vincular bases de datos con la cartografía en imagen digital.

Se han realizado estudios importantes desde la antropología con diferentes aproximaciones teóricas, estructuralistas unas, interpretativas otras, pero los antropólogos y los politólogos rara vez han buscado debatir sus resultados, aun cuando ambos enfoques han contribuido a enriquecer el conocimiento sobre el comportamiento político de los ciudadanos, en especial en las democracias contemporáneas.

El enfoque que sustenta el diseño de la encuesta y cuya estrategia metodológica se expone ampliamente en el capí-

tulo final de este libro, “Reflexiones en torno al método: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012”, se nutre tanto de las nociones críticas sobre la democracia desarrolladas desde la ciencia política, como de la sociología y la antropología. Para profundizar en la cultura política y la identidad de los jóvenes a través de las prácticas político-culturales que ejercen en el contexto local y cotidiano, la investigación y la encuesta fueron realizadas durante el periodo de una elección presidencial (las elecciones de 2012), en el cual todos los ciudadanos mexicanos recibieron una gran cantidad de información sobre los candidatos y sus propuestas, y tuvieron la posibilidad de poner en práctica las identidades ciudadanas de las que forman parte en su comunidad, ejerciendo su voto o participando de alguna otra forma en el proceso electoral. Este proceso sociopolítico permitió determinar tanto los contenidos culturales como las influencias, posibilidades y restricciones a las que están sujetas las prácticas políticas en el contexto de la democracia real que existe en México.

La encuesta ahonda en las expectativas y estrategias de acción de los jóvenes y adultos en relación con la política y el poder, en el contexto de su experiencia concreta en el proceso electoral presidencial de 2012; buscando establecer el contexto sociocultural y socioeconómico particular de los entrevistados; su acceso a los mensajes de los medios masivos de comunicación y la forma como estos son “reinterpretados”; caracterizar a los intermediarios políticos que forman la red de contactos personales o institucionales, y que contribuyen a la reinterpretación de la información de los medios; la relación de jóvenes y adultos con los partidos y las instituciones que ejercen fuerte influencia en la sociedad, como las iglesias, las organizaciones sindicales, clubes deportivos y, desde luego en el caso de los jóvenes, sus formas de integración sociopolítica. Igualmente, la encuesta busca conocer dichas expectativas y estrategias de acción en el

contexto de su vida personal, su familia, su situación ocupacional, su identidad religiosa, y la relación que guardan con los gobiernos locales y el federal. Se tuvo como punto de partida el supuesto de que la gente se interesa en la política en función de sus experiencias cotidianas y no de formulaciones teóricas abstractas. Por ello nos interesó conocer las singularidades sobre cómo resuelven su vida en el contexto de la democracia real que se vive en México. ¿Cómo se insertan los jóvenes y adultos en el juego político de la democracia? ¿Cómo ejercen su la ciudadanía? ¿Cómo construyen los jóvenes su espacio público?

El libro conjuga los resultados de tres tipos de investigación en ciencia política, sociología y antropología: el análisis del comportamiento geográfico electoral que, con los métodos disponibles y la información existente en México, permite el estudio de unidades tan finas como las secciones electorales; el estudio etnográfico de la cultura política profundizando en los significados que adquiere el ejercicio del sufragio y de la comunicación política en el contexto de una población muy delimitada; y las opiniones vertidas en una encuesta de carácter nacional frente a una experiencia generalizada para todos los ciudadanos como fue la elección presidencial de 2012.

En etapas previas al diseño y levantamiento de la encuesta, algunos de los colaboradores de este libro realizamos estudios sobre la participación de los jóvenes a través de encuestas particulares y trabajos de investigación etnográfica, dirigidos a profundizar en el comportamiento político a nivel subnacional y obtener algunas caracterizaciones de las prácticas políticas regionales. Dichos estudios permitieron ahondar en la interpretación de los significados y las dinámicas de la cultura política y fueron insumos para el diseño de la encuesta realizada.

Por este esfuerzo de integrar varios campos del conocimiento en la explicación y el análisis de la cultura política

de los mexicanos, y en particular de los jóvenes, los resultados obtenidos son originales y distintos a los ofrecidos por otras encuestas sobre cultura política que regularmente se realizan en México y en varios países latinoamericanos.

La cultura política, entendida como entramados de valores, imaginarios y prácticas políticas, propicia que las diferencias entre generaciones resulten secundarias mientras que las diferencias estén marcadas por el contexto político y socioeconómico. A pesar de cambiar los partidos en el poder, muchos rasgos de la misma prevalecen; sin embargo, el lector encontrará que resulta difícil hablar de la “cultura política de los mexicanos”, porque hay formas de relacionarse con la política que cambian de una región a otra, en función de las características étnicas, históricas y socioeconómicas. Por esa causa, las diferencias entre distintas regiones del país frecuentemente tienen mayor importancia en las variaciones de la cultura que las diferencias, por ejemplo, entre grupos de edad o género. En este sentido, la cultura política se configura en las relaciones sociales y, por tanto, se integra de un conjunto de significados que comparten los individuos con la comunidad en la que viven. La participación política responde a una identidad y una práctica que adquiere “sentido” para el ciudadano individual como parte de una comunidad.

La cultura política es un fenómeno social, por lo que se ha dedicado atención especial al tema del contexto político y las oportunidades para el ejercicio de la ciudadanía y los derechos políticos, como son los partidos, los candidatos y las instituciones encargadas de organizar las elecciones y darle certeza al voto (Instituto Federal Electoral y Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación). Como parte de ese contexto sociocultural se ha buscado también conocer la opinión de jóvenes y adultos sobre el desempeño de los gobiernos locales y del gobierno federal, así como las condiciones de inseguridad que pueden afectar severamente sus posibilidades de participación política.

En el estudio de la cultura política se ha tenido como eje articulador la experiencia política de la participación electoral, lo cual ha permitido combinar la información de varios niveles de análisis, desde el estudio histórico en espacios subnacionales del comportamiento electoral a través de las estadísticas de votación; el estudio cualitativo de las relaciones políticas en diversos contextos socioeconómicos y la información de una encuesta que se aplica a una muestra nacional, porque existe un común denominador: el sufragio.

Uno de los principales objetivos de la investigación ha sido determinar si puede sostenerse que en México existe una cultura política de los jóvenes como una entidad autocontenida, o si diferentes grupos de edad comparten la misma cultura política matizada por estructuras de poder y configuraciones culturales regionales. Para ello, se ha abordado simultáneamente y en el mismo contexto social el estudio de la cultura política de los adultos, porque la información sobre los jóvenes adquiere sentido sólo si se compara con una muestra similar de población adulta. Se ha buscado establecer cuál es la actitud de los jóvenes mexicanos en relación con la política, sustancialmente, en cuanto a la desafección existente hacia ésta, y comprobar si es distinta entre jóvenes y adultos, o si muestra características más o menos similares; particularmente porque se ha sostenido que la necesidad de distanciamiento de los jóvenes respecto de los adultos profundiza dicho desinterés. Por lo demás, se ha ahondado en las actividades sociales que los jóvenes desarrollan en el espacio público, que no son ni electorales ni en instituciones políticas, pero que tienen gran impacto en la democracia; si los jóvenes vencen su “apatía” cuando la elección promete ser competida y se presentan propuestas claras e importantes, y cuál es la importancia que tienen las condiciones del espacio público y de la comunidad en la que se encuentra el ciudadano para propiciar la participación electoral.

A reserva de que, como se ha dicho, en el último capítulo se precisa la estrategia metodológica empleada en la encuesta, cabe mencionar que la investigación se ha realizado en tres etapas: en la primera se ha efectuado un análisis estructural de la política mediante el examen estadístico de los resultados electorales desde una perspectiva geográfico-ecológica a escala desagregada. En dicho análisis se ha considerado el voto como un rasgo de la cultura política que adquiere significado en la práctica de las comunidades, ya que los partidos representan opciones para los ciudadanos debido a que generan procesos de identificación colectivos. Por esta razón el estudio de los territorios del voto adquiere sentido como una forma de describir los componentes de una cultura política que genera expresiones partidarias diferenciadas en las diversas entidades y regiones del país. Los resultados de dicho análisis fueron utilizados para escoger los criterios mediante los cuales determinar las zonas donde se realizaría investigación etnográfica, así como los criterios para el diseño de la muestra estratificada con base en la cual se realizará la encuesta nacional.

En la segunda etapa se realizaron estudios etnográficos en diversos contextos socioculturales para proponer indicadores que permitiesen conocer el significado de las relaciones interpersonales que configuran la participación política. Además de la observación participante se realizaron entrevistas semiestructuradas dirigidas a líderes de partidos, organizaciones civiles, funcionarios de gobierno y ciudadanos.

En la tercera etapa se diseñó y aplicó la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), que sirvió de sustento a los textos del presente libro, la cual, como se ha dicho, fue levantada en 2012 en el contexto de las elecciones presidenciales. El Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) y el Instituto Nacional Electoral (INE) aportaron los recursos para la realización de la encues-

ta. Se decidió realizarla solamente en las zonas metropolitanas del país porque se consideró que la dinámica del poder en los centros urbanos es diferente a la que podría encontrarse en ciudades medianas y pequeñas o en el medio rural. Con esto se pretendió estudiar a una población joven cuyas actitudes y experiencias sobre la política hicieran el análisis más fructífero, dado que al menos habría un contexto menos desigual.

En este libro se presentan ocho textos que, desde distintas perspectivas teóricas y metodológicas, pretenden explicar las dinámicas de la participación electoral y el abstencionismo en los jóvenes mexicanos, así como el proceso de configuración de identidades partidarias o políticas y de género.

En el primer texto, intitulado “Participación y cultura: la comparación entre jóvenes y adultos”, Héctor Tejera aborda dos cuestiones: la primera, si la cultura que los jóvenes presentan en el ámbito político muestra rasgos particulares en comparación con los adultos. Para ello se analizaron las acciones y percepciones de ambos grupos en torno a un mismo tema, encontrando que tanto jóvenes como adultos muestran una fuerte tendencia a estar relacionados. Por tanto, se sostiene que si bien los jóvenes muestran particularidades innegables, éstas tienen que matizarse en el entorno político, porque en el ámbito de la cultura y las prácticas políticas no son tan diferentes de aquellas que muestran los adultos. La segunda cuestión que aborda el texto es si existe alguna relación entre formas de participación y competencia o predominancia de alguno de los tres principales partidos del país, mostrando que es posible encontrar patrones de cultura y prácticas políticas que están asociados a la presencia de los partidos políticos en las zonas metropolitanas tomadas como muestra en la encuesta realizada.

Silvia Gómez Tagle, en el capítulo “La empatía de los jóvenes en las elecciones 2012: un acercamiento a la geografía

de la cultura política”, estudia el interés que manifestaron los jóvenes de ambos sexos por las elecciones presidenciales de 2012 y su preferencia, rechazo o indiferencia por alguno de los cuatro candidatos registrados para esas elecciones. A partir de una discusión con la cultura política de los jóvenes y la regionalización del voto, analiza las preferencias políticas y la intención del voto de los jóvenes urbanos. La autora considera que estas opiniones pueden indicar la “intención de voto” de los entrevistados, o bien, la falta de interés en el proceso electoral y por lo tanto la poca motivación para la participación electoral, a pesar de que muy pocos de los entrevistados manifestaron abiertamente su decisión de no votar. Los resultados de la encuesta se comparan con los resultados electorales a partir de dos perspectivas: *a)* la histórica, donde el análisis del sufragio en las últimas cuatro elecciones legislativas permitió delimitar regiones con diferentes tipos de comportamiento electoral, y *b)* el resultado electoral durante las elecciones presidenciales en esas regiones de voto histórico. Con lo anterior se explora la probable influencia de la historia electoral en la coyuntura de la elección presidencial, tomando en cuenta las preferencias y actitudes que expresaron los jóvenes en la encuesta. Finalmente, el texto aporta elementos para la discusión sobre el comportamiento político de los jóvenes al contrastar resultados de tres fuentes de datos para las áreas urbanas donde se levantó la encuesta, así como las subregiones con un comportamiento histórico diferente, mostrando la relación entre el contexto político donde se desarrolla un proceso electoral y el comportamiento de los actores ciudadanos de esa coyuntura política como un conjunto de rasgos que permiten caracterizar diferentes subculturas políticas.

El capítulo de Jesús Aguilar, “Construcción de la identificación partidaria de la juventud en México”, desentraña el conjunto de factores que generan el vínculo afectivo entre jóvenes y partidos políticos, así como las nuevas pautas que

integran dicho vínculo; en otras palabras, busca establecer las características de la nueva generación de votantes y los perfiles específicos de quienes se inclinan hacia uno u otro partido. La encuesta permitió realizar un análisis estadístico para encontrar rasgos generales de una dimensión importante del comportamiento electoral: la identificación partidaria de los jóvenes urbanos mexicanos. Debido a que en el diseño de la encuesta se exploraron las diversas dimensiones empíricas del vínculo afectivo entre jóvenes y partidos políticos, ello permite al autor establecer las diferencias entre los jóvenes que se identifican con el PAN, el PRI y el PRD. Además de observar el comportamiento de un grupo grande de jóvenes que no se identifican con ningún partido político, se confirma el peso de los padres en la transmisión de la identificación partidaria a sus hijos.

En el capítulo “¿Comunicando desafección? El impacto de los medios de comunicación y las campañas en el compromiso cívico de la juventud en 2012”, Oniel Díaz y Carlos Muñiz, abordan las nuevas formas de comunicación política sopesando tanto las teorías del malestar mediático que sostienen que los mensajes de los medios y las campañas tienen un impacto negativo sobre el involucramiento político de la ciudadanía, como las teorías de la movilización cognitiva que afirman que el efecto de tales mensajes sobre el compromiso político es más bien positivo. Estos autores se preguntan si los nuevos medios favorecen el compromiso cívico o, por el contrario, generan dinámicas individualistas y la desafección política entre los ciudadanos jóvenes, mediante un estudio de los efectos de los mensajes de los medios de comunicación y las campañas sobre el compromiso cívico de los jóvenes durante la elección presidencial de 2012. Los resultados parecen dar mayor sustento a las teorías de la movilización que a las del malestar mediático.

El trabajo de Emanuel Rodríguez estudia la configuración ciudadana y los imaginarios participativos de los jóve-

nes urbanos mexicanos, a partir de las valoraciones que dichos actores expresan en la encuesta. Particularmente, se analiza la disposición a involucrarse en organizaciones comunitarias, la propensión a participar en acciones contenciosas, y los niveles de desafección política, así como su desencanto con los partidos. Ello con el objetivo de construir un índice de participación política no institucional para explicar los sentidos que toman sus valoraciones sobre las instituciones del Estado y el sistema político en general, considerando las variaciones que puedan existir en las diversas áreas político-culturales en las que se aplicó la encuesta. En términos generales, el análisis de los índices de participación política no institucional, matizados por rangos de edad y niveles de escolaridad, confirman que la intervención de los jóvenes urbanos mexicanos en la esfera pública y en las ventanas de interacción con el Estado no tienen un rumbo predefinido, sino que oscilan entre prácticas adversas a la democracia y acciones que fortalecen la incidencia ciudadana en los asuntos públicos. Esta paradoja en las relaciones entre jóvenes, actores gubernamentales y partidos políticos permite concluir que la configuración de la ciudadanía juvenil se sitúa en un *continuum* entre el individualismo igualitario y la jerarquía grupal.

Desde la perspectiva de género, Laura Valladares y Ana Teresa Peña elaboran un conjunto de índices que permitan dar cuenta de la diversidad existente dentro de macrocategorías, como son los grupos etáreos o la división por género en el análisis de temáticas tales como las relaciones de poder y la ciudadanía. En el capítulo “Género y autorrepresentación en la construcción de la cultura política de jóvenes ciudadanos en México” parten del supuesto de que la perspectiva de género incide en la construcción de las culturas políticas y argumentan que los datos arrojados por la encuesta brindan información relevante no solamente en términos analíticos, sino que podrían aportar criterios úti-

les para el diseño de políticas públicas más eficaces y legítimas para una ciudadanía que no discrimine a las mujeres ni a los hombres.

Igor Vivero y Oniel Díaz, en el capítulo “Algunas actitudes de los jóvenes hacia la política: ¿compromiso cívico o desafección política?”, sostienen que los jóvenes, aun con un alto grado de desafección política, muestran actitudes y opiniones de desconfianza hacia las instituciones políticas, se perciben desatendidos por los “representantes” políticos y presentan bajos niveles de eficacia política. En suma, tienen un conocimiento político construido con la información que consultan de los medios de comunicación y los valores que comparten como efecto de la socialización política en la que se han desarrollado.

El propósito del trabajo de Arturo Alvarado, “La cultura de los jóvenes y la cultura de la legalidad”, es analizar el comportamiento y la percepción de los jóvenes mexicanos en torno a algunos aspectos centrales de la cultura política, la participación electoral y la socialización política (leyes, normas, valores). Para ello compara la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), la Encuesta Nacional de Cultura Política, realizada por la Secretaría de Gobernación, y la Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012, efectuada por el Instituto Mexicano de la Juventud y el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. A partir de ellas profundiza en las manifestaciones de los jóvenes acerca del proceso electoral, sus vínculos y actitudes frente a conductas o actividades irregulares e ilegales en los procesos electorales y su percepción de la democracia.

En el capítulo final, “Reflexiones en torno al método de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012”, Jaime Ramírez y Silvia Gómez Tagle explican las características metodológicas de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), en el contexto del

proyecto “La cultura política de los jóvenes en México”, que tuvo como objetivo ahondar en las dinámicas de participación de los jóvenes y los adultos mexicanos en el marco de las elecciones presidenciales de 2012. En dicho capítulo despliegan las particularidades en el diseño de una encuesta cuyo propósito fue encontrar elementos para entender cómo se relacionan los jóvenes con los actores políticos institucionales y no institucionales, y obtener información diferenciada por grupo de edad, región, contexto político y socioeconómico. En este capítulo se explican los criterios para definir las zonas urbanas, la población objetivo, así como el diseño de la muestra.

Reconocemos la valiosa participación y asesoría en múltiples aspectos técnicos de Jaime Ramírez, Emelina Nava y Raúl Lemus del Departamento de Sistemas de Información Geográfica de El Colegio de México; a Berumen y Asociados, empresa encargada de la realización de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), que no escatimó esfuerzos para lograr un óptimo resultado, y a todos los asistentes de investigación que colaboraron en múltiples tareas de coordinación y revisión de textos, entre quienes destacan Perla Xixitla, Ana Peña y Brenda Perea.

Finalmente deseamos agradecer a El Colegio de México, al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y al Instituto Federal Electoral (ahora Instituto Nacional Electoral), por el apoyo que nos brindaron para realizar la encuesta y el proyecto de investigación “La cultura política de los jóvenes en México” que culmina con la publicación de este libro.

BIBLIOGRAFÍA

- GÓMEZ TAGLE, Silvia (2009), *¿Cuántos votos necesita la democracia? La participación electoral en México 1961-2006*, México, Instituto Federal Electoral.
- TEJERA GAONA, Héctor (2007), “Ciudadanía, partidos políticos y gobierno”, en Héctor TEJERA, Scott ROBINSON y Laura VALLADARES (coord.), *Política, etnicidad e inclusión digital en los albores del milenio*, México, Porrúa/UNAM.

PARTICIPACIÓN Y CULTURA: LA COMPARACIÓN ENTRE JÓVENES Y ADULTOS

HÉCTOR TEJERA GAONA*

La participación es uno de los temas centrales de la reflexión social de quienes ahondan en la cultura política, a partir de que los fundadores del tema sostuvieron que “la cultura cívica es una *cultura política participante* donde la cultura política y la estructura política son congruentes” (Almond y Verba, 1963: 31). A partir de ellos se ha sostenido que la participación propicia la instauración, permanencia o ampliación de la democracia,¹ a la vez que reproduce la presencia de ciudadanos “participantes” (Almond y Verba, 1963: 17-19) y una mayor presencia de la sociedad civil. Se ha establecido una estrecha relación entre participación, ciudadanía, cultura y sistema político democrático (Dalton, 2002; Dalton y Van Sickle, 2004; Putnam, 2000; Verba, Burns y Schlozman, 1997), donde se sostiene que la participación estampa los contenidos de la cultura en el sistema político (Verba, 1978).

* Doctor en Antropología, profesor-investigador por la Universidad Autónoma Metropolitana. Línea principal de investigación: Procesos políticos, democracia y ciudadanía. Correo electrónico: <htejera@gmail.com>.

¹ Verba (1978) define la participación como: “aquellas actividades legales de los ciudadanos privados que están más o menos enfocadas a influir en la selección del personal de gobierno y/o con las acciones que éste realice”, p. 46.

La participación está usualmente relacionada con el fortalecimiento de la democracia, aunque algunos analistas circunscriben la participación al ejercicio electoral y enfocan la democracia como un procedimiento para elegir a los representantes de una sociedad. Pero en la medida en que se evidencian los problemas y limitaciones de la democracia electoral para resolver los problemas sociales, se amplía el acuerdo de que se requiere que el ejercicio democrático participativo se extienda a otros ámbitos de la sociedad.

Ciertamente la participación se ha constituido en uno de los imaginarios² sobre las relaciones ciudadanía/partidos políticos/gobierno compartido, tanto por la derecha política como por la izquierda. En la investigación etnográfica que hemos realizado en los últimos años, se ha encontrado que los gobiernos estatales y municipales del Partido Acción Nacional (PAN) conciben a la participación ciudadana como una estrategia central para establecer y aplicar políticas públicas; sin embargo, subyace la idea de que ésta es un instrumento que permite desplazar el papel del Estado en la atención de las necesidades y problemas de la ciudadanía y la fortalece para que esta se ocupe de sus propios problemas. La concepción de la izquierda mexicana no ha sido demasiado diferente (Tejera, 2009a): aun cuando, siguiendo a Dagnino (2003: 7), la diferencia sustancial debería radicar en que la izquierda buscara el fortalecimiento de los derechos civiles, sociales y culturales: en otros términos, que abriera las puertas para profundizar la democracia y el compromiso de los ciudadanos con ella mediante su participación en diferentes ámbitos de la sociedad. Sin embargo, para muchos funcionarios y legisladores la participación ciudadana sig-

² Entendemos con Baczkó (1991) que los imaginarios sociales pueden enfocarse como subjetividades colectivas, a través de las cuales los integrantes de las comunidades sociales visualizan e interpretan al mundo y configuran sus identidades.

nifica, al igual que en el proyecto neoliberal, que los ciudadanos “resuelvan sus propios problemas”; y en los hechos, han buscado que exista una mayor dependencia y sujeción ciudadana. Lo anterior puede constatarse en, por ejemplo, el contenido de la Ley de Participación Ciudadana del Distrito Federal (LPCDF), que se ha proclamado como la más avanzada en el país. Pero si se revisa, destaca su diseño para obstaculizar la influencia de los ciudadanos sobre las decisiones gubernamentales. La legislación sobre la participación ciudadana abre las puertas para que muchos comités ciudadanos se integren por intermediarios políticos disfrazados de representantes ciudadanos. Su acción no expresa los intereses de los vecinos de las colonias de la Ciudad de México, sino una representación de grupos y organizaciones cuya gestión se dirige a beneficiar redes políticas, o que defiende los intereses político-electorales de los gobiernos delegacionales. En su mayoría no pueden considerarse como organismos de participación ciudadana porque no buscan incidir en las decisiones de gobierno con el propósito de mejorar las condiciones de vida de quienes integran una colonia, sino la búsqueda de su dominio político-territorial (Tejera, 2014). Los integrantes de muchos comités tienen el objetivo de fortalecerse políticamente mediante relaciones de intermediación y pactos clientelares. La configuración actual de los comités ciudadanos se sustenta en reformas a la LPCDF que, además de propiciar la subordinación de la participación ciudadana y las formas de representación formal de los habitantes de la ciudad a los intereses gubernamentales, no corresponde ni a las aspiraciones ni a las posibilidades de los ciudadanos.

Sin olvidar que frecuentemente, como en el caso de los comités ciudadanos de la Ciudad de México, la participación se enmarca en un contexto donde el propósito gubernamental es propiciar la sujeción política, este texto se enfoca a la participación en términos más amplios ya que aborda la

clasificada usualmente bajo los términos de participación cívica y política.

Por participación cívica entendemos un conjunto de actividades en la esfera pública dirigidas a impulsar, de manera directa o indirecta, el contenido colectivo de lo social. En este tipo de actividades pueden mencionarse las asociadas a la construcción del capital social (Putnam, 2000), como son las deportivas, culturales o de mejoramiento barrial, entre otras;³ así como las que estudiosos de la cultura política como Inglehart (1999 y 2003) asocian a la cultura política postmaterialista como las relacionadas con el equilibrio ecológico del planeta, la diversidad cultural y sexual, así como los derechos humanos. La distinción realizada entre participación cívica y política busca, además, evitar constreñir la participación de los jóvenes al acotarlos a la participación político-electoral (Venturo, 2001: 164).

En cuanto a la participación política, o en procesos políticos, ésta se ha dividido en tres formas de expresión: institucional o formal, usualmente relacionada a la estructura política institucional y los procesos electorales, aunque también se incluye el ejercicio de la persuasión electoral hacia otros, las contribuciones a partidos ya sea en especie o en trabajo, y el apoyo a candidatos en campañas electorales; la participación no formal, que se caracteriza por estrategias de organización y negociación con el Estado basadas en organizaciones, movimientos y movilizaciones de carácter temporal, aun cuando también se incluyen el contactar funcionarios, acudir a los medios de comunicación masiva, signar peticiones o enviar correos electrónicos; y la vinculada con la participación en redes respaldadas por las nuevas tecnologías de información.

³ Más adelante se muestran aquellas que se han reunido bajo el rubro de participación cívica.

El análisis que se presenta despliega una comparación de las acciones y percepciones de los jóvenes con aquellas que muestran los adultos que conviven con ellos en el mismo hogar. Se pretende proporcionar información sobre cual es la distancia entre la cultura juvenil en el ámbito de las relaciones y percepciones políticas, y aquella mostrada por los adultos. Esta contrastación es necesaria en la medida en que usualmente se sostiene que la cultura de jóvenes y adultos con respecto al ámbito político es diferente, aun cuando no es fácil encontrar información derivada de encuestas estadísticamente significativas cuyo diseño permita precisar esta aseveración.

La encuesta⁴ en la cual se sustenta este capítulo permite cotejar entre el comportamiento cívico-político mostrado por jóvenes y adultos, porque como estrategia de levantamiento se entrevistaron adultos (1 280 casos) que vivían con los jóvenes encuestados. Aun cuando las diferencias entre ambos (particularmente en cuanto a consumo y cultura) son usualmente evidentes, las expresadas en el campo sociopolítico se presuponen como resultado de las primeras. La cuestión es que se requiere de comparaciones para establecer dichas diferencias. Sin embargo, la mayoría de las realizadas hasta ahora carecen de validez estadística. Por ejemplo, se ha empleado la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) y diferenciado los resultados por rangos de edad con el propósito de realizar comparaciones entre jóvenes y adultos, pero siendo una encuesta con representación nacional y no por grupos de edad, no proporciona resultados estadísticamente confiables.

La segunda cuestión es determinar si el ejercicio partidario-gubernamental en ámbitos donde existe persistencia electoral de un partido o, por el contrario, existe competen-

⁴ Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), Colmex-INE.

cia entre partidos, influye en cómo jóvenes y adultos se comportan en el espacio público. Al respecto se propone que la participación cívico-política que muestran jóvenes y adultos está relacionada con las características de su inserción en estructuras de poder asociadas a configuraciones político-culturales resultado del ejercicio partidario-gubernamental que se presenta en diferentes espacios metropolitanos. La encuesta ha sido diseñada para ahondar en qué espacios participan los jóvenes, buscando correlacionar las formas particulares que adquiere dicha participación con los contextos donde se expresan determinadas configuraciones sociopolíticas.

A partir de lo anterior, este texto busca conjuntar dos cuestiones: la primera, establecer las diferencias político-culturales entre jóvenes y adultos o, en otros términos, la distancia existente entre el comportamiento de ambos; la segunda, ubicar dichas diferencias dependiendo de las configuraciones político-culturales resultado de contextos políticos particulares en diversas zonas metropolitanas.

Los jóvenes no pueden enfocarse como una categoría social resultado de ser demográficamente mayoritarios, como tampoco por ubicarse en un rango específico de edad. Como se ha dicho, la noción de joven responde a construcciones sociopolíticas; por ejemplo, aquella de carácter productivista que se expresa usualmente en enfocar a los jóvenes como un grupo de edad en espera de asumir un papel productivo; o la que les otorga capacidades de transformación social y les convierte en depositarios de un futuro más esperanzador (la esperanza es, en este caso, multisemántica); también encontramos aquella que equipara juventud a pureza (en una asociación usualmente de carácter religioso).

Proponemos que más que una construcción sociocultural (Valenzuela, 2002), la juventud es la expresión social de un grupo de edad que refleja una configuración particular en las relaciones sociopolíticas que entabla con lo social, la cual se manifiesta en referentes e identificaciones particu-

lares. Además, la expresión político-cultural de dichos referentes e identificaciones no se diferencia necesariamente de aquella que manifiestan quienes son catalogados como adultos. Ciertamente los jóvenes pueden generar expresiones de diferenciación y distancia, pero su caracterización como tales, particularmente en el ámbito político, requiere procedimientos analíticos más precisos que la subjetividad empática o la narración que enfatiza las diferencias.

En términos estadísticos el censo de 2010 indica que cuando se habla de jóvenes se hace referencia a 36 210 000 individuos, con una edad entre 12 y 29 años. De ellos, 26.4% tienen entre 15 y 29 años. Hay 500 000 analfabetas de entre 15 y 29 años. Sobre los mismos el rector de la UNAM ha sostenido que hay 7 966 352 jóvenes que no estudian ni trabajan (Narro, 2011) y con la tasa de desempleo más alta, la cual pasó de 3.4 a 10.0% (INEGI, 2010). Además, 60% de los jóvenes tienen empleos precarios (Jiménez, 2012: 81). Existe, además, la tendencia a visualizar a los jóvenes como entes usualmente urbanos (Botello, 2008: 20). Ciertamente la mayoría de la población, y por ende los jóvenes, vive actualmente en contextos urbanos, pero lo rural pocas veces es abordado en las nociones sobre los jóvenes.

Para analizar la participación juvenil buscando establecer cuál es el grado de singularidad que distingue a adultos y jóvenes, se ha buscado profundizar en la influencia de los adultos en el comportamiento participativo (ya sea político o civil) de los jóvenes. La particularidad de las prácticas y perspectivas políticas de los jóvenes con respecto a quienes comparten, no digamos ya características socioeconómicas similares, sino el mismo ambiente familiar, permite establecer con mayor precisión y confiabilidad las diferencias y similitudes entre unos y otros. Las prácticas y perspectivas no se abordan desde un enfoque psicologista, como sería la socialización política, buscando demostrar que el ambiente familiar influye activa o reactivamente en sus actitudes y

prácticas culturales en relación con la política. Lo que se pretende es analizar la similitud o diferencia de cómo ambas se expresan en el ámbito de las percepciones y las prácticas políticas.

Se busca establecer si las prácticas participativas de los adultos que viven en el mismo hogar tienen relación con la participación de los jóvenes. Se ha sostenido que la movilización o la participación se encuentra influida por las redes sociales (horizontales o verticales, o aquellas asociadas a relaciones clientelares). En otros términos, que las redes sociales permiten explicar la participación activa. Igualmente, que la relación con las instituciones políticas (los partidos, por ejemplo) o determinados programas gubernamentales pueden influir en la participación.

Existen relativamente pocos trabajos dirigidos al análisis de la participación política de los jóvenes, especialmente en el ámbito político electoral y el universitario. Dicho análisis requiere ampliar la noción para incluir prácticas de la vida cotidiana y espacios de nueva socialidad. Al rebasar la institucionalidad política y reflexionar sobre identidades configuradas tanto por formas de consumo como resultantes de construcciones alternativas, la reflexión de lo político se amplía más allá de partidos, elecciones e instituciones del Estado. Una característica que particulariza a los jóvenes es su tendencia a buscar su identidad mediante la “praxis divergente” (Brito, 2002: 44), algunas veces de carácter cismático con base en la configuración de espacios simbólicos de diferenciación. Por ello, para profundizar en la participación política de los jóvenes debe desbrozarse qué entendemos por político. Lo anterior debido a que si se hace referencia a su inserción en las estructuras institucionales o prácticas usualmente empleadas, es posible que se concluya rápidamente que los jóvenes no participan. Sin embargo, existen alternativas de participación que tienen efecto sobre el sistema político.

Partiendo de que las prácticas políticas están matizadas por estructuras de poder y configuraciones culturales asociadas a ellas, la encuesta busca ahondar en aquellos aspectos que influyen en las formas de percibir y hacer política por parte de los jóvenes. Para ello, dicha encuesta se sustenta en la investigación realizada por Gómez Tagle (2009), basada en el análisis estadístico de resultados electorales desde una perspectiva histórico-geográfica a escala desagregada (a nivel de sección electoral) en diversas metrópolis del país. Dicha investigación ha permitido el diseño de la encuesta con base en la determinación de indicadores cuyo propósito es establecer la relación entre formas específicas de ejercicio de poder (particularmente de los tres principales partidos del país: PAN, PRD y PRI), y relaciones sociopolíticas con los jóvenes, las cuales podrían estar moldeando formas de participación cívica y política. Al respecto, con base en la propuesta de que los partidos actúan como organizaciones político-culturales al pretender reproducir una identidad particular, tanto entre sus simpatizantes como entre la población en general, con el propósito de alcanzar el poder (Tejera, 2005, 2009a, 2009b, 2010a), la encuesta está diseñada para profundizar en cómo los partidos políticos se relacionan con la sociedad en general y, en este caso particular, con los jóvenes.

Se parte de que el contenido performativo de algunas prácticas proselitistas bosqueja formas de actuar y percibir lo social y el ser ciudadano. Dichas prácticas pueden reconfigurar las relaciones sociopolíticas, al reformular los valores significativos presentes en la esfera política. Además, cuando se transforman en gobierno los partidos muestran la tendencia a expresar mediante el diseño e implantación de políticas públicas los contenidos implícitos sobre el tipo de ciudadano con el cual desean relacionarse. Dichas políticas “moldean” al ciudadano y lo institucionalizan al establecer quién y cómo accede a las acciones gubernamen-

tales de apoyo y servicio (Isin, 1996; Tejera, 2009b). Son también formas mediante las cuales se acota la participación social, sea de jóvenes o de adultos, a los lineamientos gubernamentales; se instauran procesos de *gubernamentalidad*. Sostenemos, junto con Carrión y Wollrad (1999: 16), que el espacio público local enlaza política y vida cotidiana, conformando las características de la participación como resultado del contenido de los vínculos con los cuales jóvenes y adultos se relacionan con las instituciones gubernamentales y partidos políticos: vínculos que pueden matizar sus prácticas hacia el sistema político, lo cual tiene efectos sobre la dinámica de la democracia (Hiskey y Bowler, 2005: 60).

La cultura política no es sólo una internalización de ciertas condiciones políticas que, por decirlo así, “rebotan” en las percepciones y acciones en el ámbito político.⁵ Se forma en el ámbito de las relaciones sociales e incide en ellas porque los actores sociales la emplean para validar posiciones y comportamientos políticos en el campo de las confrontaciones sociales.⁶ Más que una cultura política, lo que tenemos es una cultura de la política.⁷

Para caracterizar algunos aspectos de la identidad juvenil moldeada en la relación con partidos y gobierno y cómo influye en las formas en que los jóvenes se relacionan con la política, la encuesta fue aplicada en el contexto de las cam-

⁵ Nos distanciamos del enfoque que considera a las normas y valores expresados por los encuestados como indicativos de su acción social (Almond y Verba, 1963: 14). Además, se busca una estrategia de análisis que trascienda la heurística tipológica y descriptiva (Thompson, 1993: 141) propia de los estudios de cultura política. Una reflexión crítica sobre ella puede verse en Tejera, 2005.

⁶ Los conflictos políticos siempre son culturales porque intentan construir significados, aun cuando su ubicación sea estructural al buscar transformar las formas mediante las cuales se ejerce la dominación (Melucci, 1998: 423).

⁷ Véase Tejera, 2005; Dagnino, 1998.

pañas electorales de 2012. El ambiente político promovido por los procesos electorales es un marco de experiencia social que delinea las identidades partidarias y las preferencias electorales. Además, permite alcanzar una mayor precisión en la determinación del comportamiento electoral y la participación política más general, detectando elementos que actúan en el ámbito político, los cuales se difuminan entre las experiencias cotidianas de muy diversa índole en los periodos no electorales. En términos particulares, dicho contexto aporta indicadores sobre cómo se integran los jóvenes a la vida política del país, particularmente sus vivencias en el marco de las tensiones existentes entre democracia, ejercicio de gobierno y dinámicas locales, las cuales configuran tanto las prácticas político-culturales con las cuales los jóvenes generan y ejercen (o no) la ciudadanía, como las formas particulares que, en su caso, emplean para hacerlo.

La tendencia de la sociedad mexicana actual es la exclusión de los jóvenes. De desplazamiento más que de inclusión social, donde el consumo, y no el trabajo, establece su identidad (Brito, 2002: 51-52). Los jóvenes usualmente son relegados de la participación en instancias u organizaciones de representación o consultivas. También se autoexcluyen porque ellas no representan sus intereses particulares. Los espacios naturales de ejercicio cívico de los jóvenes, como es el caso de los ámbitos escolares, no son lugares donde sea común la existencia de mecanismos que permitan su participación. Comparten con los adultos (como se detallará posteriormente) la desconfianza hacia los partidos y el sistema político, así como el rechazo a las formas de relación política tradicionales sustentadas en el autoritarismo.

Hay características socioeconómicas y culturales de los padres que influyen de forma determinante en el futuro de los jóvenes. Podemos mencionar, por ejemplo, el capital sociocultural de los padres asociado a niveles de ingreso, los cuales propician que los jóvenes alcancen cierto grado de

estudios. En el cuadro 1 se muestra cómo el nivel de estudios de los adultos es tendencialmente rebasado por el de los jóvenes, lo cual indica que en las zonas metropolitanas estudiadas se presenta una mejoría en los niveles educativos, pero los límites también se muestran por ejemplo, cuando los jóvenes que viven en los hogares donde los adultos tienen una educación de primaria, el 35% cursó secundaria y el 38% preparatoria o bachillerato. Incluso 10% estudió a nivel profesional, pero solamente 0.3% llegó a obtener un posgrado. Por el contrario, los jóvenes que viven en hogares donde el adulto entrevistado tenía posgrado mostraron un nivel de estudios superiores, con mayores porcentajes de profesionistas y de jóvenes con posgrado.

Algunos datos generales sobre la relación entre los jóvenes y la familia bosquejan ciertas relaciones interesantes de influencia entre unos y otros. Por ejemplo, en temas que pueden influir en la participación encontramos que, en la última Encuesta Nacional de la Juventud (2014), 42% de los encuestados hablan con sus padres sobre religión, aunque 29% no habla con nadie del tema. Por lo que se refiere a política, 44% no se comunica con alguien de su entorno sobre el tema, mientras que 25% habla con sus padres al respecto. En cuanto a los principales problemas del país, 30% lo habla con su pareja y con amigos, mientras que solamente 25% lo hace con sus padres.

Los datos presentados en los cuadros 2 al 4 indican que si bien la intercomunicación con los padres no es omnipresente en la vida de los jóvenes, se entabla en temas que probablemente puedan influir en el carácter que adquiere su participación. Pero es difícil hacer una estimación acerca de la influencia de dicha comunicación sobre las percepciones y acciones en el ámbito político.

Cuadro 1. Comparación de grado de estudios de adultos y jóvenes

<i>Adultos</i> <i>¿Cuál fue el último año que aprobó en la escuela?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Cuál fue el último año que aprobó en la escuela?</i>								<i>Total (%)</i>
	<i>No estudió (%)</i>	<i>Primaria (%)</i>	<i>Secundaria (%)</i>	<i>Preparatoria o bachillerato (%)</i>	<i>Normal (%)</i>	<i>Carrera técnica o comercial (%)</i>	<i>Profesional (%)</i>	<i>Maestría o doctorado (%)</i>	
No estudió		22.7	31.8	31.8		4.5	6.8	2.3	100.0
Primaria		9.6	35.1	38.5	1.7	5.2	9.6	0.3	100.0
Secundaria	0.2	4.7	30.4	40.7	0.9	7.2	15.0	0.9	100.0
Preparatoria o bachillerato		1.4	12.7	51.2	2.3	4.7	27.2	0.5	100.0
Normal			11.1	50.0	16.7		22.2		100.0
Carrera técnica o comercial		2.0	14.7	36.3		11.8	35.3		100.0
Profesional	0.8		5.9	39.0		6.8	45.8	1.7	100.0
Maestría o doctorado			2.2	13.0	2.2		10.9	71.7	100.0
<i>Total</i>	<i>0.2</i>	<i>5.0</i>	<i>23.8</i>	<i>40.3</i>	<i>1.4</i>	<i>6.2</i>	<i>19.9</i>	<i>3.3</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ), procesados por el autor.

**Cuadro 2. Comunicación de los jóvenes
sobre temas de religión**

<i>¿Con quién platicas principalmente sobre religión?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Madre	5 638	20.1
Padre	878	3.1
Pareja	3 779	13.5
Otros familiares	1 846	6.6
Amigos	1 998	7.1
Otras personas no familiares	489	1.7
Con nadie	8 056	28.8
Con mis papás	5 039	18.0
No contestó	282	1.0
<i>Total</i>	<i>28 005</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Encuesta Nacional de la Juventud, 2014.

**Cuadro 3. Comunicación de los jóvenes
sobre cuestiones políticas**

<i>¿Con quién platicas principalmente sobre política?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Madre	2 325	8.3
Padre	1 931	6.9
Pareja	2 902	10.4
Otros familiares	1 446	5.2
Amigos	3 421	12.2
Otras personas no familiares	766	2.7
Con nadie	12 241	43.7
Con mis papás	2 677	9.6
No contestó	296	1.1
<i>Total</i>	<i>28 005</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Encuesta Nacional de la Juventud, 2014.

Cuadro. 4. Comunicación de los jóvenes sobre los principales problemas del país

<i>¿Con quién platicas principalmente sobre los principales problemas del país?</i>		
	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
Madre	2 521	9.0
Padre	146	4.1
Pareja	3 960	14.1
Otros familiares	1 302	4.6
Amigos	4 429	15.8
Otras personas no familiares	630	2.2
Con nadie	10 232	36.5
Con mis papás	3 484	12.4
No contestó	301	1.1
<i>Total</i>	<i>28 005</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Encuesta Nacional de la Juventud, 2014.

PARTICIPACIÓN CÍVICA. LAS DIFERENCIAS EN PRÁCTICAS Y PERCEPCIONES ENTRE JÓVENES Y ADULTOS

Al abordar la interrelación entre adultos y jóvenes en el ámbito de la participación cívica, se observa en las tablas cruzadas obtenidas de la encuesta que cuando los adultos participan en organizaciones u asociaciones estudiantiles, un mayor porcentaje de jóvenes también lo hace. Cuando los padres o adultos con quienes conviven los jóvenes se involucraron en alguna actividad organizativa de carácter estudiantil, 56% de los jóvenes expresa tener alguna actualmente. Por el contrario, en el caso de que los adultos no se hayan integrado a dichas actividades, el porcentaje de jóvenes que lo hace actualmente disminuye hasta quedar en 12 por ciento.

Cuadro 5. Pertenencia a alguna organización estudiantil

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación, equipo o grupo de este tipo? Estudiantil</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación, equipo o grupo de este tipo? Estudiantil</i>			<i>Total (%)</i>
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Nr (%)</i>	
Sí	56.3	43.8		100.0
No	12.0	87.6	0.4	100.0
Nr		100.0		100.0
<i>Total</i>	<i>13.1</i>	<i>86.6</i>	<i>0.4</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Una relación similar se encuentra en el ámbito de las actividades deportivas, culturales o artísticas donde, si los adultos que conviven con jóvenes participaron en ellas (lo que no significa que las realicen conjuntamente), el 40% de los jóvenes también se integra actualmente, y cuando los adultos se mantuvieron (o mantienen) alejados, solamente

Cuadro 6. Participación en alguna organización deportiva, cultural o artística

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación, equipo o grupo deportivo, cultural o artístico?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación, equipo o grupo deportivo, cultural o artístico?</i>			<i>Total (%)</i>
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Nr (%)</i>	
Sí	40.8	59.2		100.0
No	18.0	81.7	0.3	100.0
Nr	33.3	66.7		100.0
<i>Total</i>	<i>19.8</i>	<i>80.0</i>	<i>0.2</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

18% de los jóvenes se inserta en dichas actividades. Lo anterior parece indicar que el interés por el deporte y la cultura se incrementa entre los jóvenes si es una actividad que también realizan los adultos (no necesariamente de manera conjunta), más que ser resultado de la interacción con otros jóvenes.

Los cuadros anteriores sugieren que la integración de los padres o los adultos que viven con los jóvenes es un incentivo importante para que un mayor porcentaje de éstos participe; o en todo caso, que quienes participan sean más activos para involucrarse en la cultura y el deporte. Este resultado invita a replantear la estrategia de las políticas públicas en cuanto al fomento de la cultura y el deporte, y que los adultos tengan la posibilidad de participar. Lo usual es que los programas se dirijan esencialmente a los jóvenes.

La participación relacionada con el entorno donde se habita, particularmente aquella de carácter condominal o de mejoramiento del barrio, muestra la influencia que los adultos tienen sobre los jóvenes que conviven con ellos, ya que si los primeros participan, 15% de los jóvenes también lo ha-

Cuadro 7. Participación en alguna organización condominal, vecinal o de barrio

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización o asociación condominal, vecinal o de barrio?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación, equipo o grupo deportivo, cultural o artístico?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	14.8	83.6	1.6	100.0
No	2.5	96.9	0.6	100.0
Nr		83.3	16.7	100.0
<i>Total</i>	<i>3.0</i>	<i>96.2</i>	<i>0.7</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

cen; por el contrario, cuando los adultos no se interesan o no tienen las condiciones para integrarse en asociaciones vecinales, solamente 2.5% de los jóvenes se involucra en dichas actividades. No obstante, en términos generales, la participación en este ámbito no goza de interés entre los jóvenes.

En cuanto a la influencia de los adultos en el involucramiento de los jóvenes en actividades dirigidas a la protección de los animales, el cuadro 8 muestra que cuando los adultos participan, hasta 25% de los jóvenes también lo hace, y cuando no participan, únicamente 2.3% de ellos se involucra.

La participación en actividades relacionadas con grupos de mujeres parece más vinculada a las actividades de adultos que de jóvenes, al menos así se muestra en la encuesta, donde independientemente de que los adultos participaran o no en ellas, no son de interés entre los jóvenes.

La participación en movimientos sociales muestra otra vez la vinculación existente entre la participación de los adultos y la de los jóvenes. La relación es evidente porque cuando los adultos han participado, al menos 23% de los jóve-

Cuadro 8. Pertenencia a alguna organización de protección a animales

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización de protección de animales?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización de protección de animales?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	25.0	75.0		100.0
No	2.3	97.1	0.6	100.0
Nr		87.5	12.5	100.0
<i>Total</i>	<i>2.5</i>	<i>96.9</i>	<i>0.6</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 9. Asistencia o participación en organizaciones relacionadas con mujeres

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en grupos u organizaciones de mujeres?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en grupos u organizaciones de mujeres?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí		100.0		100.0
No	1.1	98.3	0.6	100.0
Nr		75.0	25.0	100.0
<i>Total</i>	<i>1.1</i>	<i>98.3</i>	<i>0.6</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

nes también lo hacen. En contraste, al momento en que los adultos no han participado, tampoco lo hace 97% de los jóvenes.

En cuanto a la defensa de los derechos humanos, el interés de los jóvenes se incrementa cuando los adultos se invo-

Cuadro 10. Participación en movimientos sociales de carácter ecologista, feminista u homosexual

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en movimientos sociales, por ejemplo: ecologista, feminista, homosexual, etcétera?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en movimientos sociales, por ejemplo: ecologista, feminista, homosexual, etcétera?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	23.1	76.9		100.0
No	2.1	97.1	0.8	100.0
Nr		100.0		100.0
<i>Total</i>	<i>2.3</i>	<i>97.0</i>	<i>0.8</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 11. Participación en acciones dirigidas a defender los derechos humanos

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización pro-derechos humanos?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización pro-derechos humanos?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
<i>Sí</i>	18.8	81.3		100.0
<i>No</i>	1.7	97.5	0.8	100.0
<i>Nr</i>		100.0		100.0
<i>Total</i>	<i>2.0</i>	<i>97.3</i>	<i>0.8</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

lucran en ellos, ascendiendo a 19%; mientras que es solamente de 2% cuando los adultos no se implican en ellos.

Los cuadros presentados muestran que la participación de jóvenes y adultos se encuentra relacionada, aun cuando algunas de las actividades en que se participa parecen haberse modificado como resultado de la diferencia de los intereses generacionales; entre ellas encontramos la beneficencia y la religión. En ambas, la participación de los adultos está desligada, o influye en menor grado en el interés de los jóvenes para involucrarse. En cuanto a la beneficencia, solamente 24% de los jóvenes se involucra si los adultos lo hacen, pero el porcentaje de jóvenes que se relacionan con ella es solamente de 3% si los adultos no realizan actividades filantrópicas.

Por lo que se refiere a la participación en actividades religiosas, la correlación entre adultos y jóvenes es similar: 24% de los jóvenes se involucran cuando lo hacen los adultos, y solamente 5% en caso de que los adultos no se interesen. Nos estamos refiriendo a la participación en organizaciones religiosas, lo cual es muy distinto a compartir las

Cuadro 12. Participación en organizaciones relacionadas con actividades de beneficencias o filantrópicas

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización de beneficencia?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización de beneficencia?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	24.4	75.6		100.0
No	3.0	96.6	0.4	100.0
Nr		85.7	14.3	100.0
<i>Total</i>	<i>3.7</i>	<i>95.9</i>	<i>0.5</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 13. Pertenencia a una organización o asociación de tipo religioso

<i>Adultos</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación o grupo religioso?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación o grupo religioso?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	24.4	74.8	0.8	100.0
No	5.4	94.2	0.4	100.0
Nr	16.7	66.7	16.7	100.0
<i>Total</i>	<i>7.3</i>	<i>92.2</i>	<i>0.5</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

mismas prácticas y creencias. En efecto, en el caso de los adultos que asisten una vez a la semana a la iglesia o templo, 38% de los jóvenes que viven en el mismo hogar también lo hacen, 19% lo hace cada mes, 33% lo hace esporádicamente y 7% nunca asiste. Cuando los adultos acuden una vez al mes, 40% de los jóvenes asisten aunque 35% lo hace

solamente esporádicamente. Cabe precisar que la encuesta no establece si los jóvenes y adultos se acompañan al participar en esta actividad.

La comparación de las creencias religiosas de jóvenes y adultos indica que 85% de los primeros son católicos mientras los segundos con quienes conviven también lo son; 4% se declaran cristianos y el resto de otras religiones o no creyentes. Por el contrario, aun cuando los adultos se declaren no creyentes, 53% de los jóvenes que viven con ellos se consideran católicos y 8% evangélicos; solamente 15% de los jóvenes se dijeron no creyentes. Las cifras anteriores parecen indicar, por un lado, un decaimiento de las prácticas religiosas entre los jóvenes, aunque muestren tendencia a compartir las mismas creencias religiosas que sus padres; por otro lado, que no obstante los padres se definan como no creyentes, casi dos terceras partes de los hijos suelen adoptar creencias religiosas (católicos), probablemente como parte de su proceso de integración social a redes y relaciones donde la coincidencia religiosa tiene un papel, si bien no necesariamente integrativo, que al menos permite eludir el rechazo social.

La desconfianza y el desinterés en las cuestiones sociales son los dos elementos más importantes que los entrevistados han argumentado como causa para no participar. Cuando los adultos adujeron que no participan (o no han participado) en alguna de las actividades u organizaciones arriba mencionadas, debido a que no confían en ellas, 24% de los jóvenes mencionan la misma razón para no participar; 16% considera que no sirven para nada y a 15% no le interesan las cuestiones sociales. En el caso en que a los adultos no les atraen las cuestiones sociales, al 26% de los jóvenes tampoco.

Cuadro 14. Frecuencia con que se concurre a la iglesia o templo

<i>Adultos</i> <i>¿Con qué frecuencia va a su iglesia o templo?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Con qué frecuencia va a su iglesia o templo?</i>						<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Una vez a la semana</i> <i>(%)</i>	<i>Cada mes</i> <i>(%)</i>	<i>No asiste con frecuencia</i> <i>(%)</i>	<i>Nunca asiste</i> <i>(%)</i>	<i>Otro</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Una vez a la semana	38.3	18.7	32.6	7.3	2.6	0.4	100.0
Cada mes	11.6	40.9	35.4	10.6	1.0	0.5	100.0
No asiste con frecuencia	12.2	9.9	65.6	10.9	1.5		100.0
Nunca asiste	13.7	12.3	32.9	38.4	1.4	1.4	100.0
Otro	16.7	13.9	19.4	11.1	36.1	2.8	100.0
Nr	27.3	9.1	54.5	9.1			100.0
<i>Total</i>	<i>22.6</i>	<i>18.9</i>	<i>44.0</i>	<i>11.1</i>	<i>2.9</i>	<i>0.4</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 15. Comparación entre creencias religiosas de jóvenes y adultos

<i>Adultos ¿Cuál es su religión?</i>	<i>Jóvenes ¿Cuál es su religión?</i>																<i>Total adultos (%)</i>	
	<i>Anglicana (%)</i>	<i>Adventista (%)</i>	<i>Católica (%)</i>	<i>Bautista (%)</i>	<i>Cristiana (%)</i>	<i>Evangélico (%)</i>	<i>Luz del Mundo (%)</i>	<i>Mormón (%)</i>	<i>Ortodoxo (%)</i>	<i>Testigo de Jehová (%)</i>	<i>No creyente (%)</i>	<i>Agnóstico (%)</i>	<i>Ateo (%)</i>	<i>Creyente (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Ninguna (%)</i>		<i>Nr (%)</i>
Anglicana			50.00		50.00													100
Adventista		25.00	25.00		25.00											25.00		100
Católica	0.10	0.50	85.50	0.20	3.80	0.40	0.10		0.40	0.80	0.10	1.70	1.70	0.10	4.60	0.20		100
Bautista			50.00		50.00													100
Cristiana	1.20		25.90		60.00	2.40				2.40						8.20		100
Evangélico			50.00		10.00	30.00						10.00						100
Luz del Mundo			71.40		14.30		14.30											100
Mormón			33.30					66.70										100
No creyente		7.70	53.80			7.70				7.70			7.70		15.40			100
Ateo			66.70									33.30						100
Creyente			41.70		8.30				2.80			2.80	36.10		8.30			100
Ninguna			34.60		9.60	1.90				1.90		3.80	3.80		44.20			100

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 16. Principal razón por la cual no se participa en alguna organización

<i>Adultos</i> ¿Cuál es el principal motivo por el que no participa (o no ha participado) en dichas organizaciones?	<i>Jóvenes</i> ¿Cuál es el principal motivo por el que no participa (o no ha participado) en dichas organizaciones?							<i>Total (%)</i>
	<i>No confío en los organizadores (%)</i>	<i>No me interesan las cuestiones sociales (%)</i>	<i>No creo que sirva para nada (%)</i>	<i>Nunca he tenido la oportunidad (%)</i>	<i>No tengo tiempo (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Nr (%)</i>	
No confío en los organizadores	24.0	14.7	16.0	18.7	21.3	2.7	2.7	100.0
No me interesan las cuestiones sociales	10.8	26.5	9.8	15.7	31.4	2.9	2.9	100.0
No creo que sirva para nada	13.9	27.8	5.6	19.4	30.6	1.4	1.4	100.0
Nunca he tenido la oportunidad	5.5	10.1	15.6	32.1	31.2	2.8	2.8	100.0
No tengo tiempo	6.8	9.9	7.8	23.5	44.9	4.8	2.4	100.0
Otro	6.7	13.3		26.7	33.3	20.0		100.0
Nr	4.5	13.6	13.6	4.5	40.9		22.7	100.0
<i>Total</i>	<i>9.7</i>	<i>14.9</i>	<i>10.0</i>	<i>22.2</i>	<i>36.3</i>	<i>3.8</i>	<i>3.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

LAS DIFERENCIAS DE LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA
ENTRE LOS JÓVENES Y LOS ADULTOS

Las prácticas de participación política más allá de los procesos electorales requieren de varias precisiones. Algunas de ellas, si bien no son catalogadas usualmente como formales, tienen, por decirlo así, cierto grado de institucionalización en el país. Por ejemplo, marchas, plantones, pintas son parte del repertorio de la protesta social y política, y han sido empleadas tradicionalmente, ya que frecuentemente tienen eficacia para que el gobierno atienda las demandas sociales. En consecuencia, si bien hemos distinguido la participación política en institucional o formal; no formal, y aquella asociada a las redes sociales que están respaldadas por las nuevas tecnologías de información, encontramos que algunas de las formas de participación usualmente estimadas como informales se pueden considerar institucionalizadas porque son formas a las cuales se recurre con frecuencia y como parte usual de las expresiones políticas. Profundizaremos en cada una de ellas comparando la participación de adultos y jóvenes.

Se ha encontrado que las prácticas políticas de los adultos también influyen sobre aquellas que realizan los jóvenes que habitan en el mismo hogar. Por ejemplo, cuando los adultos envían cartas a los periódicos, 31% de los jóvenes también las han remitido y, por el contrario, cuando los adultos no tienen esta práctica de protesta, solamente 3% de los jóvenes lo hacen.

Por lo que se refiere a la participación en marchas y plantones, encontramos que en el caso de que los adultos hayan participado en ellos, 29% de los jóvenes que viven en el mismo hogar también lo han hecho y, por el contrario, en el caso de que los adultos hayan respondido negativamente, solamente 5% de los jóvenes que viven con ellos han asistido a ellos.

Cuadro 17. Participación en acciones de protesta como enviar cartas a los periódicos

<i>Adultos</i> <i>¿Usted ha participado en mandar cartas a los periódicos?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Usted ha participado en mandar cartas a los periódicos?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	31.3	68.8		100.0
No	3.1	96.1	0.8	100.0
Nr		77.8	22.2	100.0
<i>Total</i>	<i>3.8</i>	<i>95.3</i>	<i>0.9</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 18. Participación en acciones de protesta como marchas y plantones

<i>Adultos</i> <i>¿Usted ha participado en acciones de protesta como marchas o plantones?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Usted ha participado en acciones de protesta como marchas o plantones?</i>			<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Sí	28.6	71.4		100.0
No	5.2	93.9	0.8	100.0
Nr		70.6	29.4	100.0
<i>Total</i>	<i>6.6</i>	<i>92.3</i>	<i>1.2</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Un porcentaje de jóvenes más bajo (20%) ha realizado pintas en paredes cuando los adultos también lo han hecho y 3% en caso de que los adultos no empleen esta forma de protesta.

El bloqueo a edificios es un recurso más empleado por los jóvenes (30%) cuando los adultos que viven en el mismo hogar también lo han utilizado. En caso contrario, solamente 3% de los jóvenes ha utilizado esta forma de protesta.

Cuadro 19. Participación en acciones de protesta como pintas en paredes

<i>Adultos</i> <i>¿Usted ha participado en hacer pintas en paredes?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Usted ha participado en hacer pintas en paredes?</i>			<i>Total (%)</i>
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Nr (%)</i>	
Sí	20.0	80.0		100.0
No	3.0	96.0	1.0	100.0
Nr	9.1	54.5	36.4	100.0
<i>Total</i>	<i>3.2</i>	<i>95.5</i>	<i>1.3</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuando los adultos participaron en reuniones con el propósito de defender los derechos humanos, o el medio ambiente y los animales, se involucraron en ello, 66% de los jóvenes en el primer caso y 60% en el segundo.

En cuanto a la asistencia a fiestas y conciertos, 92% de los jóvenes lo hicieron cuando también los adultos habían

Cuadro 20. Participación en acciones de protesta como bloqueo de calles, edificios públicos y otros

<i>Adultos</i> <i>¿Usted ha participado en bloquear el paso en las calles, o el acceso a edificios públicos, a la escuela, o a una empresa privada</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Usted ha participado en bloquear el paso en las calles, o el acceso a edificios públicos, a la escuela, o a una empresa privada</i>			<i>Total (%)</i>
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Nr (%)</i>	
Sí	30.5	69.5		100.0
No	2.9	96.2	0.9	100.0
Nr		70.6	29.4	100.0
<i>Total</i>	<i>4.1</i>	<i>94.6</i>	<i>1.3</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 21. Participación en acciones en favor de los derechos humanos

<i>Adultos</i> <i>¿Asistió a eventos a favor de los derechos humanos?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Asistió a eventos a favor de los derechos humanos?</i>		<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	
<i>Sí</i>	66.7	33.3	100.0
<i>No</i>	25.0	75.0	100.0
<i>Total</i>	<i>38.9</i>	<i>61.1</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 22. Participación en acciones a favor de la protección del medio ambiente y los animales

<i>Adultos</i> <i>¿Asistió a eventos para la conservación del medio ambiente o de los animales?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Asistió a eventos para la conservación del medio ambiente o de los animales?</i>		<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	
<i>Sí</i>	60.0	40.0	100.0
<i>No</i>	62.5	37.5	100.0
<i>Total</i>	<i>61.5</i>	<i>38.5</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

asistido a ellas, y el porcentaje de jóvenes que asistió independientemente de los adultos es uno de los más altos, 46%, lo que muestra que la participación en estos eventos sí está marcada por la distancia generacional.

La percepción sobre la eficacia del voto entre adultos y jóvenes muestra una relación porque cuando los adultos la consideran efectiva, lo mismo sucede entre los jóvenes; por el contrario, cuando los primeros la consideran inefectiva,

Cuadro 23. Asistencia a conciertos o fiestas

<i>Adultos</i> <i>¿Asistió a eventos de</i> <i>entretenimiento (conciertos,</i> <i>fiestas)?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Asistió a eventos de entretenimiento</i> <i>(conciertos, fiestas)?</i>		<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Sí</i> <i>(%)</i>	<i>No</i> <i>(%)</i>	
<i>Sí</i>	92.6	7.4	100.0
<i>No</i>	46.2	53.8	100.0
<i>Total</i>	<i>77.5</i>	<i>22.5</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

los segundos también. Dado que la tendencia es considerar el voto como poco efectivo, el porcentaje de jóvenes y adultos que lo consideran inefectivo es tendencialmente mayor.

Ello coincide con otros estudios realizados sobre cultura política, en los cuales el desencanto en la política tiene mayor peso entre los jóvenes que entre los adultos, aun cuando afecta a ambos grupos de edad. En términos porcentuales, no obstante que los adultos consideren muy efectivo pedir ayuda a un político o funcionario influyente, 50% de los jóvenes que conviven con esos adultos perciben esta acción como poco efectiva, y 22% nada efectiva. Solamente 21% la considera efectiva. Cuando los adultos la consideran nada efectiva, 64% de los jóvenes coinciden con esa opinión.

A diferencia, los jóvenes disienten de los adultos en que la organización vecinal sea eficiente para presionar en las decisiones de los políticos, ya que solamente 16.3% la considera efectiva, y 80% entre poco y nada efectiva. Los jóvenes dan mayor importancia a los medios de comunicación, ya que 36% coincide con los adultos en que pueden ser muy efectivos para presionar a los políticos, sin que el entusiasmo por los mismos pueda permitir afirmar que más populares entre ellos. Sobre todo si consideramos que 60% los considera sean los poco a nada efectivos.

Cuadro 24. Percepción sobre la efectividad de presionar a las autoridades mediante el voto

<i>Adultos</i> <i>¿Qué tan efectivo es presionar con el voto a las autoridades?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Qué tan efectivo es presionar con el voto a las autoridades?</i>					<i>Total (%)</i>
	<i>Muy efectivo (%)</i>	<i>Poco efectivo (%)</i>	<i>Nada efectivo (%)</i>	<i>Ns (%)</i>	<i>Nr (%)</i>	
Muy efectivo	42.4	30.6	23.5	3.5		100.0
Poco efectivo	8.5	52.3	36.3	3.0		100.0
Nada efectivo	4.6	26.4	64.4	4.5	0.2	100.0
Ns	10.2	16.3	51.0	18.4	4.1	100.0
Nr		41.7	41.7		16.7	100.0
<i>Total</i>	<i>8.8</i>	<i>36.7</i>	<i>49.8</i>	<i>4.3</i>	<i>0.4</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 25. Percepción sobre la efectividad de pedir apoyo a funcionarios

<i>Adultos</i> <i>¿Qué tan efectivo es pedir ayuda a un político o funcionario influyente?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Qué tan efectivo es pedir ayuda a un político o funcionario influyente?</i>					<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Muy efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Poco efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Nada efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Ns</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Muy efectivo	21.3	50.6	22.5	5.6		100.0
Poco efectivo	6.8	54.0	37.3	1.9		100.0
Nada efectivo	2.8	28.9	63.6	4.5	0.2	100.0
Ns	6.4	27.7	51.1	12.8	2.1	100.0
Nr	10.0	20.0	50.0		20.0	100.0
<i>Total</i>	<i>5.9</i>	<i>40.4</i>	<i>49.6</i>	<i>3.8</i>	<i>0.3</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 26. Percepción sobre la efectividad de participar en una organización vecinal para presionar al gobierno

<i>Adultos</i> <i>¿Qué tan efectivo es participar en una organización vecinal para presionar a los políticos?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Qué tan efectivo es participar en una organización vecinal para presionar a los políticos?</i>					<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Muy efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Poco efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Nada efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Ns</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Muy efectivo	16.3	50.0	30.8	2.9		100.0
Poco efectivo	12.0	49.8	34.9	3.1	0.2	100.0
Nada efectivo	4.2	34.5	56.8	4.4	0.2	100.0
Ns	7.0	28.1	36.8	24.6	3.5	100.0
Nr	10.0	30.0	30.0	10.0	20.0	100.0
<i>Total</i>	<i>8.5</i>	<i>41.6</i>	<i>44.7</i>	<i>4.7</i>	<i>0.5</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 27. Percepción sobre la efectividad de acudir a los medios de comunicación para denunciar al gobierno o a los políticos

<i>Adultos</i> <i>¿Qué tan efectivo es publicar cartas en los periódicos o hacer denuncias ante los medios?</i>	<i>Jóvenes</i> <i>¿Qué tan efectivo es publicar cartas en los periódicos o hacer denuncias ante los medios?</i>					<i>Total</i> <i>(%)</i>
	<i>Muy efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Poco efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Nada efectivo</i> <i>(%)</i>	<i>Ns</i> <i>(%)</i>	<i>Nr</i> <i>(%)</i>	
Muy efectivo	36.4	35.7	24.0	3.9		100.0
Poco efectivo	12.1	46.0	38.0	3.9		100.0
Nada efectivo	5.4	29.2	60.8	4.3	0.3	100.0
Ns	15.7	18.6	38.6	25.7	1.4	100.0
Nr	10.0	30.0	40.0		20.0	100.0
<i>Total</i>	<i>11.6</i>	<i>35.3</i>	<i>47.5</i>	<i>5.2</i>	<i>0.4</i>	<i>100.0</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

En todo caso, de todas las prácticas arriba mencionadas, curiosamente el voto y tomar edificios o bloquear calles son las catalogadas como más eficientes de todas. Lo anterior es interesante porque usualmente se considera que quienes están convencidos de la fuerza o influencia del voto, usualmente rechazan medidas que pueden catalogarse como ilegales. En todo caso, el porcentaje de entrevistados jóvenes que coincide con los adultos en que ambos métodos son los más eficientes es porcentualmente similar y se mantiene arriba del 42 por ciento.

Del conjunto de los resultados arriba mostrados, se desprende que la distancia existente entre jóvenes y adultos en el campo de las concepciones y prácticas políticas es menor a lo que usualmente se supone; es decir, en el ámbito político, con excepción de algunos rubros particulares, en lo general los jóvenes y los adultos muestran similitudes que obligan a reflexionar más cuidadosamente en si los primeros son particularmente diferentes.

EL ANÁLISIS DE LOS *CLUSTERS*: PARTICIPACIÓN Y ENTORNO POLÍTICO

Muchos de quienes han analizado la participación han buscado explicar las diferencias en ella con base en el modelo SES (*socioeconomic status*), encontrando que la participación está relacionada con recursos individuales como ingreso y educación. No obstante, también se requiere profundizar en los factores relacionados con el contexto sociopolítico, el cual puede explicar las diferencias en la participación político-cultural de jóvenes y adultos, los contenidos de dicha participación entre entrevistados ubicados en diferentes contextos sociopolíticos de prevalencia o competencia electoral y, al mismo tiempo, determinar si son relativamente consistentes con aquellas prácticas políti-

co-culturales vinculadas al carácter ideológico de los partidos.

Diversos analistas sostienen, con base en encuestas analizadas mediante ejercicios de estadística multivariada, que la intensidad y las formas de participación⁸ se correlacionan con variables como el estatus socioeconómico, los factores demográficos, los valores políticos (las actitudes democráticas o autoritarias), la percepción de la eficacia política,⁹ el compromiso político y la evaluación del contexto. Dichos estudios han ofrecido propuestas, como el modelo del “voluntarismo cívico”, mediante el cual Verba, en junto con Schlozman y Brady (1995), han buscado explicar las causas de la participación política individual. Dicho modelo conjuga elementos como el estatus social y el *rational choice* para explicar cómo y por qué los ciudadanos participan en política. Los autores sostienen que los ciudadanos con bajos ingresos generalmente carecen de recursos, tiempo y sustento cívico como para participar en asuntos públicos.¹⁰

La propuesta es indudablemente sugerente, pero la estrategia analítica no ahonda en procesos de participación contextualizados; es decir, establece las oportunidades y limitaciones estructurales y políticas, así como el efecto de las prácticas político-culturales a las que están expuestos los ciudadanos cuando interactúan con el sistema político-gubernamental, los contenidos de las experiencias que deri-

⁸ Verba identifica estas formas de participación como: actividad en campañas electorales, votar y actividades comunales (Verba, Nie y Kim, 1978).

⁹ Que Almond y Verba (1963) denominaban *competencia política* y Lipset (1993: 155) *eficacia política*, la cual predispone a los individuos a la participación o el compromiso políticos. Por lo demás, Verba, Nie y Kim (1971) sostienen que la eficacia es un factor que permite al analista predecir las diferentes formas de participación política que un ciudadano puede escoger.

¹⁰ Para una crítica del modelo véase Lawless y Fox, 2001.

van de dicha interacción (participativa o no), y sus consecuencias en las percepciones sobre las formas y alcances de la participación.

Las percepciones ciudadanas sobre la política no necesariamente revelan las prácticas político-culturales con las que interactúan, como tampoco la dinámica que favorece la profunda desigualdad social y propicia la dependencia y subordinación de los sectores más desfavorecidos a los intermediarios políticos. Los contenidos de la participación (o no participación) ciudadana son culturales, pero matizados por relaciones políticas entre ciudadanos y gobiernos asociados a partidos políticos; y relaciones de carácter local, estatal o federal. Las percepciones sobre la política derivan de la cultura, pero ésta es consecuencia de un cierto ordenamiento de las relaciones políticas, por lo que ambas están estrechamente interconectadas. La clase y sector social al que se pertenece propicia formas distintivas de participación y contenidos de las prácticas político-culturales a las que están asociadas; las cuales, a su vez, disponen las formas de participación posible.

Por lo anterior, hemos puesto particular interés en contextualizar la participación ciudadana y ahondar en las interinfluencias con partidos y gobierno, especialmente cuando a través de ella se busca encauzar las decisiones gubernamentales relativas al destino de los recursos públicos (Tejera, 2012a, 2012b). Se requiere algo más que la democracia política para modificar las políticas públicas, como muestra Cleary (2007) en su análisis de 2 400 municipios del país de 1989 a 2000, porque la competencia electoral no ha sido una práctica que modifique significativamente la calidad del ejercicio de gobierno, mientras que la participación ciudadana no electoral sí influye en su desempeño. Lo anterior nos previene, como se ha dicho al inicio de este texto, de suscribir definiciones restringidas de democracia, las cuales usualmente privilegian las elecciones por encima de

otras de sus dimensiones.¹¹ Las elecciones hacen a la posible democracia, pero la participación más allá del voto influye más eficazmente sobre las decisiones gubernamentales.

Al elaborar el sustento teórico de la encuesta sobre la cultura política de los jóvenes, se propusieron dos cuestiones: *a)* que la cultura política se configura en el ámbito de las relaciones de poder como un proceso donde la experiencia resulta de experimentar lo practicado y lo ejercido en la política en el ámbito local; *b)* la identidad política se alimenta, por un lado, de la vivencia derivada de la consolidación de estructuras que actúan en el espacio local y, por el otro, de experiencias particulares de carácter coyuntural, caso de las identificaciones políticas derivadas de los procesos de personalización de la política propios de las estrategias donde los medios influyen sobre las percepciones. Personalización producto de la videopolítica (Sartori, 1998: 63 y ss.) que, suplantando las relaciones “cara a cara”, las convierte en enlaces mediáticos, transformando los vínculos entre ciudadanos y políticos en juegos de máscaras donde éstos se colocan las adecuadas a las expectativas de los “públicos” que “conocen” a través de encuestas y sondeos.¹² Dicha personalización es posible en la medida en que se han generado nuevos fenómenos culturales como producto de la modernidad (aun cuando ésta sea de tercer mundo) que se engarzan con la política.¹³

¹¹ Lynn (2000: 96-97). En consecuencia, la democracia es una noción más amplia que un procedimiento para la elección de representantes, como Sartori ha sostenido.

¹² Encuestas que construyen imágenes políticas con base en las expectativas ciudadanas. Al respecto véanse Newman, 1994; Friedenberg, 1997: 31-35.

¹³ Al respecto, desde hace dos décadas Lipovetsky (1986) advertía: “El florecimiento de los nuevos *mass media*, la tele en particular, por importante que sea, no puede explicar fundamentalmente esa promoción de la personalidad, esa necesidad de confeccionarse semejante imagen de

A partir de estos dos enfoques, hemos buscado detectar en los resultados de la encuesta, por un lado, los aspectos de mediano plazo que pueden haber influido en las percepciones políticas, en combinación con la experiencia particular a dos niveles; la experiencia de participación no electoral y, en todo caso, electoral. Para ello se ha buscado establecer las variantes entre el comportamiento político de las secciones electorales (SE) en las zonas metropolitanas (ZM) escogidas para la realización de la encuesta, buscando determinar si en los cinco *clusters* se expresan comportamientos y percepciones políticas diferentes y destacar los aspectos más distintivos; por otro, determinar las particularidades de la participación política de jóvenes y adultos, así como los aspectos en que muestran características comunes o no diferenciadas.

El enfoque con el cual se ha diseñado esta encuesta permite, en mi opinión, elaborar nuevas propuestas sobre la cultura y la política porque propone que el entorno político local matiza la forma en que la política se actúa y percibe. Por ejemplo, en cuanto a la forma en que se obtiene información sobre la política y la confianza hacia ella; la participación política no institucional, de protesta, y las razones de participación o no; el seguimiento a candidatos y la asociación entre candidatos, partidos, identificaciones o percepciones sobre partidos, y la relación entre poder político y

marca. La política personalizada corresponde a la emergencia de esos nuevos *valores* que son la cordialidad, las confidencias íntimas, la proximidad, la autenticidad, la personalidad, valores individualistas-democráticos por excelencia desplegados a gran escala para el consumo de las masas..., si bien es cierto que existe un marketing político programado y cínico, también lo es decir que las estrellas políticas no hacen más que conectar con el hábitat posmoderno del *homo democraticus*, con una sociedad ya personalizada deseosa de contacto humano, refractaria al anonimato, a las lecciones pedagógicas abstractas, al lenguaje tópico de la política, a los roles distantes y convencionales” (25-26).

ciudadanía. En la dinámica de las relaciones político-culturales, los partidos políticos se deben considerar como *organizaciones culturales* ya que, como plantea Alonso (1994: 115): “*crean y propagan un tipo de cultura que tiene que ver con los simbolismos de conseguir y desempeñar el poder*” (cursivas nuestras). Los partidos generan lazos simbólicos y tienden a compartir una ideología política, un cierto estilo de vida (Lomnitz y Melnick, 2000: 10). Además, ejercen *prácticas políticas* con base en imaginarios sobre, por ejemplo, la ciudadanía y el ejercicio gubernamental. Las discordancias y consonancias entre dichas prácticas políticas y las actitudes y expectativas ciudadanas develan las propiedades del contexto cultural que engloba las relaciones políticas en las relaciones cara a cara. El proselitismo partidario busca generar nuevas fronteras de sentido con el propósito de obtener el apoyo ciudadano para alcanzar el poder. Dicho proselitismo bosqueja formas de ser y actuar ciudadanos (Bolos, 1995; Salles, 2000: 274). Las acciones gubernamentales también contienen mensajes implícitos que están imbricados tanto en las prácticas informales como en las reglas de aplicación de, por ejemplo, el gasto social o de lo que significa la democracia (Paley, 2002). Dichas prácticas y reglas acotan los alcances de los derechos ciudadanos al configurar sus percepciones, ya que las políticas públicas son procesos *performativos* (Alexander, 2004) que al desplegarse develan roles, jerarquías, exigencias, deberes y derechos, entre otros, mediante los cuales se “empapa” a los ciudadanos del significado de las relaciones sociopolíticas y los procesos de gobernanza (Prozorov, 2004: 268).

De los tres partidos estudiados (PAN, PRD y PRI), el primero es el que más corresponde a una forma de vida. Sus militantes pertenecen a la clase media, se educan en escuelas privadas, son comerciantes, oficinistas de rango medio o alto y comparten la fe cristiana. Además, se ubican en zonas más o menos delimitadas. Como lo plantea Gómez Tagle (2000: 43-44) al referirse al Distrito Federal:

A partir de mis propias investigaciones tengo la hipótesis de que efectivamente hay zonas de alta consolidación urbana que han sido consistentemente panistas como las delegaciones Benito Juárez, Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón y Coyoacán, principalmente, lo cual permitió al PAN colocarse como segunda fuerza política en el Distrito Federal desde los años sesenta [...] su techo de votación ha estado marcado por el perfil socioeconómico de sus votantes.

Las acciones instrumentales o reflexivas que acompañan una política gubernamental están codificadas por un horizonte de significación, matizado por relaciones de poder y dominación entre ciudadanía y funcionarios públicos. Este horizonte propicia tanto modos de percepción, vocabulario, tipos de autoridad y formas mediante las cuales quienes participan de éste se juzgan a sí mismos y a los demás (Foucault, 1991; Murray, 2007), como comportamientos sustentados en la educación de deseos y el establecimiento de hábitos, aspiraciones y creencias. En su conjunto, todos ellos delinearán cómo se interactúa en diversos ámbitos de condensación social en los cuales los actores políticos confluyen alrededor de cuestiones como los procesos electorales, o la participación y representación ciudadanas como formas particulares de relación entre gobierno y ciudadanos, matizadas por el contenido político-cultural que los diversos actores asignan a la participación (Shore, 2010: 29), la cual se convierte en un símbolo condensado, ambiguo y multiséntico sobre lo social, la sociedad civil y la ciudadanía (Ahluwalia, 1999).

En términos generales, se ha buscado establecer la relación entre jóvenes, democracia y participación política, vinculándola con los parámetros de selección establecidos en la encuesta; es decir, la correlación entre los *clusters* mediante los cuales se eligieron las secciones electorales, y las particu-

laridades existentes en términos de preferencia electoral como la base para realizar una comparación entre ellas y establecer si las diferencias son significativas.

La propuesta es que la prevalencia de un partido político en ciertas zonas metropolitanas genera diferencias en las prácticas políticas que, por ejemplo, los gobiernos emplean al implantar sus políticas públicas (fomento a la cultura, apoyo a la educación y al deporte entre los jóvenes). En estas circunstancias, la participación de los jóvenes y los adultos en diversos espacios, así como sus percepciones sobre los fenómenos asociados a la política, serán diferentes dependiendo del partido que ha prevalecido como predominante en los espacios electorales. En otros términos, es posible establecer diferencias en la participación político-cultural de jóvenes y adultos y los contenidos de dicha participación al ubicarlos en diferentes contextos sociopolíticos de prevalencia o competencia electoral. También es posible determinar si son relativamente consistentes con las prácticas político-culturales asociadas al carácter ideológico de los partidos y las prácticas políticas que utilizan para relacionarse con la población en general y los jóvenes en particular. En el análisis buscamos ahondar en dichas diferencias con base en las características que han mostrado los tres principales partidos que actúan en la escena nacional y que hemos estudiado en los últimos quince años: el PAN, el PRI y el PRD.

Cabe recordar que en los criterios metodológicos empleados para realizar la encuesta, de las 32 068 secciones electorales de las 76 áreas metropolitanas del país, se escogieron al azar 500 secciones electorales divididas, a su vez, en cinco *clusters* de comportamiento electoral en las tres últimas elecciones legislativas (2003, 2006 y 2009). En el primer *cluster* el PAN muestra un promedio de 56% de preferencia electoral, en el segundo el PAN 43%, en el tercero el PRI 54%, en el cuarto la izquierda con 43%, mientras que en el último, hay cierto equilibrio entre las preferencias electo-

rales (PAN 33%, PRI 31% y PRD 27%), lo que significa que corresponde a secciones electorales disputadas por los tres partidos. Mediante ellos se ha buscado establecer la relación entre ejercicio partidario-gubernamental, y las particularidades o tendencias en la participación que muestran jóvenes y adultos con base en tres indicadores generales: *a)* la participación cívica que, como ya se ha dicho, es aquella compuesta por un conjunto de actividades en la esfera pública que tienden a impulsar *el contenido colectivo de lo social*; *b)* la participación política en sus expresiones electoral (formal), *no formal* y la relacionada con redes vinculadas a las TIC. La propuesta ha sido que las prácticas político-culturales de los jóvenes están matizadas por estructuras de poder y configuración cultural asociadas a éstas. En este sentido, las formas de participación son aprendidas, reproducidas o modificadas por los contextos político-gubernamentales que se constituyen en vivencia. Por tanto, es posible asociar formas específicas de ejercicio del poder y relaciones sociopolíticas que moldean las formas de participación cívica y política de jóvenes y adultos.

Con el propósito de sintetizar los resultados que presentaremos, en cuanto a la participación, nos hemos concentrado en la información de 27 preguntas, las cuales han sido organizadas con base en cinco variables:

- Forma de participación (cívica, electoral o política)
- Percepción sobre la eficacia de la participación (en rojo en el rubro de participación)
- Actividades o formas de participación
- *Cluster* en que se ubica la participación (con base en los cinco conglomerados obtenidos en el análisis estadístico)
- Pertenencia a grupo (jóvenes o adultos) con base en los criterios de la encuesta (jóvenes de 18 a 29 años según el criterio del INEGI)

En el siguiente cuadro de contingencia (cuadro cruzado) puede observarse que la información ha sido organizada por tipo de participación (Sí o No pertenece o ha participado en una organización, asociación, equipo o grupo estudiantil), dividida en porcentajes de adultos y jóvenes (los cuales, por el procedimiento de construcción del cuadro en SPSS, se clasifican como No seleccionado y Seleccionado, respectivamente) y clasificada con base en los *clusters* electorales resultantes de la encuesta.

Las 27 preguntas, como se ha dicho, se han clasificado en participación cívica, electoral y política (la asistencia a fiestas o conciertos no se ha agrupado y queda bajo el rubro NC en el cuadro 29). Se han elaborado dos cuadros para facilitar su lectura y, como puede apreciarse, se han marcado en ellos los porcentajes más altos de participación (en gris oscuro los porcentajes de jóvenes y en gris claro los porcentajes de adultos) que se muestran en los cinco *clusters* de comportamiento electoral. También hemos destacado con *itálicas* los tipos de participación que son usualmente propios de jóvenes (participación estudiantil) y de adultos (movimientos de pensionados). También hemos distinguido entre aquellos que implican que realmente se ha participado (*negritas*), de los que solamente son una opinión sobre su eficacia (letra normal).

El propósito de los cuadros ha sido proporcionar al lector una visión general de las tendencias que se muestran en la participación de los jóvenes y los adultos en cada uno de los *clusters*, por tipo de participación. Como se verá, ello marca pautas asociadas a las expresiones electorales en cada uno de los *clusters*.

La participación en el cuadro 29 ha sido dividida en cívica y electoral (la asistencia a fiestas o conciertos no ha sido clasificada, aunque se ha incluido), por un lado; y por el otro, se incluye la participación política. En términos sintéticos, por lo que se refiere a la participación

Cuadro 28. Cuadro de contingencia sobre pertenencia pasada o presente de jóvenes y adultos a una organización estudiantil organizada por *clusters* de comportamiento electoral de secciones

		<i>% de Cluster</i>											
		<i>Cluster</i>											
		<i>PAN 55.93</i>		<i>PAN 42.95</i>		<i>PAN 28.56</i>		<i>PAN 21.19</i>		<i>PAN 33.35</i>		<i>Total</i>	
		<i>PRI 28.51</i>		<i>PRI 40.97</i>		<i>PRI 53.93</i>		<i>PRI 25.50</i>		<i>PRI 31.50</i>			
		<i>IZQ. 9.81</i>		<i>IZQ. 10.19</i>		<i>IZQ. 12.41</i>		<i>IZQ. 43.09</i>		<i>IZQ. 27.07</i>			
		<i>S3 <= 29 (Filter)</i>		<i>S3 <= 29 (Filter)</i>		<i>S3 <= 29 (Filter)</i>		<i>S3 <= 29 (Filter)</i>		<i>S3 <= 29 (Filter)</i>		<i>S3 <= 29 (Filter)</i>	
		<i>No seleccionado</i>	<i>Seleccionado</i>										
¿Pertenece, o ha participado en una organización, asociación, equipo o grupo de este tipo? Estudiantil	Sí	3.8	10.4	1.1	9.5	1.4	10.1		7.0	2.0	9.0	1.7	9.6
	No	96.0	89.2	98.9	90.5	98.6	89.7	99.6	92.3	97.8	91.0	98.2	90.1
	Nr	0.1	0.4		0.1		0.3	0.4	0.7	0.2		0.1	0.3
<i>Total</i>		<i>100</i>	<i>100</i>										

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 29. Cuadro de participación cívico-electoral de jóvenes y adultos organizada por *clusters* de comportamiento electoral de secciones

Tipo de participación	Participación	PAN 55.93		PAN 42.95		PAN 28.56		PAN 21.19		PAN 33.35	
		PRI 28.51		PRI 40.97		PRI 53.93		PRI 25.50		PRI 31.50	
		IZQ. 9.81		IZQ. 10.19		IZQ. 12.41		IZQ. 43.09		IZQ. 27.07	
		A	J	A	J	A	J	A	J	A	J
Cívico	Protección animales	0.9	2.7	2.2	3.8	0.5	1.8	3.6	1.8	0.8	3.5
Cívico	Padres de familia	9.1	3.1	9.9	7.2	10.4	2.3	5.2	4.0	9.6	5.9
Cívico	Condominal, vecinal o barrio	2.6	4.3	6.7	5.5	3.0	1.4	3.1	2.2	8.1	2.8
Cívico	Beneficencia	4.2	4.4	5.7	7.7	1.3	2.9	5.9	2.9	2.6	2.9
Cívico	Participar en una organización vecinal	9.9	6.8	14.5	11.0	5.3	6.0	20.0	15.7	9.6	8.6
Cívico	Estudiantil	3.8	10.4	1.1	9.5	1.4	10.1		7.0	2.0	9.0
Cívico	Religiosa	7.2	11.0	9.7	9.5	4.4	7.1	7.4	10.0	8.4	5.0
Cívico	Deportiva, cultural o artística	8.7	23.1	8.1	18.2	7.5	17.5	15.3	18.5	6.9	20.8
Cívico	A favor de derechos humanos	21.4	35.3	51.4	55.0	53.5	14.3	45.3	57.6	29.8	37.7
Cívico	Conservación del medio ambiente	24.8	35.6	49.0	43.4	4.3	35.2	34.6	35.8	75.0	47.7
Electoral	Presionar con el voto a las autoridades	9.3	6.8	10.3	7.8	4.6	5.5	17.4	11.1	7.8	5.5
Electoral	Mitin o reunión de candidato político	81.4	14.7	70.1	36.0		10.8		19.8		19.0
Nc	Entretenimiento (fiesta o concierto)	67.2	65.5	89.9	66.3	52.5	65.5	79.9	68.8	68.2	63.8

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

de carácter cívico-electoral, del cuadro elaborado se desprende lo siguiente:

- La participación en organizaciones estudiantiles, religiosas y de carácter deportivo, cultural o artístico es más común en las secciones donde el PAN ha prevalecido en las tres últimas elecciones.
- Las redes que se han tejido con base en actividades estudiantiles de carácter no contestatario, promovidas por las comunidades religiosas (fundamentalmente católicas), junto con las de carácter deportivo o artístico, están usualmente vinculadas. Las tres destacan con porcentajes de 10.4, 11 y 23%, respectivamente.
- La protección de animales, las asociaciones de padres de familia, las organizaciones de barrio o vecinales, así como las asociaciones o tareas de beneficencia destacan entre los jóvenes que se ubican en un contexto político competitivo entre el PAN y el PRI.
- Los jóvenes y adultos que participan en organizaciones vecinales muestran un mayor porcentaje en el cuarto *cluster*, donde la izquierda es preponderante.

Las diferentes formas de participación cívica parecen corresponder con políticas gubernamentales y estrategias proselitistas partidarias asociadas con los partidos que gobiernan en las zonas metropolitanas analizadas. La insistencia del PAN de trabajar con asociaciones religiosas, estudiantiles y deportivas continúa siendo una de las prácticas usuales en las zonas donde gobierna. En el caso de las zonas donde el PRI y el PAN rivalizan, parece existir competencia por impulsar la organización vecinal o barrial, así como las acciones de beneficencia, las cuales son importantes en términos cívico-políticos porque impulsan las identidades políticas. En las actividades de participación electoral se encuentra lo siguiente:

- Los jóvenes son atraídos o contratados a participar en cuestiones electorales por los partidos políticos, y en los últimos años (antes del 2012) encontramos, durante la investigación etnográfica previa y durante las elecciones del 2012, que se contrataron jóvenes de bajos recursos para que realizaran actividades proselitistas. Este procedimiento utilizado por todos los partidos era claramente destacado en el PAN y el PRI. Quizá por ello en el *cluster* donde el PAN y el PRI compiten es donde encontramos el mayor porcentaje de participación de jóvenes en mítines o asistencia a reuniones con candidatos políticos.
- En el *cluster* donde predomina la izquierda, se expresa mayor participación de jóvenes y adultos que consideran que el voto es una forma de presionar a las autoridades. Es probable que en estas secciones electorales por donde la izquierda predomina también lo haga la percepción de que el voto por ella es una forma de llamar la atención del gobierno sobre los problemas que no se resuelven.

Por lo que se refiere a la participación política, en el cuadro 30 destaca lo siguiente: donde el PAN predomina existe un mayor porcentaje de adultos que participan en movimientos contra el gobierno, solicitan apoyos a las organizaciones civiles, y están involucrados en organizaciones de carácter profesional o gremial. También se muestran los porcentajes más altos de jóvenes que participan en paros, envían cartas a periódicos y participan en asociaciones gremiales o profesionales.

En el *cluster* donde existe competencia entre el PAN y el PRI se expresa una mayor participación de los jóvenes en actividades como los grupos u organizaciones de mujeres, homosexuales o ecologistas; un mayor porcentaje participa en marchas, marchas estudiantiles y en movimientos en

contra del gobierno. A su vez, se considera eficaz tanto pedir ayuda a los partidos políticos para que apoyen diversas demandas, como quejarse ante las autoridades.

En donde el PRI ha predominado, se evidencia una cultura política marcada más por las percepciones que por la acción. En efecto, los jóvenes que se ubican en este *cluster* no parecen ser particularmente participativos y tienen tanto una percepción positiva de los políticos y los funcionarios, como de las organizaciones civiles, para resolver problemas.

En el cuarto *cluster*, donde predomina la izquierda, tanto jóvenes como adultos tienen la convicción de que si participan o demandan apoyo, obtendrán resultados positivos. Solicitar apoyo a funcionarios y políticos, publicar cartas, juntar firmas de vecinos y protestar o bloquear las calles son considerados como acciones que podrían ser eficientes. En el caso de los adultos, dirigirse a los medios, juntar firmas de vecinos y protestar en las calles también son considerados eficaces. Sin embargo, en ambos casos en este *cluster* la acción política es baja.

Finalmente, en el *cluster* donde existe competencia entre PRI y PAN, se muestra una mayor participación de los jóvenes en expresiones políticas como bloqueos y pintas. Hay un mayor porcentaje de adultos que participan políticamente en comparación con los que viven en las secciones electorales correspondientes a otros *clusters*. Se congregan los adultos que han realizado huelgas o paros laborales, participado en marchas o plantones, utilizado los bloqueos como forma de protesta o presión, recurrido al apoyo de partidos u organizaciones sociales, y utilizado los medios de comunicación enviando cartas a periódicos.

La participación de jóvenes y adultos en distintas expresiones o actividades implican diversos grados de iniciativa para realizarse, mayor o menor cooperación entre quienes la efectúan, el empleo de diferente cantidad de recursos en tiempo o esfuerzo, y su resultado se expresa en

Cuadro 30. Cuadro de participación político-electoral de jóvenes y adultos organizada por *cluster* de comportamiento electoral de secciones

Tipo de participación	Participación	PAN 55.93		PAN 42.95		PAN 28.56		PAN 21.19		PAN 33.35	
		PRI 28.51		PRI 40.97		PRI 53.93		PRI 25.50		PRI 31.50	
		IZQ. 9.81		IZQ. 10.19		IZQ. 12.41		IZQ. 43.09		IZQ. 27.07	
		A	J	A	J	A	J	A	J	A	J
Político	Profesional	3.0	4.4	1.9	4.2	2.1	2.5	0.4	3.2	2.9	3.3
Político	Pensionado o jubilado	1.8	0.3	4.0	1.1	4.3	0.3	0.3		2.8	0.9
Político	Grupos u organizaciones de mujeres	2.0	0.2	2.7	3.3	0.5	1.0	0.4	1.4	1.6	1.0
Político	Ecologista, feminista u homosexual	1.6	2.3	1.8	2.9	0.5	1.3	3.6	0.7	2.1	2.3
Político	Paro laboral o huelga	2.3	4.1	2.9	2.8	1.6	1.6	0.4	1.0	5.9	3.9
Político	Mandar cartas a periódicos	2.3	4.1	2.9	2.8	1.6	1.6	0.4	1.0	5.9	3.9
Político	Marchas o plantones	4.8	3.3	8.1	9.1	6.9	3.0	4.8	5.6	9.4	7.6
Político	Pintas paredes		2.5	0.9	3.1	0.4	0.7		3.2	5.8	4.4
Político	Bloquear calles, edificios, escuelas o empresas	2.1	2.4	7.2	4.0	4.7	2.4	6.9	2.9	13.0	5.8
Político	Solicitar apoyo de partidos u organizaciones sociales	4.2	3.6	8.3	6.3	7.2	3.4	9.5	5.6	9.3	5.7
Político	Usar redes sociales e internet para difundir información	2.3	12.1	1.4	12.2	1.2	4.8		7.2	4.3	13.2
Político	Pedir ayuda a político o funcionario	6.3	5.8	5.6	6.8	5.6	11.6	12.3	7.0	6.3	5.9

<i>Político</i>	Publicar cartas en los periódicos o denunciar en los medios	10.4	8.7	13.5	14.2	12.8	12.8	17.5	16.2	7.7	6.9
<i>Político</i>	Quejarse ante las autoridades	10.9	4.0	13.5	15.5	8.6	12.8	12.9	11.8	7.9	6.0
<i>Político</i>	Pedir apoyo a una organización civil	13.4	6.3	13.3	8.1	6.5	9.3	12.0	8.6	9.9	2.8
<i>Político</i>	Juntar firmas de vecinos	14.2	16.3	16.8	20.6	11.3	19.6	17.9	25.6	14.0	6.4
<i>Político</i>	Protestar en la calle, bloquear transito o tomar edificios	9.9	7.8	12.4	10.2	8.9	7.6	21.3	29.0	10.3	7.0
<i>Político</i>	Marcha de demandas estudiantiles (no partidaria)	4.5	26.3	71.5	50.0		20.4		13.7	44.8	26.6
<i>Político</i>	Movimiento contra el gobierno	81.4	14.7	70.1	36.0		10.8		19.8		19.0
<i>Político</i>	Pro-derechos humanos	1.3	1.2	3.0	5.0	0.5	1.1	4.1	2.4	0.4	2.5
	Otro	0.4	1.1	0.4	0.4	1.5	1.0	2.1	0.1	0.5	0.2

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 31. Tabla de grados de participación política

<i>Indicador</i>	<i>Participación</i>	<i>Iniciativa</i>	<i>Cooperación</i>	<i>Recursos</i>	<i>Nivel de conflicto</i>
Cívico	Movimiento contra el gobierno	Alta	Alta	Tiempo/alto	Alto
Cívico	Movimiento contra el gobierno	Alta	Alta	Tiempo/alto	Alto
Cívico	Movimiento contra el gobierno	Alta	Alta	Tiempo/alto	Alto
Cívico	Paro laboral o huelga	Alta	Alta	Tiempo/alto	Alto
Cívico	Protestar en la calle, bloquear tránsito o tomar edificios	Alta	Alta	Tiempo/alto	Alto
Cívico	Bloquear calles, edificios, escuelas o empresas	Alta	Alta	Tiempo/medio	Alto
Cívico	Marchas o plantones	Alta	Alta	Tiempo/medio	Alto
Cívico	Marcha de demandas estudiantiles (no partidaria)	Alta	Media	Tiempo/alto	Medio
Cívico	Ecologista, feminista u homosexual	Media/alta	Alta	Tiempo/medio	Alto
Cívico	Grupos u organizaciones de mujeres	Media	Alta	Tiempo/medio	Medio
Cívico	Pensionado o jubilado	Media	Alta	Tiempo/medio	Medio
Cívico	Mandar cartas a periódicos	Media	Baja	Dinero/medio	Bajo
Electoral	Usar redes sociales e internet para difundir información	Media	Baja	Tiempo/bajo	Bajo
Electoral	Pintas paredes	Media	Baja	Tiempo/medio	Medio
Político	Protección animales	Media	Baja	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Padres de familia	Media	Media	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Religiosa	Media	Baja	Tiempo/bajo	Bajo

Político	Profesional	Media	Baja-media	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Deportiva, cultural o artística	Media	Media	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Estudiantil	Media	Media	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Quejarse ante las autoridades	Media	Baja	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Juntar firmas de vecinos	Media	Media	Tiempo/medio	Bajo
Político	A favor de derechos humanos	Media	Media	Tiempo/medio	Medio
Político	Conservación del medio ambiente o animales	Media	Media-alta	Tiempo/medio	Medio
Político	Pro derechos humanos	Media-alta	Alta	Tiempo/medio	Alto
Político	Participar en una organización vecinal	Media-alta	Media	Tiempo/medio	Medio
Político	Presionar con el voto a las autoridades	Baja	Baja	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Publicar cartas en los periódicos o denunciar en los medios	Baja	Baja	Dinero/medio	Medio
Político	Beneficencia	Baja	Baja	Dinero/bajo	Bajo
Político	Solicitar apoyo de partidos u organizaciones sociales	Baja	Baja	Tiempo/bajo	Alto
Político	Mitin o reunión de candidato político	Baja	Baja	Tiempo/bajo	Bajo
Político	Pedir apoyo a una organización civil	Baja	Baja	Tiempo/medio	Bajo
Político	Pedir ayuda a político o funcionario	Baja	Baja	Tiempo/medio	Bajo
Político	Condominal, vecinal o barrio	Baja	Media	Tiempo/bajo	Medio

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

distintos niveles de conflictividad social. Por esta razón, más allá de la participación en dichas actividades, se requiere ubicar cuáles de ellas implican un mayor esfuerzo o inversión en iniciativa, cooperación, recursos, y son socialmente más conflictivas que otras. Con ese propósito se ha elaborado la siguiente tabla cuya clasificación es tentativa porque está sujeta a variables como el contexto y las características de los involucrados, pero es un intento para caracterizar la participación que se manifiesta en los diferentes *clusters*.

Las actividades con mayores niveles o grados de esfuerzo e inversión, son los movimientos contra el gobierno, las huelgas y las protestas callejeras; mientras que aquellas como publicar denuncias en los periódicos, la beneficencia, solicitar apoyo a los partidos o a una organización civil son las que requieren menos esfuerzo o inversión. Ahora bien, para establecer las diferencias entre la participación mostrada por jóvenes y adultos en cada uno de los *clusters*, se han formalizado numéricamente los diferentes grados o niveles de los aspectos que implica la participación, lo que ha arrojado el cuadro 32, ordenado de menor a mayor puntaje.

Con base en ese puntaje, se ha reorganizado el cuadro de participación, con lo que las actividades de jóvenes y adultos ubicados en los diferentes *clusters* se modifican como se ve en el cuadro 33.

Al organizarse los cuadros 29 y 30 con base en los criterios expuestos, la participación que se muestra en los cinco *clusters* nos permite hacer algunas reflexiones:

- En el primer *cluster*, donde el PAN ha sido predominante en las últimas tres elecciones consideradas en el análisis, la participación de los jóvenes se concentra en las actividades estudiantiles, deportivas, culturales o artísticas; en asociaciones profesionales y en

organizaciones de beneficencia, así como en actividades religiosas. Algunas de estas actividades son congruentes con el predominio de este partido y las actividades que los gobiernos panistas gustan fomentar. También es el *cluster* donde se concentran actividades de los adultos, como las asociaciones profesionales, y solicitar apoyo a organizaciones civiles es más frecuente. Llama la atención que sea en este *cluster* donde destaca la participación en contra del gobierno, probablemente por las reacciones que los gobiernos panistas pueden generar a causa de sus prácticas pro religiosas y de moral cristiana e inexperiencia gubernamental.

- En el segundo *cluster*, donde, como se ha dicho, el PAN y el PRI se encuentran en competencia, encontramos que los adultos muestran el mayor porcentaje que se queja ante las autoridades y que participa en grupos u organizaciones de mujeres; en cuanto a los jóvenes, aquí se muestra mayor participación en organizaciones de padres de familia y que solicitan apoyo a organizaciones sociales.
- El tercer *cluster*, donde el PRI es el partido predominante, los adultos tienen participación importante en organizaciones de padres de familia, de aquellas que enarbolan la defensa de los derechos humanos y de organizaciones de pensionados o jubilados. En cuanto a los jóvenes, encontramos un mayor porcentaje entre quienes están dispuestos a pedir ayuda a un político o funcionario, así como a una organización civil. También en este *cluster* se ubican aquellos que están más dispuestos a quejarse ante las autoridades.
- En el cuarto *cluster*, donde la izquierda predomina, se ubican los mayores porcentajes de participación de adultos y jóvenes. Los adultos participan en la protección de los animales y en organizaciones filantrópicas

Cuadro 32. Grados de participación política formalizada

<i>Indicador</i>	<i>Participación</i>	<i>Iniciativa</i>	<i>Cooperación</i>	<i>Recursos</i>	<i>Conflicto</i>	<i>Valor</i>
Cívico	Protección de animales	1	0	0	0	1
Cívico	Religiosa	1	0	0	0	1
Cívico	Padres de familia	1	1	0	0	2
Cívico	Condominal, vecinal o barrio	0	1	0	1	2
Cívico	Beneficencia	1	0	1	0	2
Cívico	Estudiantil	1	1	0	0	2
Cívico	Deportiva, cultural o artística	1	1	0	0	2
Cívico	A favor de derechos humanos	1	1	1	1	4
Cívico	Participar en una organización vecinal	1.5	1	1	1	4.5
Cívico	Conservación del medio ambiente o animales	1	1.5	1	1	4.5
Electoral	Mitin o reunión de candidato político	1	0	0	0	1
Electoral	Presionar con el voto a las autoridades	1	0	1	0	2
Político	Usar redes sociales e internet para difundir información	1	0	0	0	1
Político	Pedir ayuda a político o funcionario	0	0	1	0	1
Político	Profesional	1	0.5	0	0	1.5
Político	Mandar cartas a periódicos	1	0	1	0	2

Político	Solicitar apoyo de partidos u organizaciones sociales	0	0	0	2	2
Político	Publicar cartas en los periódicos o denunciar en los medios	0	0	1	1	2
Político	Pintas paredes	1	0	1	1	3
Político	Juntar firmas de vecinos	1	1	1	0	3
Político	Pensionado o jubilado	1	2	1	1	5
Político	Grupos u organizaciones de mujeres	1	2	1	1	5
Político	Ecologista, feminista u homosexual	1	2	1	2	6
Político	Marcha de demandas estudiantiles (no partidaria)	2	1	2	1	6
Político	Pro derechos humanos	1.5	2	1	2	6.5
Político	Marchas o plantones	2	2	1	2	7
Político	Bloquear calles, edificios, escuelas o empresas	2	2	1	2	7
Político	Paro laboral o huelga	2	2	2	2	8
Político	Protestar en la calle, bloquear tránsito o tomar edificios	2	2	2	2	8
Político	Movimiento contra el gobierno	2	2	2	2	8

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

Cuadro 33. Cuadro formalizado de participación cívico-electoral y política de jóvenes y adultos organizada por *clusters* de comportamiento electoral por secciones

Tipo de participación	Participación	PAN 55.93		PAN 42.95		PAN 28.56		PAN 21.19		PAN 33.35		Valores	PAN 55.93		PAN 42.95		PAN 28.56		PAN 21.19		PAN 33.35	
		PRI 28.51		PRI 40.97		PRI 53.93		PRI 25.50		PRI 31.50			PRI 28.51		PRI 40.97		PRI 53.93		PRI 25.50		PRI 31.50	
		A	J	A	J	A	J	A	J	A	J		A	J	A	J	A	J	A	J	A	J
Cívico	Protección animales	0.9	2.7	2.2	3.8	0.5	1.8	3.6	1.8	0.8	3.5	1.0	0.9	2.7	2.2	0.5	1.8	3.6	1.8	0.8	3.5	
Cívico	Religiosa	7.2	11.0	9.7	9.5	4.4	7.1	7.4	10.0	8.4	5.0	1.0	7.2	11.0	9.7	4.4	4.4	7.1	7.4	10.0	8.4	5.0
Electoral	Mitín o reunión de candidato político	81.4	14.7	70.1	36.0		10.8		19.8		19.0	1.0	81.4	14.7	70.1	0.0	0.0	10.8	0.0	19.8	0.0	19.0
Político	Pedir ayuda a político o funcionario	6.3	5.8	5.6	6.8	5.6	11.6	12.3	7.0	6.3	5.9	1.0	6.3	5.8	5.6	5.6	5.6	11.6	12.3	7.0	6.3	5.9
Político	Usar redes sociales e internet para difundir información	2.3	12.1	1.4	12.2	1.2	4.8		7.2	4.3	13.2	1.0	2.3	12.1	1.4	1.2	1.2	4.8	0.0	7.2	4.3	13.2
Político	Pedir apoyo a una organización civil	13.4	6.3	13.3	8.1	6.5	9.3	12.0	8.6	9.9	2.8	1.5	20.1	9.4	19.9	9.7	9.7	13.9	18.0	12.9	14.9	4.3
Político	Profesional	3.0	4.4	1.9	4.2	2.1	2.5	0.4	3.2	2.9	3.3	1.5	4.5	6.5	2.8	3.2	3.2	3.7	0.7	4.8	4.4	4.9
Cívico	Beneficencia	4.2	4.4	5.7	7.7	1.3	2.9	5.9	2.9	2.6	2.9	2.0	8.3	8.7	11.4	2.7	2.7	5.7	11.9	5.8	5.3	5.8
Cívico	Condominal, vecinal o barrio	2.6	4.3	6.7	5.5	3.0	1.4	3.1	2.2	8.1	2.8	2.0	5.2	8.6	13.4	6.1	6.1	2.8	6.1	4.4	16.3	5.6
Cívico	Deportiva, cultural o artística	8.7	23.1	8.1	18.2	7.5	17.5	15.3	18.5	6.9	20.8	2.0	17.4	46.2	16.1	15.0	15.0	35.0	30.6	36.9	13.9	41.5
Cívico	Estudiantil	3.8	10.4	1.1	9.5	1.4	10.1		7.0	2.0	9.0	2.0	7.6	20.9	2.3	2.9	2.9	20.1	0.0	14.1	4.0	18.0
Cívico	Padres de familia	9.1	3.1	9.9	7.2	10.4	2.3	5.2	4.0	9.6	5.9	2.0	18.1	6.1	19.9	20.7	20.7	4.6	10.3	7.9	19.1	11.8
Cívico	Participar en una organización vecinal	9.9	6.8	14.5	11.0	5.3	6.0	20.0	15.7	9.6	8.6	2.0	19.8	13.6	28.9	10.7	10.7	11.9	40.0	31.4	19.3	17.1
Electoral	Presionar con el voto a las autoridades	9.3	6.8	10.3	7.8	4.6	5.5	17.4	11.1	7.8	5.5	2.0	18.6	13.6	20.6	9.3	9.3	11.1	34.8	22.3	15.5	10.9
Político	Mandar cartas a periódicos	2.3	4.1	2.9	2.8	1.6	1.6	0.4	1.0	5.9	3.9	2.0	4.6	8.1	5.9	3.2	3.2	3.2	0.9	2.0	11.8	7.7
Político	Publicar cartas en los periódicos o denunciar en los medios	10.4	8.7	13.5	14.2	12.8	12.8	17.5	16.2	7.7	6.9	2.0	20.7	17.5	26.9	25.7	25.7	25.6	35.1	32.4	15.5	13.9

Político	Quejarse ante las autoridades	10.9	4.0	13.5	15.5	8.6	12.8	12.9	11.8	7.9	6.0	2.0	21.8	8.0	26.9	17.1	17.1	25.7	25.8	23.5	15.8	12.1
Político	Solicitar apoyo de partidos u organizaciones sociales	4.2	3.6	8.3	6.3	7.2	3.4	9.5	5.6	9.3	5.7	2.0	8.4	7.2	16.7	14.3	14.3	6.7	19.1	11.2	18.6	11.5
Político	Juntar firmas de vecinos	14.2	16.3	16.8	20.6	11.3	19.6	17.9	25.6	14.0	6.4	3.0	42.5	48.9	50.4	34.0	34.0	58.9	53.8	76.7	42.1	19.2
Político	Pintar paredes		2.5	0.9	3.1	0.4	0.7		3.2	5.8	4.4	3.0	0.0	7.6	2.6	1.1	1.1	2.0	0.0	9.7	17.5	13.1
Cívico	A favor de derechos humanos	21.4	35.3	51.4	55.0	53.5	14.3	45.3	57.6	29.8	37.7	4.0	85.5	141.3	205.4	214.0	214.0	57.2	181.4	230.6	119.0	150.9
Cívico	Conservación del medio ambiente	24.8	35.6	49.0	43.4	4.3	35.2	34.6	35.8	75.0	47.7	4.5	111.8	160.2	220.6	19.5	19.5	158.2	155.8	161.3	337.5	214.8
Político	Grupos u organizaciones de mujeres	2.0	0.2	2.7	3.3	0.5	1.0	0.4	1.4	1.6	1.0	5.0	10.1	1.2	13.3	2.6	2.6	5.1	1.8	7.1	7.8	5.0
Político	Pensionado o jubilado	1.8	0.3	4.0	1.1	4.3	0.3	0.3		2.8	0.9	5.0	8.9	1.5	19.8	21.4	21.4	1.4	1.7	0.0	14.0	4.4
Político	Ecologista, feminista u homosexual	1.6	2.3	1.8	2.9	0.5	1.3	3.6	0.7	2.1	2.3	6.0	9.7	14.0	10.7	2.9	2.9	8.0	21.9	4.5	12.7	13.9
Político	Marcha de demandas estudiantiles (no partidaria)	4.5	26.3	71.5	50.0		20.4		13.7	44.8	26.6	6.0	27.3	157.9	429.3	0.0	0.0	122.3	0.0	82.0	268.7	159.8
Político	Pro derechos humanos	1.3	1.2	3.0	5.0	0.5	1.1	4.1	2.4	0.4	2.5	6.5	8.4	7.9	19.8	3.4	3.4	6.9	26.6	15.7	2.8	16.6
Político	Bloquear calles, edificios, escuelas o empresas	2.1	2.4	7.2	4.0	4.7	2.4	6.9	2.9	13.0	5.8	7.0	14.9	16.9	50.4	33.1	33.1	16.5	48.6	20.2	90.8	40.8
Político	Marchas o plantones	4.8	3.3	8.1	9.1	6.9	3.0	4.8	5.6	9.4	7.6	7.0	33.3	22.9	56.9	48.1	48.1	21.2	33.8	39.1	65.7	53.5
Político	Movimiento contra el gobierno	81.4	14.7	70.1	36.0		10.8		19.8		19.0	8.0	650.8	117.9	560.7	0.0	0.0	86.1	0.0	158.5	0.0	152.2
Político	Paro laboral o huelga	2.3	4.1	2.9	2.8	1.6	1.6	0.4	1.0	5.9	3.9	8.0	18.3	32.5	23.5	12.9	12.9	13.0	3.4	8.1	47.3	30.9
Político	Protestar en la calle, bloquear tránsito o tomar edificios	9.9	7.8	12.4	10.2	8.9	7.6	21.3	29.0	10.3	7.0	8.0	79.0	62.2	99.1	71.0	71.0	60.7	170.3	232.1	82.3	56.3
Nc	Entretención (fiesta o concierto)	67.2	65.5	89.9	66.3	52.5	65.5	79.9	68.8	68.2	63.08		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

y vecinales. También son más propensos a pedir ayuda a políticos y funcionarios y proclives a considerar al voto como una forma de presionar a las autoridades; es aquí donde se da mayor colaboración con movimientos ecologistas, feministas y homosexuales; donde publicar cartas en los periódicos y juntar firmas de vecinos, así como protestar con bloqueos en las calles muestran mayores porcentajes. En el caso de los jóvenes, tienen la participación más significativa en mítines políticos, pero también en salir a protestar a las calles y bloquear la circulación y el acceso a edificios.

- El quinto *cluster*, donde los tres partidos tienen mayor competencia entre ellos, la participación religiosa, condominal o de barrio, así como en buscar que se respete el medio ambiente destacan entre los adultos. Son el ámbito donde éstos han tenido mayor participación en enviar cartas a los periódicos, en huelgas o paros laborales, plantones o marchas, pinta de paredes y bloqueos de calles. En términos bastante similares, los jóvenes han participado en acciones contestatarias como son pintas de paredes, marchas y plantones, bloqueo de calles, demandas pro defensa de los derechos humanos y sobre la conservación del medio ambiente. En este *cluster* se emplean más las redes sociales por internet para difundir información y es donde hay mayor participación en defensa de los animales. Puede decirse que en este *cluster* se concentran las actividades contestatarias, y todo parece indicar que la pugna electoral está acompañada de disputas sociales más amplias.

Finalmente tenemos el cuadro 34, donde puede observarse que el cuarto *cluster* presenta mayor número de actividades participativas; sin embargo, tanto éste como el quinto *cluster*, donde existe competencia partidaria, la cantidad de actividades políticas que se realizan es muy simi-

lar. Llama la atención que en el segundo *cluster*, donde el PAN y el PRI se encuentran en competencia, la participación tanto de jóvenes como de adultos es comparativamente baja en relación con los demás *clusters*. Parecería como si la competencia PRI/PAN no generase demasiado impulso participativo entre jóvenes y adultos.

CONCLUSIONES

Las prácticas participativas de los adultos que viven en el mismo hogar que los jóvenes tienen influencia en ciertos rubros de su participación, probablemente como resultado de las influencias interfamiliares. Sin embargo, dicha influencia varía de un contexto político a otro, tal y como se muestra al ubicarla en los diversos *clusters*, los cuales expresan diferentes contextos políticos.

Los cuadros expresan que la participación de jóvenes y adultos está vinculada en el caso de que ambos convivan en el mismo hogar. Ciertamente algunas prácticas están sujetas a la transformación de los intereses generacionales, como es el caso, por ejemplo, de la beneficencia y la religión. En ellas la participación de los adultos es relativamente independiente del interés de los jóvenes.

La no participación es la tónica general que se muestra tanto en esta encuesta como en otros estudios realizados. Cuando los adultos no participan (o no han participado) el porcentaje de jóvenes que tampoco lo hace es alto. Por ejemplo, en el caso en que a los adultos no les interesan las cuestiones sociales, al 26% de los jóvenes tampoco. Como puede observarse, usualmente la respuesta expresada por el adulto es aquella con el mayor porcentaje entre los jóvenes.

Si la participación ciudadana puede propiciar la democracia política a nivel estructural más general (Lechner, 1996: 63-65), esto será posible en la medida en que las insti-

Cuadro 34. Cuadro de participación política de jóvenes y adultos organizado por tipo de participación y *cluster*

<i>Participación</i>	<i>PAN 55.93</i>		<i>PAN 42.95</i>		<i>PAN 28.56</i>		<i>PAN 21.19</i>		<i>PAN 33.35</i>		<i>Total</i>	
	<i>PRI 28.51</i>		<i>PRI 40.97</i>		<i>PRI 53.93</i>		<i>PRI 25.50</i>		<i>PRI 31.50</i>			
	<i>IZQ. 9.81</i>		<i>IZQ. 10.19</i>		<i>IZQ. 12.41</i>		<i>IZQ. 43.09</i>		<i>IZQ. 27.07</i>			
	<i>A</i>	<i>J</i>	<i>A</i>	<i>J</i>	<i>A</i>	<i>J</i>	<i>A</i>	<i>J</i>	<i>A</i>	<i>J</i>	<i>A</i>	<i>J</i>
Cívica	0	5	0	1	2	0	3	2	3	2	5	10
Electoral	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	2	2
Política	3	4	2	1	1	3	6	5	5	6	12	19
Subtotal	4	9	2	2	3	3	10	9	8	8	19	31
<i>Total</i>	<i>13</i>		<i>4</i>		<i>6</i>		<i>19</i>		<i>16</i>		<i>50</i>	

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por el autor.

tuciones de gobierno dejen de utilizarse para perpetuar los intereses de unos cuantos. Por el momento, la lógica gubernamental parece dirigida a negociar con los diversos grupos de presión buscando establecer relaciones del “tiempo de las pirámides”; es decir, orientadas centralmente, estructuradas verticalmente y aglutinadas por la cultura de la personalización (Pansters, 1997).

La participación ciudadana en México está lejos de ser sinónimo de democracia, pero ello no se debe solamente a sus características intrínsecas o culturales, sino a la interinfluencia con el sistema político. Si los mexicanos son “ciudadanos de baja intensidad”, con una participación de “baja calidad”, la cual Verba (2003) define como aquella poco informada, que no apoya o desconfía de la democracia (Paxton, 2002: 256), ello no se debe a su desconocimiento de los valores democráticos, como lo muestran las encuestas. La cuestión es que si no encuentran eficacia en la participación (Brysk, 2000: 156; Dagnino *et al.*, 2006: 75), ella no sostendrá la acción ciudadana.

El hecho es que en México las prácticas políticas están diseñadas para diluir y controlar la participación, obstaculizando la formación de una cultura ciudadana (Ramírez Medina, 1998: 82-83). Lo que se propicia es la dependencia y el control político (Nivón, 2000: 164), por lo que las relaciones de intermediación clientelar continúan predominando (Tejera, 2012b). No obstante, dichas relaciones cada vez son menos eficientes para resolver los problemas que aquejan a México, por lo que fortalecer la ciudadanía es, cada vez más, un imperativo para hacer contrapeso al deterioro de la política y la institucionalidad del país.

BIBLIOGRAFÍA

- ADLER LOMNITZ, Larissa y Ana MELNICH (2000), *Chile's Political Culture and Parties: An Anthropological Explanation*, Indiana, University of Notre Dame.
- AHLUWALIA, Pal (1999), "Citizenship, Subjectivity and the Crisis of Modernity", *Social Identities*, vol. 5, núm. 3.
- ALEXANDER, Jeffrey (2004), "Cultural Pragmatics: Social Performance between Ritual and Strategy", *Sociological Theory*, vol. 22, núm. 4, diciembre.
- ALMOND, Gabriel A. y Sydney VERBA (1963), *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, New Jersey, Princeton University Press.
- ALONSO, Jorge (1994), "Partidos y cultura política", en Jorge ALONSO (coord.), *Cultura política y educación cívica*, México, Porrúa.
- BACZKO, Bronislaw (1991), *Los imaginarios sociales. Memorias y esperanzas colectivas*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- BOLOS, Silvia (1995), *Actores sociales y demandas urbanas*, México, Plaza y Valdés.
- BOTELLO, Luis (2008), *Identidad, masculinidad y violencia de género: un acercamiento a los varones jóvenes mexicanos*, México, Instituto Mexicano de la Juventud.
- BRITO LEMUS, Roberto (2002), "Identidades juveniles y praxis divergente; acerca de la conceptualización de la juventud", en Alfredo NATERAS DOMÍNGUEZ (coord.), *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*, México, UAM/Miguel Ángel Porrúa.
- BRYSK, Alison (2000), "Democratizing Civil Society in Latin America", *Journal of Democracy*, vol. 11, núm. 3.
- CARRIÓN, Fernando y Dörte WOLLRAD (comps.) (1999), *La ciudad, escenario de comunicación*, Quito, FLACSO.
- CLEARY, Matthew R. (2007), "Electoral Competition, Participation, and Government Responsiveness in Mexico", *American Journal of Political Science*, vol. 51, núm. 2 (abril).
- DAGNINO, Evelina (1998), "Culture, Citizenship and Democracy", en Sonia Álvarez *et al.*, *Cultures of Politics, Politics of Cultures*, WestView Press.

- (2003), “Citizenship in Latina America: An Introduction”, *Latin American Perspectives*, vol. 30, núm. 2, marzo.
- DAGNINO, Evelina, Alberto OLVERA y Aldo PANFICHI (2006), “Introducción: para otra lectura de la disputa por la construcción democrática en América Latina”, *La disputa por la construcción democrática en América Latina*, México, FCE/CIESAS/UV.
- DALTON, Russell (2002), *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*, Chatham, Inglaterra, Chatham House Publishers.
- DALTON, Russell y Alix van SICKLE (2004), “Why People Protest? The Resource, Structural, and Cultural Bases of Protest”, *Annual Meetings of the American Political Science Association*, Chicago, Ill.
- FOUCAULT, Michel (1991), “Governmentality”, en Graham BURCHELL, Colin GORDON y Meter MILLER, *The Foucault Effect: Studies in Governmentality*, Chicago, University of Chicago Press.
- FRIEDENBERG, Robert V. (1997), *Communication Consultants in Political Campaigns*, Westport, Connecticut (Praeger Series in Political Communication).
- GÓMEZ TAGLE, Silvia (2000), “De política, geografía y elecciones”, en Silvia GÓMEZ TAGLE y María Eugenia VALDÉS VEGA (coords.), *La geografía del poder y las elecciones en México*, México, IFE/Plaza y Valdés.
- (2009), *¿Cuántos votos necesita la democracia?*, México, Instituto Federal Electoral.
- HISKEY T., Jonathan y Shau BOWLER (2005), “Local Context and Democratization in México”, *American Journal of Political Science*, vol. 49, núm. 1, enero.
- INGLEHART, Ronald y Christian WELZEL (2003), “Political Culture and Democracy: Analyzing Cross-Level Linkages”, *Comparative Politics*, vol. 36, núm. 1 (octubre).
- INGLEHART, Ronald y Paul R. ABRAMSON (1999), “Measuring Post-materialism”, *American Political Science Review*, 93.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2010), *Censo Nacional de Población y Vivienda 2010*, México.
- ISIN, Engin F. (1996), “Global City-Regions and Citizenship”, en R.

- KEIL, G.R. WEKERLE, V. J. BELL y D.V. BELL (eds.), *Local Places in the Age of the Global City*, Montreal, Institute of Policy Alternatives of Montreal (IPAM), Black Rose Books, pp. 21-34.
- JIMÉNEZ GUZMÁN, María Lucero (2012), “Algunas reflexiones y resultados de investigación sobre jóvenes, educación y trabajo en México”, en María Lucero JIMÉNEZ GUZMÁN y Roxana BOSO, *Juventud precarizada: de la formación al trabajo, una transición riesgosa*, México, UNAM/CRIM.
- LAWLESS, Jennifer L. y Richard L. FOX (2001), “Political Participation of the Urban Poor”, en *Social Problems*, vol. 48, núm. 3 (agosto).
- LECHNER, Norbert (1996), “El nuevo contexto de la cultura política”, *Coyuntura*, Quinta Época, México, enero-febrero.
- LIPSET, Martin (1987), *El hombre político: las bases sociales de la política*, Tecnos, Buenos Aires, Semilla y Surco.
- LYN Karl, Terry (1993), “Electoralism”, en Richard ROSE (ed.), *The International Encyclopedia of Elections*, Washington DC, CQ Press.
- MELUCCI, Alberto (1998), “Third Word or Planetary Conflicts?”, en Sonia ÁLVAREZ *et al.*, *Cultures of Politics; Politics of Culture*, Boulder, CO, Westview Press.
- MURRAY LI, Tania (2007), “Governmentality”, *Anthropologica*, Canadian Anthropology Society, vol. 49, núm. 2.
- NARRO, José (2011), “Al rescate de la juventud”, *Campus Milenio*, núm. 407, México, marzo.
- NEWMAN, Bruce I. (1994), *The Marketing of the President: Political Marketing as Campaign Strategy*, Londres, Sage Publications.
- NIVÓN, Eduardo (2000), “Subjetividad, política y antropología”, *Alteridades*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, núm. 19, enero-julio.
- PALEY, Julia (2002), “Toward Anthropology of Democracy”, *Annual Review of Anthropology*, vol. 31.
- PANSTERS, G. Wil (1997), *Citizens of the Pyramids: Essays on Mexican Political Culture*, Amsterdam, Thelas.
- PAXTON, Pamela (2002), “Social Capital and Democracy: An Interdependent Relationship”, *American Sociological Review*, vol. 67, núm. 2.

- PROZOROV, Sergei (2004), “Three Theses on ‘Governance’ and the Political”, *Journal of International Relations and Development*, vol. 7, núm. 3.
- PUTNAM, Robert (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Nueva York, Touchstone.
- (1992), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, Princeton University Press.
- RAMÍREZ MEDINA, Valeriano (1998), “Democracia y participación social”, *Estudios políticos*, Medellín, Instituto de Estudios Políticos de la Universidad de Antioquia, núm. 18, mayo-agosto.
- SALLES, Vania (2000), “Las familias, las culturas, las identidades (notas de trabajo para motivar una discusión)”, en José VALENZUELA (coord.), *Decadencia y auge de las identidades*, México, Programa Cultural de las Fronteras. El Colegio de la Frontera Norte/Plaza y Valdés Editores.
- SARTORI, Giovanni (1998), *Homo videns: La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus.
- Secretaría de Gobernación, *Encuesta Nacional de Cultura Política 2010*, México, Secretaría de Gobernación.
- SHORE, Cris (2010), “La antropología y el estudio de la política pública: reflexiones sobre la ‘formulación’ de las políticas”, *Antípoda*, núm. 10, enero-junio.
- TEJERA GAONA, Héctor (2005), “De la cultura política a la cultura de la política”, en Víctor ESPINOZA y Miguel RIONDA (coords.), *Después de la alternancia; elecciones y nueva competitividad*, México, UAM-A/Ediciones Eón.
- (2009a), “Prácticas políticas, imaginarios y ciudadanía: las disonancias entre cultura y democracia en la Ciudad de México”, *Revista Mexicana de Sociología*, año 71, núm. 2 (abril-junio).
- (2009b), “Teoría y metodología para el estudio de la cultura, la política y el poder”, en Héctor TEJERA y Pablo CASTRO (eds.), *Teoría y metodología para el estudio de la cultura, la política y el poder*, México, Miguel Ángel Porrúa, UAM.
- (2010a), “Participación ciudadana, relaciones clientelares y sistema político en México: un enfoque cultural”, *Participación y ciudadanía en México*, México, UAM/Conacyt/Juan Pablos.

- (2010b), “Hacia un enfoque alternativo de la relación entre cultura y política”, en Florence TOUSSAINT, *Los medios en la comunicación, la política y la cultura*, México, FCPYS/UNAM.
- (2012a), “Participación ciudadana, identidades y estructuras políticas en la Ciudad de México”, en Héctor TEJERA y Pablo CASTRO, *Ciudadanía, identidades y política*, Porrúa/UAM.
- (2012b), “Procesos políticos, cultura y participación ciudadana”, en Emilio DUHAU (ed.), *Ciudad de México. La construcción permanente de la metrópoli*, Quito, Ecuador, OLACCHI.
- (2014), “Representación y participación en la Ciudad de México”, en Diana GUILLÉN y Alejandro MONSIVÁIS (coords.), *La representación política de cara al futuro. Desafíos para la participación e inclusión democrática en México*, México, Colef.
- THOMPSON, John, B. (1993), *Ideología y cultura moderna: Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México, UAM-Xochimilco.
- VALENZUELA, José Manuel (2002), “El tropel de las pasiones. Jóvenes y juventudes en México”, *Jóvenes mexicanos del siglo XXI*, México, Instituto Mexicano de la Juventud.
- VENTURO, Sandro (2001), *Contrajuventud: ensayos sobre juventud y participación política*, Lima, Instituto de Estudios Peruanos.
- VERBA, Sidney (1978), *Participation and Political Equality: A Seven Nations Comparison*, Chicago, University of Chicago Press.
- (2003), “Would the Dream of Political Equality Turn out to be a Nightmare?”, *Perspectives on Politics*, vol. 1, núm. 4.
- VERBA, Sidney y Norman H. NIE (1972), *Participation in America*, Nueva York, Harper and Row.
- VERBA, Sidney, Kay Lehman SCHLOZMAN y Henry E. BRADY (1995), *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, Harvard University Press.
- VERBA, Schlozman, Brady y Norman H. NIE (1993), “Race, Ethnicity and Political Resources: Participation in the United States”, en *British Journal of Political Science* 23: 453-497.
- VERBA, Sidney, Nancy BURNS y Kay Lehman SCHLOZMAN (1997), “Knowing and Caring about Politics: Gender and Political Engagement”, *The Journal of Politics*, vol. 59, núm. 4.

- VERBA, Sidney, Norman H. NIE y Jae-On KIM (1971), *The Modes of Democratic Participation: A Cross-National Analysis*, Beverly Hills, CA, Sage, Sage Professional Papers in Comparative Politics, núm. 01-013.
- (1978), *Participation and Political Equality*, Cambridge, Cambridge University Press.

LA EMPATÍA DE LOS JÓVENES EN LAS ELECCIONES DE 2012: UN ACERCAMIENTO A LA GEOGRAFÍA DE LA CULTURA POLÍTICA

SILVIA GÓMEZ TAGLE*

En este trabajo se parte del concepto de coyuntura, como un momento de tensión en que se concentran los rasgos de la estructura política y los recursos de los actores para actuar, poniendo en evidencia sus recursos culturales. La Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) se diseñó teniendo como referencia geográfica las Áreas Metropolitanas y Urbanas (AMU), áreas urbanas de las 76 ciudades más importantes del país, con el fin de contar con un territorio relativamente homogéneo en variables de desarrollo humano y urbanización. Y ese territorio virtual (formado por 32 000 secciones electorales) se clasificó a su vez en cinco subregiones en atención a la historia de las elecciones federales de diputados.¹

Se pretende aportar elementos que contextualizan geográficamente las opiniones de los jóvenes sobre sus prefe-

* Doctora en Antropología por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Profesora-investigadora de El Colegio de México. Línea principal de investigación: Antropología política, procesos electorales, en México y América Latina. Correo electrónico: <sgomez@colmex.mx>.

¹ Encuesta Nacional de Cultura y Política de los Jóvenes 2012, Colmex/INE, véase capítulo final para la descripción de la metodología de la encuesta.

rencias políticas para tratar de explicar cómo se construyen esas preferencias en el imaginario político, qué dimensiones afectivas o estructurales influyen, y cómo podrían repercutir en la decisión de votar o de abstenerse en una coyuntura electoral específica.

La coyuntura de la elección presidencial resulta idónea para comparar opiniones y comportamiento electoral de los jóvenes en 2012 por el gran despliegue de recursos, acciones de campaña, presencia de medios, participación de múltiples actores e intereses en juego, que invaden el espacio público a tal punto que es difícil que algún ciudadano se mantenga al margen o sea totalmente indiferente, sobre todo en el ambiente de las grandes ciudades. Por ello la elección presidencial es una experiencia política que tienen la mayoría de las personas, y en torno a la cual se pueden formular preguntas que sirvan como referencia para conocer otros aspectos de su cultura política, más complejos y probablemente más importantes.

La elección presidencial implica una coyuntura política específica marcada por los intereses de múltiples actores, así como por condiciones socioeconómicas y culturales de más larga duración, como son las características de regiones con un perfil político diferenciado que se han venido configurando a lo largo de los años. La geografía de la votación histórica obtenida por los principales partidos en elecciones legislativas federales se confronta con el comportamiento electoral en las elecciones presidenciales de 2012 y con las preferencias políticas expresadas en la ENCPJ 2012 en el contexto de las ciudades más importantes del país.

En 2012 los jóvenes entrevistados en la ENCPJ 2012, votaron por primera vez en 2003, conocieron poco del viejo régimen priista, podrían ser portadores de una nueva experiencia de participación política y tendrían la capacidad de transformar el papel del ciudadano, la relación con los par-

tidos, los candidatos y las instituciones, o de encontrar nuevas formas de participar en un régimen menos autoritario.

Se estudian las preferencias políticas y los afectos expresados por los jóvenes entre los 18 y los 29 años, teniendo en cuenta que los mayores votaron por primera vez en 2003, en la primera elección federal después de la alternancia en la presidencia de la República, y los más jóvenes votaron en 2012 por primera vez. Suponemos que la empatía que genera un candidato es un motor de la probable acción de votar o de abstenerse en una elección, pero es un concepto complejo que mezcla aspectos cognoscitivos y afectivos no racionales.

La historia electoral, medida como la votación en elecciones legislativas federales y las diferencias entre las ciudades más grandes, lo urbano y lo rural, se refleja en rasgos diferentes de cultura política. Estas diferencias regionales en las estructuras políticas de los partidos, que se han venido reflejando en la votación en elecciones legislativas, permiten definir subregiones urbanas para comparar tanto los resultados de las opiniones expresadas en la encuesta, como de los votos emitidos en las elecciones presidenciales de 2012.

LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE 2012

En un régimen idealmente democrático el papel del ciudadano supone asumir actitudes y prácticas proactivas que lo convierten en participante en el espacio público de distintas formas: puede organizarse en grupos de diferentes tipos para promover sus demandas; constituir partidos políticos; así como expresarse en el espacio público, en forma individual o colectiva, invadiendo las calles o simplemente “diciendo lo que piensa en voz alta”. Los recursos al alcance de los ciudadanos son muchos y algunos son usados por ciertos

grupos y otros no, pero la noción de democracia política está íntimamente relacionada con la idea de espacio público. Sin embargo, de todas las posibilidades de participar que tiene un ciudadano, el sufragio es posiblemente la más universal, sobre todo cuando hay una elección presidencial; en un país como México es difícil pensar en un ciudadano que sea ajeno al proceso electoral. Por eso tomar el tema de la elección presidencial como la coyuntura para estudiar algunos rasgos de la cultura política permite comparar poblaciones diferentes.

En México, en los últimos treinta años se han producido cambios en las leyes y las instituciones que regulan y organizan las elecciones, los cuales han tenido importantes repercusiones en el espacio electoral y poco a poco han cambiado algunos rasgos del régimen político, sobre todo en lo que tiene que ver con las elecciones federales. Las elecciones presidenciales de 2000 marcaron un punto de inflexión en este proceso porque fueron las primeras en las que llegó la alternancia a la presidencia de la República, con un candidato que no pertenecía al Partido Revolucionario Institucional, después de más de 70 años de continuidad.

Pero sólo en el nivel de lo político electoral se puede hablar de una transición a un régimen democrático. Sólo en este campo los ciudadanos han conquistado mayores oportunidades de participación, y se ha logrado un sistema de partidos más plural y competitivo. Sin embargo esta democracia mexicana se ha quedado atrapada en las falacias del discurso político, sin ser capaz de producir resultados en aspectos tan importantes como el ejercicio del poder, la corrupción, la impartición de justicia, las políticas sociales, los derechos humanos, y tantos otros que realmente importan para cambiar las condiciones de vida de la población.

Por ello no sería extraño que la posición de los jóvenes que tienen una experiencia nueva de la política sea la indiferencia y la falta de interés frente a la oferta de los candi-

datos a la presidencia en una elección donde los dos candidatos punteros, Enrique Peña Nieto (PRI) y Andrés Manuel López Obrador confrontaron dos proyectos opuestos: el del Partido Revolucionario Institucional, que gobernó a México hasta el fin del siglo XX, y el contestatario de izquierda, apoyado por un conjunto de partidos y fuerzas sociales diversas, unificadas por su inconformidad con el sistema político vigente.

Para las elecciones de 2012 había un pronóstico anticipado; desde un año antes se veía como posible el regreso del Partido Revolucionario Institucional (PRI), dado el fracaso de los dos sexenios que el PAN tuvo la presidencia y el pobre resultado de gobernadores de todos los partidos, incluido el Partido de la Revolución Democrática (PRD). Enrique Peña Nieto (EPN), como candidato del PRI a la presidencia, había empezado a construir su candidatura desde que era gobernador del Estado de México y había logrado colocarse en primer lugar en muchas encuestas de opinión. El Partido Acción Nacional (PAN), a pesar de que en ese momento tenía la presidencia, abandonó a su candidata, Josefina Vázquez Mota (JVM), quien quedó finalmente en tercer lugar. Y la izquierda, a pesar de los conflictos entre diversos grupos y partidos que la conformaban, postuló nuevamente a Andrés Manuel López Obrador (AMLO) como candidato de unidad. Hay que recordar que en 2006 este mismo candidato se colocó como segundo lugar, tan sólo a medio punto porcentual de lograr un empate con el entonces candidato del PAN.

LA CULTURA, LA COYUNTURA POLÍTICA Y LA GEOGRAFÍA

La cultura política puede entenderse como un conjunto de ideas, valores y afectos compartidos por un grupo social, que entran en vigor, por así decirlo, en el momento en que

se presenta una oportunidad de llevarlos a la práctica (Tejera, 2003; Ubalde-Winocour, 1997). La cultura política no trata sólo de un discurso sobre los valores y las normas, sino de la interacción de ese imaginario colectivo sobre múltiples aspectos de la vida que tienen que ver con la relación de los individuos y el poder, en un momento de la vida real, que puede observar como “un conjunto de rasgos”, pero cuando “los recursos latentes en la cultura” se ponen en práctica en relación con un conjunto de hechos políticos entrelazados se pueden entender como una “coyuntura política”.

En el análisis que propone Antonio Gramsci, distingue entre movimientos “orgánicos” y movimientos “de coyuntura” para explicar las relaciones entre estructura y superestructura. Los fenómenos de coyuntura se presentan como ocasionales, inmediatos, casi accidentales y dependen sólo en parte de movimientos orgánicos (de las relaciones de fuerza dentro de la estructura que suponen las relaciones de clases sociales); por eso, a pesar de que no tienen un gran alcance histórico, producen una crítica política a los aspectos inmediatos del régimen que afectan a los grupos dirigentes y a las personas inmediatamente responsables del poder. El análisis de la coyuntura política permite observar la acción de los actores que están involucrados y comprometidos con lo que podría llamarse un campo de fuerzas (1980: 9).

En este trabajo se realiza un análisis geográfico de la coyuntura de la elección presidencial de 2012, en contraste con los resultados de la ENCPJ 2012, en el contexto de las ciudades más grandes e importantes políticamente del país, y de las estructuras de las tres fuerzas políticas más importantes: PRI y sus aliados, PAN, y la izquierda principalmente representada por el PRD.²

² Este análisis de las estructuras partidarias se hace a partir de los votos en elecciones legislativas a lo largo de varios años.

En la coyuntura política, los participantes (en este caso los ciudadanos con derecho al voto) desarrollan un discurso y una práctica, que puede parecer racional pero que en realidad obedece también a motivaciones irracionales que generan una empatía con los “elementos constitutivos de la coyuntura”, sea que se trate de líderes políticos, instituciones o actores colectivos en competencia o en conflicto (Gramsci, 1980). La acción de los implicados revela los rasgos particulares de esa “cultura” de los participantes, que en parte condensa una experiencia colectiva y en parte revela la capacidad de agencia del grupo y de los individuos; el repertorio cultural se pone en práctica en una coyuntura política específica, como ocurre en un proceso electoral, y puede generar la adhesión a una causa, a un candidato o un partido, o el rechazo a los actores que están presentes en ese contexto y que se perciben como los enemigos más directos del “candidato preferido”. La empatía y el rechazo que se desarrollan en el curso de la competencia entre candidatos y partidos pueden motivar a algunos sujetos a realizar acciones extraordinarias y muchas veces poco racionales, como asistir a mítines o expresar agresiones; inclusive el acto de votar es poco racional si un ciudadano piensa en lo que significa su voto, en la ínfima partícula de poder que está a su alcance, al lado de millones de otros votos similares que tienen igual valor; la decisión de sacrificar un día de descanso para ir a votar no es racional.

La acción del sujeto genera una reflexión sobre lo que hace o deja de hacer, que se construye a partir de nociones culturales latentes, pero que sólo en el momento de la coyuntura el sujeto puede conectar y expresar. Por eso no tiene sentido preguntar por lo que una persona piensa hacer en el futuro, dado que ahí sólo va a expresar nociones generales que comparte con otros miembros de su comunidad, pero que no revelan el potencial de empatía que pueden tener los símbolos o las personas y las conexiones con experiencias anteriores que conforman su repertorio cultural

para enfrentar el momento específico de su vida en política que supone participar en las campañas, informarse sobre lo que se dice, votar o abstenerse, protestar en contra del resultado o aceptarlo, etcétera.

Al considerar la complejidad de estructuras y ambientes culturales vinculados a historias regionales diferentes, con sus propios componentes étnicos, religiosos y económicos, que han contribuido a crear un ambiente cultural urbano o rural con características peculiares, se entiende la relación entre espacio y cultura. En este sentido el trabajo clásico de Martín Sánchez-Jankowski sobre las actitudes políticas de los jóvenes chicanos en EUA resulta interesante porque abandona el enfoque tradicional para estudiar las actitudes políticas, y en vez de estudiar la clase social o los niveles socioeconómicos, privilegia variables que incluyen la composición étnica y el barrio (“grado de urbanismo”), el apego a la cultura de origen y el carácter político y socioeconómico de la ciudad de residencia (Sánchez-Jankowski, 1986: 5).

La perspectiva geográfica o espacial, permite a Sánchez-Jankowski, en su estudio de tres ciudades del sur de los EUA: Albuquerque, Los Ángeles y San Antonio, llegar a un mejor entendimiento de los factores que influyen las actitudes políticas, ya que se refiere al contexto socioeconómico más amplio en el que están insertos la familia, la escuela, los círculos de pares de los jóvenes (la mayoría de chicanos viven en ciudades). No se trata de medir índices de nivel socioeconómico o indicadores individuales, sino de considerar el ambiente político que se vive en esas ciudades, que ofrecen oportunidades y repertorios de cultura política diferentes para los jóvenes chicanos. Este autor encuentra cómo, tratándose de actitudes hacia la política y la participación, la respuesta de los jóvenes se traduce en acciones diferenciadas matizadas por las características generales de la ciudad, su historia y el ambiente político (Sánchez-Jankowski, 1986: 129).

Según estos estudios, el clima político de las ciudades estudiadas no sólo tenía que ver con el partido gobernante, sino con la historia étnica (características de la migración hispana), las modalidades que ha asumido el ejercicio del poder, el control policiaco y las oportunidades de integración a la sociedad norteamericana que se han brindado a los inmigrantes de origen mexicano. Estas experiencias marcaron las diferentes interpretaciones de las acciones que los jóvenes de esas ciudades consideraban “legítimas” y las formas de protesta a las que recurrían (Sánchez-Jankowski, 1986: 161). Este autor también discute cómo las experiencias de los jóvenes frente a la autoridad —las modalidades más o menos violentas que asume la acción policiaca para poner orden— generan en ellos percepciones distintas de la política (Sánchez-Jankowski, 1986: 176).

En México, como en los Estados Unidos, las características de la historia, la construcción de fuerzas políticas y su vinculación con las élites económicas, la ideología, la religión (o el papel de la Iglesia católica y de otras instituciones religiosas), la composición étnica, han dado sustento a enclaves diferenciados en tendencias políticas en el siglo XXI que tienen raíces inclusive en el pasado colonial, pero que se manifiestan en un comportamiento electoral diferenciado. Esto explica por qué hay regiones que han venido desarrollando un proceso diferente de transición desde un régimen de partido hegemónico a un pluralismo político más o menos limitado, o que inclusive tiene una especie de retroceso al favorecer que se consolide un nuevo régimen político de partido dominante distinto al PRI, como ha ocurrido en la región del centro de Guanajuato con el PAN o en la Ciudad de México (CDMX) con el Partido de la Revolución Democrática (PRD).

Desde que el PRI empezó a perder su hegemonía en 1988, inició esta configuración regional de diferentes partidos en algunas regiones (Gómez Tagle, 1992). Si bien el PRI tiene

una base más o menos estable de seguidores en todo el país, tanto en el norte como en el sur, cada región se ha caracterizado por la conformación de un escenario con otros partidos donde el más competitivo ha sido el PAN en unos casos y el PRD en otros. La división del territorio nacional en regiones proclives a desarrollar una oposición de izquierda (PRD principalmente) o de derecha (PAN) se manifestó desde los años noventa, cuando la incipiente democratización electoral empezó a abrir algunos cauces de participación de los ciudadanos en la política, pero quedó definida con toda claridad en el periodo de transición a partir de 1997, y ha seguido siendo un referente que marca los resultados electorales que obtienen los partidos (Gómez Tagle, 1997, 2001, 2012; Klesner, 1987). En los Estados Unidos, con un sistema político bipartidista, hay estados proclives al (o controlados por) el Partido Demócrata y otros por el Republicano. En México, después de las elecciones presidenciales del 2000, cuando el PRI perdió la presidencia por primera vez, se consolida un sistema político de tres partidos; sin embargo, el PRI ha seguido cubriendo casi todo el territorio nacional, y la competencia en algunas regiones se ha desarrollado con una identidad de derecha con el PAN, mientras que en otras lo ha hecho con la Izquierda, principalmente con el PRD y otros partidos aliados. Finalmente el PRI retuvo el gobierno en la mayoría de los municipios y de los estados de la República de 2000 a 2012, a pesar de que perdió la presidencia dos sexenios consecutivos; en 2012 ganó la presidencia de nuevo con un símbolo construido por los medios de la “renovación” del partido: Enrique Peña Nieto.

LA EMPATÍA DE LOS JÓVENES EN LA ELECCIÓN PRESIDENCIAL DE 2012

La ENCPJ 2012 se hizo entre el 15 y el 30 de junio, cuando para los jóvenes entrevistados estaba muy próxima la experiencia de votar o participar en alguna forma en las elecciones del 1 de julio, sobre todo tratándose de la elección presidencial, porque era la que más atención recibía en el espacio público. La intención de voto y las preferencias (o fobias) que los jóvenes expresaron respecto de los candidatos a la presidencia de la República es un buen indicador de las diferencias en la orientación política y en rasgos importantes de la cultura política. Tenía la hipótesis de que casi todos los jóvenes urbanos tuvieron la información sobre las elecciones presidenciales que les permitió identificar los aspectos fundamentales de la elección presidencial en particular y de la coyuntura política en general.³

Para confirmar la importancia de la campaña y de los candidatos a la presidencia, se preguntó a los entrevistados por los cargos que estaban en juego en las elecciones del 1 de julio. La gran mayoría de los jóvenes entrevistados recordó en primer lugar el cargo de presidente. Sin embargo, hay diferencias en las entidades con elecciones concurrentes; donde hubo elecciones de gobernadores disminuyó ligeramente el porcentaje que recordó en primer lugar la elección presidencial y, en cambio, algunos entrevistados mencionaron en primer lugar la elección de gobernador (4% de respuestas). En el caso del DF, la elección del jefe de gobierno fue mencionada en primer lugar por el 3% de los entrevistados. No ocurrió lo mismo en las entidades donde había elecciones sólo de diputados locales y ayuntamientos;

³ En este trabajo se usaron solamente los datos de jóvenes de la ENCPJ 2012, ponderados para proyectarlos a la población de ese grupo de edad y género (18 a 29 años).

ahí el porcentaje que mencionó “presidente” como primera opción subió de nuevo a 84%.⁴ En todos los casos resulta evidente que la elección más importante y que todos conocían en 2012 era la de presidente.

En esa coyuntura política no era lo mismo votar por Enrique Peña Nieto, Josefina Vázquez Mota, Andrés Manuel López Obrador o Gabriel Quadri de la Torre (GQT). Supongo que el sustento de la “intención de voto” se encuentra en muchos otros elementos de experiencia y de los imaginarios de la política que hacen diferentes a los simpatizantes de cada candidato. El nombre de los cuatro candidatos a la presidencia fue usado como referencia de tendencias más generales que se vinculan con la adhesión al candidato y la definen, como las opiniones positivas hacia las cuatro figuras principales: Josefina Vázquez Mota, Enrique Peña Nieto y Andrés Manuel López Obrador; Gabriel Quadri quedó en un cuarto lugar muy abajo de los demás.

El eje articulador del análisis es la “empatía” de los jóvenes hacia los candidatos a la presidencia de la República en 2012, entendida como un rasgo de su cultura política que supone un componente cognoscitivo, pero sobre todo un componente afectivo que se expresa de diferentes formas, desde una simple preferencia hasta la convicción de que “su candidato” va a triunfar. Para el análisis utilicé la ENCPJ 2012 en relación con la preferencia por los cuatro candidatos (o intención de votar), y otras dimensiones asociadas a la opinión del candidato. Como ya se ha dicho, la experiencia política que significó la elección presidencial para los jó-

⁴ Las entidades que eligieron gobernadores fueron: Morelos, Tabasco, Chiapas, Jalisco, Yucatán y Guanajuato; el Distrito Federal eligió Jefe de Gobierno. En estos mismos estados también se eligieron ayuntamientos (Asamblea Legislativa en el caso del DF), y además se eligieron ayuntamientos en Sonora, Nuevo León, San Luis Potosí y Campeche. Hubo dos elecciones extraordinarias de ayuntamientos, en Morelia (Michoacán) y dos municipios de Hidalgo.

Cuadro 1. Información de los jóvenes sobre el proceso electoral de 2012

<i>En las elecciones del 1 de julio del presente año ¿qué puestos se van a elegir?</i>	<i>Elecciones en Entidades</i>			
	<i>Sólo federales*</i> (%)	<i>Federales y gobernadores**</i> (%)	<i>Federales y locales***</i> (%)	
Presidente de la República	84.30	76.60	83.80	
Jefe de Gobierno (DF)	0.50	3.10	0.8	
Gobernador (Chiapas, Guanajuato, Jalisco, Morelos, Yucatán, Tabasco)	0.00	4.40	0.40	
Senadores	3.90	1.00	3.10	
Diputados federales	3.80	2.40	2.30	
Diputados locales	2.50	1.70	2.90	
Ayuntamiento o presidente municipal	0.10	1.80	3.90	
Otro	0.00	0.40	0.10	
No sabe	4.60	10.60	2.70	
Nr/No respuesta	0.20	0.00	0.10	
<i>Total (%)</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	
<i>Total</i>	<i>23 044</i>	<i>13 189</i>	<i>13 855</i>	<i>50 088</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 ponderados y procesados por la autora.

* Entidades donde sólo hubo elecciones federales.

** Entidades donde hubo elecciones federales y además elecciones en los tres niveles de gobierno local, gobernador, diputados y ayuntamientos.

*** Entidades donde hubo elecciones federales y además diputados locales y ayuntamientos.

venes urbanos estaba viva en el momento en que se levantó la encuesta (durante las tres semanas anteriores al día de la elección), de tal manera que lo expresado por los entrevistados tenía que ver con el clima político electoral de su entorno sociocultural y se vinculaba con una decisión inminente para todos ellos en ese momento: por quién votar —o no votar—. Además se exploran otras dimensiones asociadas a esa identificación con un candidato, como son la lealtad hacia el mismo, la explicación de las expectativas y el rechazo hacia los otros contendientes.

A pesar de que en promedio el candidato preferido era Peña Nieto, con un porcentaje superior al de AMLO (diferencia de 6.6%), hay diferencias importantes entre hombres y mujeres. Los primeros se inclinaban a favor de AMLO y menos a favor de JVM y de EPN, mientras que ellas preferían a JVM menos que los hombres a AMLO (6%) (cuadro 2).

Hay un cuarto grupo de jóvenes que merece un estudio especial por su importancia; a ellos los he llamado los “no votantes” porque no tienen interés en votar o de plano con-

Cuadro 2. Preferencia por un candidato

<i>¿Por quién votaría como primera opción?</i>				
<i>Candidatos</i>	<i>Hombre (%)</i>	<i>Mujer (%)</i>	<i>Total</i>	<i>Total (%)</i>
JVM	15.40	22.40	9 530	19.00
EPN	28.60	29.60	14 588	29.10
AMLO	26.40	19.00	11 292	22.50
GQT	6.40	4.90	2 810	5.60
No votaré	9.40	5.70	3 740	7.50
No sé	13.80	18.50	8 127	16.20
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>50 088</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos ponderados de la ENCPJ 2012 procesados por la autora.

fiesan que no van a votar, y los “indecisos”, o sea aquellos que respondieron de varias formas “no sé”. (En estas dos categorías se clasificaron diversas respuestas abiertas.) Cuando faltaban sólo unos días para los comicios, este sector agregado tenía la misma importancia que el segundo candidato más fuerte. 23% de los hombres y 24% de las mujeres no se posicionaban a favor de algún candidato (sumándose a los que tenían la decisión de no votar y los que no tenían preferencia por ningún candidato), lo cual constituye un grupo digno de ser analizado en sí mismo. Dado que votar requiere de un esfuerzo del ciudadano, se puede suponer que este grupo de los que no manifestaron preferencias carecía de la empatía positiva necesaria para realizar el esfuerzo de ir a la casilla para votar en domingo, venciendo todos los obstáculos.

La pregunta complementaria a la preferencia por un candidato es: ¿hasta dónde llega su lealtad a ese candidato? Por ello se preguntó si estaría convencido de votar por ese candidato, aun sabiendo que va a perder la elección. El análisis se hizo con el grupo de jóvenes que expresó preferencia por cada uno de los candidatos. Llama la atención que más del 80% manifestó que votaría por el candidato de su preferencia aun si supiera que perdería (“voto leal”). El candidato con más votos leales fue AMLO, mientras que el más bajo fue EPN por casi nueve puntos. Sin embargo, hubo un grupo de jóvenes de ambos sexos que estaban tan convencidos del triunfo de su candidato que no consideraban la opción de la derrota. EPN tenía seguidores convencidos de que sería el triunfador (claro que sí va a ganar) en una proporción superior a la de AMLO o a la de JVM, mientras que los seguidores de GQT tenían menos certeza de triunfo. Las expectativas de triunfo de EPN, tan altas, son congruentes con el ambiente creado por la publicidad en los medios y las encuestas (también usadas como forma de publicidad), antes de la elección presidencial de 2012.

Cuadro 3. Lealtad por el candidato preferido

<i>¿Votaría por el candidato que más le gusta (o prefiere) aun sabiendo que no va a ganar?</i>						
<i>¿Por quién votaría como la primera opción?</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Claro que va a ganar (%)</i>	<i>No sabe (%)</i>	<i>No responde (%)</i>	<i>Total (%)</i>
JVM	86.10	8.20	3.80	0.50	1.40	100.00
EPN	81.30	7.80	7.40	1.50	2.00	100.00
AMLO	89.00	3.90	4.00	0.80	2.30	100.00
GQT	87.50	4.60	2.30	4.60	0.90	100.00
No votaré	51.70	14.60	0.60	27.30	5.80	100.00
No sé	70.20	8.60	3.60	16.00	1.50	100.00
<i>Total</i>	<i>80.30</i>	<i>7.50</i>	<i>4.50</i>	<i>5.60</i>	<i>2.10</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos ponderados de la ENCPJ 2012, procesados por la autora.

La empatía con un candidato es importante como motivación para la participación en el proceso electoral, y al mismo tiempo genera el rechazo por los otros candidatos competidores, lo que podría denominarse “desapego”, como contrario a “empatía”. La pregunta fue hecha para conocer a los candidatos que se rechazan y lo interesante es que los candidatos que cuentan con más simpatizantes son al mismo tiempo los más rechazados: EPN y AMLO.

Llama la atención el hecho de que el rechazo se distribuya en una forma tan similar a las preferencias, ya que el cuadro 2 de preferencias y el cuadro 4 de rechazo son muy similares. Sólo en el caso de AMLO y de GQT el porcentaje de rechazo es ligeramente superior al de aceptación.

Teniendo como punto de partida las preferencias por los candidatos a la presidencia se hizo el cruce de jóvenes que prefieren como primera opción en su intención de voto a un candidato, con el rechazo que ellos mismos manifestaron hacia los demás. En el cuadro 5 se puede apreciar por quién nunca votarían los simpatizantes de cada candidato. El rechazo de los simpatizantes de JVM se concentra en dos opcio-

Cuadro 4. Rechazo hacia los candidatos por género

<i>¿Por quién nunca votaría?</i>	<i>Sexo del seleccionado</i>			<i>Total (%)</i>
	<i>Hombre (%)</i>	<i>Mujer (%)</i>	<i>Total</i>	
JVM	19.00	18.50	9 379	18.70
EPN	28.20	26.30	13 635	27.20
AMLO	25.00	27.40	13 156	26.30
GQT	8.80	8.00	4 184	8.40
No votaré	2.00	2.60	1 158	2.30
No sé	17.00	17.30	8 576	17.10
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>50 088</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos ponderados de la ENCPJ 2012, procesados por la autora.

Cuadro 5. Preferencias, rechazo e indiferencia

<i>¿Por quién votaría como la primera opción?</i>	<i>¿Por quién nunca votaría?</i>						<i>Total (%)</i>
	<i>JVM (%)</i>	<i>EPN (%)</i>	<i>AMLO (%)</i>	<i>GQT (%)</i>	<i>No votaré (%)</i>	<i>No sé (%)</i>	
JVM	1.00	38.90	39.60	11.90	1.30	7.20	100.00
EPN	31.90	1.60	46.30	10.20	0.90	9.10	100.00
AMLO	22.60	61.40	1.00	9.10	0.70	5.30	100.00
GQT	24.50	37.00	27.10	3.00	0.00	8.30	100.00
No votaré	12.30	16.30	13.10	1.30	18.20	38.70	100.00
No sé	11.50	13.60	15.60	4.90	1.70	52.70	100.00
<i>Total</i>	<i>18.70</i>	<i>27.20</i>	<i>26.30</i>	<i>8.40</i>	<i>2.30</i>	<i>17.10</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos ponderados de la ENCPJ 2012, procesados por la autora.

nes casi por igual: EPN y AMLO, mientras que en el caso de los simpatizantes de EPN el rechazo se concentra en AMLO, con 42% en contra, y en JVM, con 32%. Ocurre a la inversa con los simpatizantes de AMLO, quienes rechazan principalmente a EPN (61%) y en menor proporción a JVM. En cambio el rechazo por GQT en todos los casos es menor al 12%. Estos datos permiten suponer que el rechazo que se expresa hacia un candidato significa en alguna medida la idea de “competencia peligrosa”, dado que los dos candidatos punteros son los que, en paralelo, generan más opiniones negativas, mientras un candidato poco competitivo como Quadri, no es motivo de tanto rechazo, por lo que se podría hablar de indiferencia (cuadro 4).

Si los entrevistados se mostraron potencialmente “abstencionistas” porque no tenían claras intenciones de votar, o “indecisos” porque dijeron “no saber”, en general también fueron pocos los que expresaron rechazo hacia los candidatos. La mayoría de los abstencionistas y los indecisos son también indiferentes o indecisos en cuanto a tener o no rechazo por los candidatos (cuadro 5, 13%).

El análisis de los candidatos rechazados, partiendo de las preferencias de los entrevistados, permite entender que el rechazo en gran medida se construye como una respuesta a los competidores que resultan más amenazantes para el candidato preferido. O bien podría ocurrir lo contrario, que es a partir de que los ciudadanos construyen una imagen de rechazo y un afecto negativo hacia un candidato, que entonces desarrollan la preferencia por el que aparece en la campaña electoral como el competidor más cercano. En cambio, los jóvenes que no tienen una identificación positiva con ningún candidato, sean hombres o mujeres, o no tienen intención de votar, en realidad tampoco tienen rechazo hacia los candidatos. Este dato me parece especialmente interesante en virtud de que muchas veces se ha interpretado el abstencionismo como una “posición política” consecuencia del re-

chazo a los partidos y los candidatos, cuando en realidad parece más bien que hay ciudadanos que simplemente “son indiferentes” al proceso electoral, no tienen candidatos preferidos, y tampoco perciben negativamente a los candidatos.

Otro tema asociado a la preferencia es el de las expectativas de éxito, ¿qué tan asociadas están las preferencias por un candidato a sus probabilidades de éxito en la elección? También en este tema hay una “racionalidad” que supone preferir al candidato ganador, y una empatía que parece ir más allá de esa identificación racional. A través de diversas preguntas enlazadas entre sí en el cuestionario se puede reflexionar sobre la disyuntiva entre la empatía (afecto) y la racionalidad en la decisión sobre por quién votar para presidente el día de la elección.

Las expectativas de los entrevistados permiten diferenciar con claridad entre una posible racionalidad fundada en las expectativas (votar por el probable ganador) y la convicción de votar por el candidato con el que se tiene mayor empatía. Es fácil advertir que hay diferencias notables con el cuadro 4, donde se les preguntaba a los jóvenes por quién votarían como primera opción. Cuando se preguntó por el probable ganador, más de la mitad de los entrevistados consideraba que éste sería Peña Nieto, dejando muy atrás a López Obrador y a Vázquez Mota, y desde luego a Quadri, ya que los que tenían confianza en su triunfo fueron como 0.5% (cuadro 6).

Las diferencias en género también se reflejan en las opiniones sobre JVM y AMLO. Las mujeres tienen más confianza en el triunfo de JVM y los hombres en AMLO, algo similar a lo que ocurre con la empatía por candidatos; pero en realidad son muy pocos los jóvenes de ambos sexos que tienen la idea de que alguno de estos dos candidatos podría triunfar; es más frecuente la incertidumbre (cuadro 6).

La explicación que los jóvenes de ambos sexos dieron a las expectativas de triunfo de los candidatos se registró como pregunta abierta y las respuestas fueron clasificadas

Cuadro 6. Expectativas de triunfo

<i>¿Y quién cree que gane la elección para presidente?</i>	<i>Sexo del Seleccionado</i>			
	<i>Hombre (%)</i>	<i>Mujer (%)</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Total (%)</i>
JVM	9.10	13.00	5 572	11.10
EPN	52.20	50.70	25 746	51.40
AMLO	19.00	11.90	7 662	15.30
GQT	0.60	0.90	388	0.80
No sé	19.10	23.50	10 720	21.40
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>50 088</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012, ponderados y procesados por la autora.

en temas generales, unos negativos y otros positivos. Los negativos representan el 22% de todas las respuestas y se refieren en primer lugar a la posibilidad de fraude y en segundo a un exceso de dinero invertido en las campañas. Cabe destacar que EPN fue el candidato que más expectativas de triunfo despertaba, y también que era quien más despertaba ese tipo de inquietudes (con más del 30% de las opiniones), lo que significa que antes de la elección había muchos elementos en la opinión pública que llevaban a pensar en la manipulación de la elección, como uso de recursos fuera de los presupuestos autorizados por la norma electoral. También es peculiar que siendo JVM la candidata del PAN, mismo del entonces presidente Felipe Calderón, no existiera la percepción de que tenía recursos excesivos, ni un apoyo desmedido de las grandes empresas televisoras o del propio gobierno federal.

Algo muy distinto pasa con los aspectos positivos, que atribuyen el triunfo del candidato a tres aspectos diferentes: la calidad del candidato, la calidad de sus propuestas y la fuerza de su partido. Los candidatos mejor evaluados son JVM y AMLO, sobre todo se menciona la calidad de sus propuestas (hay que recordar que el 100% de cada columna en

el cuadro 7 son los jóvenes que piensan que va a ganar ese candidato, independientemente de cuántos sean, muchos o pocos). Los seguidores de AMLO tienen poca confianza en la fuerza de los partidos que lo apoyan pero confían más en su personalidad; los de JVM tienen más confianza en la calidad de sus propuestas. En cambio, quienes piensan que EPN va a ganar, lo califican pobremente como candidato, pero mencionaron que ganaría por la fuerza de su partido. Es curioso que el candidato que tenía mayores expectativas de triunfo, EPN, fue el que tuvo menos referencias positivas.

Finalmente, GQT merece un comentario especial porque fue el candidato que menos expectativas de triunfo tenía, pero el 68% de quienes pensaron que podría ganar, consideraron que lo haría por sus buenas propuestas.

Estas diferencias en las “razones de la preferencia” o “explicación de las expectativas de triunfo” permiten suponer que la empatía que desarrolla un ciudadano con un candidato puede responder a una visión apegada a la realidad. Algunos de los jóvenes entrevistados distinguen entre la simpatía que han despertado los candidatos, las razones que tendrían para votar, las expectativas de triunfo de su candidato y las cualidades positivas o negativas de éstos. Por esto no se les puede tachar de votantes inocentes, dado que tienen una idea compleja de la política que destaca aspectos fundamentales del sistema político mexicano y sus actores políticos. Queda la incógnita sobre qué predominó en las elecciones de 2012 al final, el día 1 de julio: la empatía o el cálculo racional de quién podría ganar.

LA CULTURA POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA Y LA GEOGRAFÍA

En México, desde que inició la transición electoral en los años noventa, el espacio que ocupaba casi exclusivamente

Cuadro 7. Explicaciones del triunfo

<i>¿Por qué cree que gane?</i>	<i>¿Y quién cree que gane la elección para presidente?</i>				
	<i>JVM</i> (%)	<i>EPN</i> (%)	<i>AMLO</i> (%)	<i>GQT</i> (%)	<i>Total</i> (%)
Porque hacen fraude en las elecciones	2.20	9.70	1.80	0.00	7.00
Porque cuenta con el apoyo de las televisoras	1.00	5.60	0.70	0.00	3.90
Porque tiene mucho dinero para propaganda	0.40	9.00	3.03	0.50	6.60
Nadie cree en los otros partidos	2.10	1.00	1.40	2.60	1.20
Por las encuestas	1.30	5.20	2.20	1.50	4.00
Subtotal negativo	7.00	30.50	9.40	4.60	22.70
Es el mejor candidato	36.00	19.50	36.10	10.60	25.00
Su partido es más fuerte	11.70	15.90	8.80	11.20	13.90
Porque tiene los mejores programas y propuestas	30.00	16.50	25.90	67.50	20.70
Subtotal positivo	77.70	51.90	70.80	89.30	59.60
Otro	12.10	13.70	18.60	2.70	14.30
Nr/No respuesta	3.20	3.80	1.30	3.30	3.20
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 procesados por la autora.

el PRI fue compartido con otras fuerzas políticas, con características regionales peculiares; en algunas zonas la oposición política se construyó con grupos que tenían una identidad predominante de derecha, como empresarios o la Iglesia católica, mientras que en otras los grupos de oposición surgieron de sectores obreros, campesinos o populares identificados con la izquierda.

Esta configuración regional de la influencia de los partidos se viene formando desde la gran escisión de la Corriente Democrática del PRI en 1988 y se ha mantenido más o menos estable a lo largo de todo el periodo que podría denominarse “transición electoral” (Gómez Tagle, 1992).

La división del territorio nacional en regiones proclives a desarrollar una oposición de izquierda (PRD principalmente) o de derecha (PAN) se manifestó desde los años ochenta, cuando la incipiente democratización electoral empezó a abrir algunos cauces de participación de los ciudadanos en la política, pero quedó definida con toda claridad en el periodo de transición a partir de 1997, y ha seguido siendo un referente que marca los resultados electorales que obtienen los partidos (Baker, 2009; Gómez Tagle, 1990, 1997, 2012; Klesner, 2009). No se trata sólo de las diferencias entre lo urbano y lo rural, que sí existe, ni de una relación clara entre marginación, desarrollo y orientaciones políticas predominantes, porque si se toman en cuenta las tres ciudades más grandes y desarrolladas del país: Guadalajara, Monterrey y México, se encuentran notables diferencias.

El PAN había dominado en Guadalajara; en el norte la alternancia se había producido entre el PRI y el PAN, por ejemplo en Nuevo León; mientras que el PRD había sido dominante en la Ciudad de México. En 2015 el panorama político ha cambiado en varias regiones, en Guadalajara han surgido nuevos actores políticos, como David Alfaro, candidato de Movimiento Ciudadano, y Kumamoto, candidato independiente, lo mismo en Nuevo León, con Jaime Rodríguez, *el Bronco*, can-

didato independiente, y en la Ciudad de México, con la presencia de Morena. Se requiere un nuevo estudio más a fondo para conocer el origen de estas nuevas fuerzas políticas emergentes en 2015, aun cuando se puede adelantar que en Nuevo León *el Bronco* tiene raíces en el PRI y algunos de sus aliados venían del PAN, y Morena resulta del rompimiento de Andrés Manuel López Obrador con el PRD.

Por eso, más que clivajes políticos marcados por los diferentes niveles socioeconómicos, las grandes escisiones en el comportamiento electoral en México se han encontrado en regiones con diferentes historias que, como ya se dijo, posiblemente se remontan a varios siglos atrás. En las elecciones de 2006, la polarización del voto más notable se dio entre los estados del sur, que se inclinaron a la izquierda y votaron por AMLO, mientras que el centro y el norte del país votaron mayoritariamente por Calderón.

A partir de las características ideológicas y de “clase social” de los partidos y los candidatos, con frecuencia se espera encontrar una influencia importante de la “clase social” o del nivel socioeconómico en las preferencias políticas de los ciudadanos. Se podría esperar que los ciudadanos de nivel económico alto se identificaran con un partido de derecha, mientras que los sectores sociales menos favorecidos económicamente se identificaran con un partido de izquierda o de características populistas, como podría ser el PRI. Si esto fuera así los sectores socioeconómicos A o B estarían más cerca del PAN (considerado de derecha) por ser más conservador; mientras que las personas ubicadas en niveles socioeconómicos inferiores (D y D/E) deberían identificarse con AMLO, quién además de haber sido postulado por una coalición de partidos de “izquierda” mantuvo siempre un discurso en contra del “sistema”, a favor de los pobres. Y el PRI, con un discurso nacional revolucionario, sería un partido en el que todas las clases sociales pueden encontrar un lugar, pero que manifiesta (en sus documentos) un perfil

popular cercano a los mismos sectores sociales de bajos ingresos que podrían simpatizar con la izquierda.

Sin embargo, en México, es la región y no la clase la que genera los clivajes más profundos en la política electoral. Estos estudios han mostrado que no son las variables demográficas individuales las importantes, sino las relacionadas con el ingreso per cápita (o índice de desarrollo) de toda la entidad, la religiosidad, la urbanización y la historia política (Klesner, 2009; Gómez Tagle, 2012). En primer lugar se considera la relación entre la intención de voto de los entrevistados (como un indicador de cultura política) y el nivel socioeconómico al que pertenecen.

Se presenta el análisis de la intención de voto manifestada en la encuesta por los jóvenes y las características socioeconómicas del hogar donde viven. Este cuadro responde a la pregunta: ¿cuántos simpatizantes tiene cada candidato en los diversos niveles socioeconómicos? (según criterios de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado [AMAI]).⁵

La empatía que generaron los candidatos a la presidencia en 2012 no parece estar muy relacionada con el nivel socioeconómico al que pertenecen, ya que como se observa en el cuadro 8, no hay una concentración de las simpatías por un candidato en alguno de los niveles socioeconómicos. Las diferencias son pequeñas y reflejan tendencias pero no clivajes electorales fuertes. En la población de nivel socioeconómico más alto (niveles A/BC+) AMLO obtuvo el mayor apoyo, mientras que la población joven de nivel bajo (D) concentró sus simpatías en EPN. La candidata del PAN, JVM, obtuvo más apoyo en las clases medias (C-/C) y los simpatizantes de GQT mostraron una ligera concentración en los niveles socioeconómicos más altos.

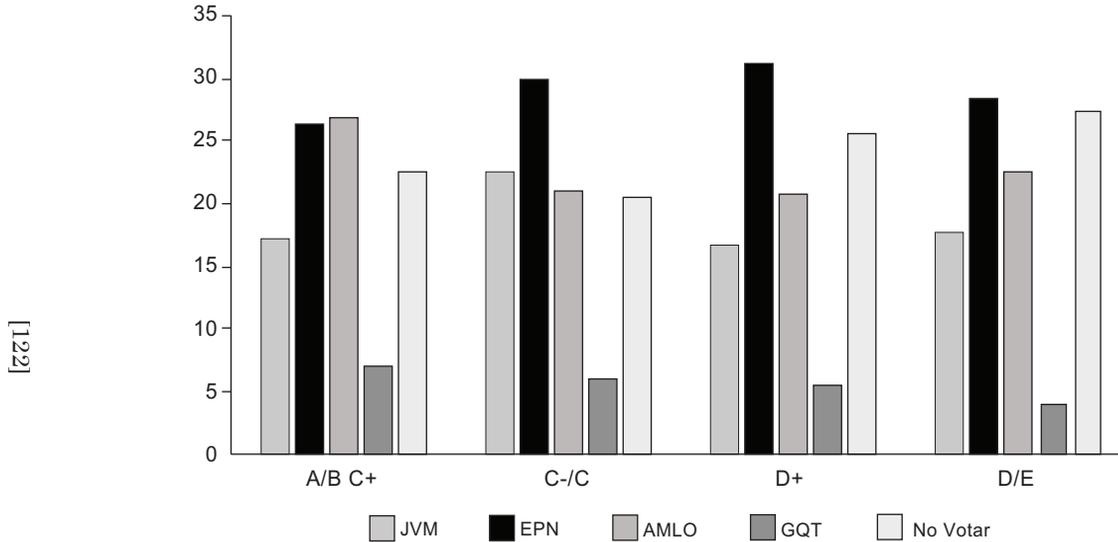
⁵ Referencia de AMAI sobre los niveles socioeconómicos, <<http://www.amai.org/NSE/NivelSocioeconomicoAMAI.pdf>>.

Cuadro 8. Preferencia política y nivel socioeconómico de los entrevistados

<i>¿Por quién votaría como la primera opción?</i>	<i>Nivel socioeconómico</i>					<i>Total (%)</i>
	<i>A/B C+</i> <i>(%)</i>	<i>C-/C</i> <i>(%)</i>	<i>D+</i> <i>(%)</i>	<i>D/E</i> <i>(%)</i>	<i>Total</i>	
JVM	17.30	22.50	16.80	17.60	9 530	19.00
EPN	26.30	29.90	31.30	28.50	14 588	29.10
AMLO	26.90	21.00	20.80	22.50	11 292	22.50
GQT	6.90	6.00	5.50	4.00	2 810	5.60
No votaré	6.40	6.00	8.50	9.50	3 740	7.50
No sé	16.20	14.60	17.20	17.80	8 127	16.20
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>50 088</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Datos de la ENCPJ 2012 ponderados y procesados por la autora. En este texto se usaron los datos de jóvenes de la ENCPJ 2012, ponderados al tamaño de la población con el factor de ajuste a estructuras de edad y sexo, usando datos del INEGI.

Gráfica 1. Preferencia por candidato y nivel socioeconómico



Fuente: Datos de la ENCPJ 2012, ponderados y procesados por la autora.

En síntesis, se advierte que el candidato que despertó más simpatías en los niveles socioeconómicos más altos es precisamente aquél que por su perfil ideológico se debería identificar con sectores populares, como es el caso de AMLO. El único que tiene una relación lineal ascendente con el nivel socioeconómico (NSE) es GQT, entre más alto el nivel mayor es la preferencia; mientras que con la candidata del PAN, JVM concentra las preferencias de las clases medias y el candidato del PRI, EPN tiene más simpatizantes en clases populares. Pero todos los candidatos tienen simpatizantes en todos los niveles, así que no se puede hablar de un perfil socioeconómico definido. Merece atención el grupo de los “no votantes”, ya que ellos se concentran en los niveles socioeconómicos más bajos, pero también hay un porcentaje importante en los niveles más altos, contrariamente a lo que se espera en el sentido de que los ciudadanos mejor informados serían más participativos.

El análisis de la relación entre nivel socioeconómico NSE y preferencias por los candidatos no arroja un perfil definido, por lo que se confirma la hipótesis de que la clase social no es el aspecto que define las preferencias políticas. Para confirmar la importancia de las regiones en el comportamiento electoral como indicador de cultura política, en la siguiente sección se hablará de la relación entre la geografía y las preferencias electorales, confrontando los resultados de las elecciones presidenciales con la ENCPJ 2012.

GEOGRAFÍA DE LAS CIUDADES Y LAS ÁREAS METROPOLITANAS

En este trabajo se habla de Áreas Metropolitanas y Urbanas (AMU), que corresponden a 76 ciudades, identificadas como zonas urbanas de mayor importancia por su tamaño como grandes ciudades o por su peso político como capitales de estado.

Estas 76 AMU comprenden uno o varios municipios vecinos y fragmentos urbanos de municipios contiguos, siempre con continuidad geográfica. Los mapas de las 76 ciudades y áreas metropolitanas (AMU) fueron elaborados con una base de datos estadísticos y mediante un estudio cartográfico específico de cada ciudad y sus alrededores. Los territorios urbanos identificados como AMU al nivel de sección electoral fueron la base para determinar el universo de 32 069 secciones urbanas que sirvieron de referencia para delimitar el universo geográfico del estudio para diseño de la muestra (véase el mapa 1).

Las 32 068 secciones electorales de las AMU en 2012 alojaban al 55% de los ciudadanos inscritos en el listado nominal para votar en julio de 2012, lo que implica una gran concentración de la población mexicana en centros urbanos, y permite destacar la importancia de las tendencias políticas que se observaron en estas 76 ciudades, en contraste con el resto del territorio nacional, a pesar de que en el mapa sólo aparecen como pequeños puntos.

Con el fin de establecer tendencias políticas históricas de esas AMU se tomaron como indicadores de los escenarios electorales más constantes, las elecciones legislativas federales del periodo que puede considerarse “transición electoral”, o sea del 2000 al 2009. Los resultados de las esas cuatro elecciones intermedias se tomaron como referencia para clasificar las secciones para el estudio de las tendencias políticas históricas porque son las que revelan con mayor fidelidad la fuerza de las estructuras partidarias, y no se ven tan influenciadas por la personalidad de los candidatos.

Con un análisis de *cluster* estadístico de múltiples etapas se obtuvieron cinco grupos de secciones con características similares, no sólo por el partido ganador, sino por los otros partidos que conforman un escenario de competencia típico. Por ejemplo, zonas con dominio del PAN pero con el PRI como

Mapa 1. Ubicación de las 76 áreas metropolitanas y urbanas



[125]

Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex/IFE.

segundo partido y casi ausente el PRD, o zonas con un PAN en primer lugar y con una competencia importante del PRD.

Joseph Klesner hizo un ejercicio similar en el análisis de la encuesta 2006 Panel Study sobre México, pero usó el resultado de las elecciones al nivel de distrito electoral para definir las regiones del país con el predominio de un solo partido en vez de partir de un análisis de los resultados por sección electoral. Así clasifica el autor aquellos estados donde hay un solo partido dominante, donde hay competencia de dos partidos, o un sistema de tres partidos o más, con datos de elecciones legislativas. El mapa virtual resultado de este análisis deja ver un marcado regionalismo, pero ya no en los términos simplistas de dos partidos, sino como distintos escenarios de competencia claramente diferenciados por la combinación de la votación a favor de los tres principales partidos: PRI, PAN y PRD, que en realidad se reduce en la mayor parte de los casos sólo a dos: el PRI y el PAN, o el PRI y el PRD. Esto permite reconsiderar la idea de que el viejo PRI haya sido desplazado del poder político, ya que este partido sigue mantenido el control político de una gran parte del territorio electoral nacional. Por otro lado existe una amplia gama de patrones de cooperación-competencia entre los partidos de derecha y de izquierda frente al PRI (Klesner, 2009: 58).

En un segundo momento se clasificaron esas 32 068 secciones en cinco grupos, tomando en cuenta resultados de las elecciones legislativas, con el fin de establecer las tendencias históricas del voto. Las regiones virtuales fueron definidas por el método de *clusters*, para clasificar las secciones electorales en función de la historia de resultados en elecciones de diputados en cinco grupos o regiones virtuales.⁶

⁶ Véase el capítulo final para encontrar algunos ejemplos y un mapa como modelo de la metodología seguida para delimitar las áreas urbanas en todos los centros urbanos considerados.

Con este método se clasificaron en cinco subáreas o territorios integrados por diferente número de secciones, con características diferentes por el partido más fuerte y los dos partidos que están en competencia más o menos cercana. Para el análisis es importante considerar las características de la votación de los tres partidos o fuerzas políticas en cada cluster, y también la importancia de esa subárea en relación al total de secciones que integran todo el territorio estudiado, o sea las 76 ciudades (el porcentaje de secciones del cluster en relación a las 32 068 secciones de las AMU) (cuadro 9).

Así obtenemos 5 *clusters*, caracterizados de la siguiente manera.

- *Cluster 1*, integrado por 7 671 secciones, con una votación que históricamente ha favorecido al PAN y en segundo lugar al PRI, siempre en alianza con el Partido Verde Ecologista; y donde el PRD o la “izquierda” (coaliciones de varios partidos, como Partido del Trabajo, Convergencia, etc.) han quedado en un tercer lugar poco competitivo (23.92% de las secciones).
- *Cluster 2*, integrado por 8 696 secciones con un comportamiento electoral competitivo PAN-PRI, y PRD en tercer lugar (27.12 % de las secciones).
- *Cluster 3*, integrado por 7 059 secciones con un comportamiento electoral fuertemente dominado por el PRI, donde el PAN y el PRD quedan en un lugar similar poco competitivo (22.01% de las secciones).
- *Cluster 4*, integrado por 2 981 secciones donde el PRI muestra mayor fuerza pero el PRD y la izquierda son competitivos y el PAN queda en tercer lugar (9.3% de las secciones).
- *Cluster 5*, integrado por 5 661 secciones donde el PRD y la izquierda constituyen la principal fuerza electoral, con una competencia del PAN y del PRI en condiciones similares (17.65% de las secciones).

Cuadro 9. Serie de votos históricos de diputados federales

<i>Resultado del análisis de clusters del promedio histórico de votos por partido*</i>						
		<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD izquierda**</i>	<i>Núm. de secciones</i>	<i>%***</i>
<i>Cluster 1</i>	Media	53.08	32.06	9.20	7 671	23.92
	Desviación estándar	6.55	6.52	3.96		
<i>Cluster 2</i>	Media	37.41	33.00	22.01	8 696	27.12
	Desviación estándar	3.98	5.58	4.26		
<i>Cluster 3</i>	Media	35.26	49.63	9.84	7 059	22.01
	Desviación estándar	6.61	6.83	3.56		
<i>Cluster 4</i>	Media	20.71	40.33	31.80	2 981	9.30
	Desviación estándar	5.58	6.45	5.62		
<i>Cluster 5</i>	Media	23.23	22.92	43.20	5 661	17.65
	Desviación estándar	6.12	4.31	5.59		
Total AMU	Media	36.63	35.34	20.92	32 068	100.00
	Desviación estándar	12.42	10.70	13.37		

Fuente: Estadísticas electorales del IFE, elaboradas por la autora y publicadas (Gómez Tagle, 2012).

* La tabla presenta el valor del centro del *cluster* en porcentaje de votos y la desviación estándar de las secciones de ese *cluster*.

** El PAN siempre fue sólo, el PRI tuvo como aliados en diferentes momentos al PVEM y a NA y el PRD, más los diferentes partidos que se coaligaron en cada elección presidencial o de diputados.

*** Porcentaje de secciones de cada *cluster* en relación con el total de secciones de las AMU.

En síntesis, el análisis geográfico de la distribución de los votos, con el método de *clusters*, muestra que las estructuras partidarias seguían teniendo el control de grandes regiones del país, aun en las zonas urbanas de mayor importancia, con un predominio de un partido muy fuerte de uno de los tres principales partidos, ya sea PAN, PRI o PRD (y sus aliados menores, como el Partido Verde, con el PRI). Sin embargo, como ya se mencionó antes, en las elecciones presidenciales de 2012 se desarrollan dinámicas novedosas en las regiones del *cluster 2* y del *cluster 4*.

Sería interesante mostrar en mapas la distribución de las secciones clasificadas en los cinco grupos con diferentes patrones de comportamiento electoral en las 76 ciudades del estudio, sin embargo esto resulta imposible por razones de espacio, por lo que sólo mostraré dos ejemplos importantes por ser las ciudades más grandes y ser muy diferentes: Guadalajara y la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

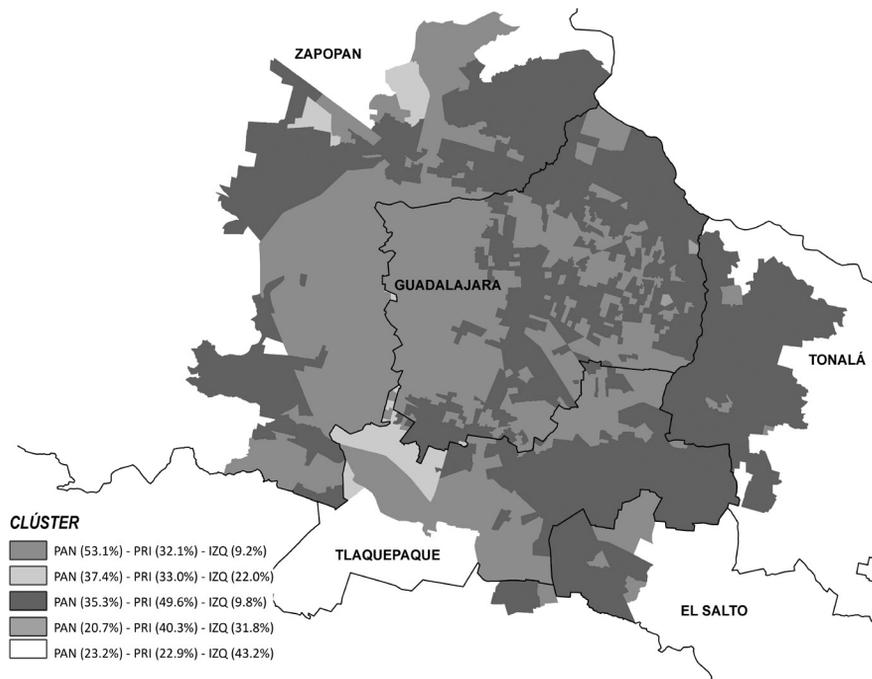
Guadalajara se caracteriza por estar dividida en dos tipos de territorios: los totalmente panistas y los totalmente dominados por el PRI, mientras que la Ciudad de México muestra un gran predominio del PRD o de la izquierda, con escasas zonas del PAN y muy pocas del PRI; y en la zona conurbada del Estado de México predominan el PRI y el PAN pero en escenarios más plurales, que admiten la presencia de otros partidos, sobre todo del PRD (mapas 2 y 3).

De los cinco *clusters* en general se puede concluir que los de mayor pluralidad y competencia son el 2, que es el de mayor extensión, con 27.17% de las secciones (el PAN tiene presencia importante como primer partido, pero en competencia cercana con el PRI); y el *cluster 4*, donde compiten PRI y PRD, mientras que el PAN queda en tercer lugar.

El PAN es dominante en el *cluster 1*, el PRI en el 3 y el PRD en el 5. Si se suman los *clusters* donde el PRI tiene fuerte

Mapa 2. Comportamiento electoral de la Zona Metropolitana de Guadalajara por *cluster*

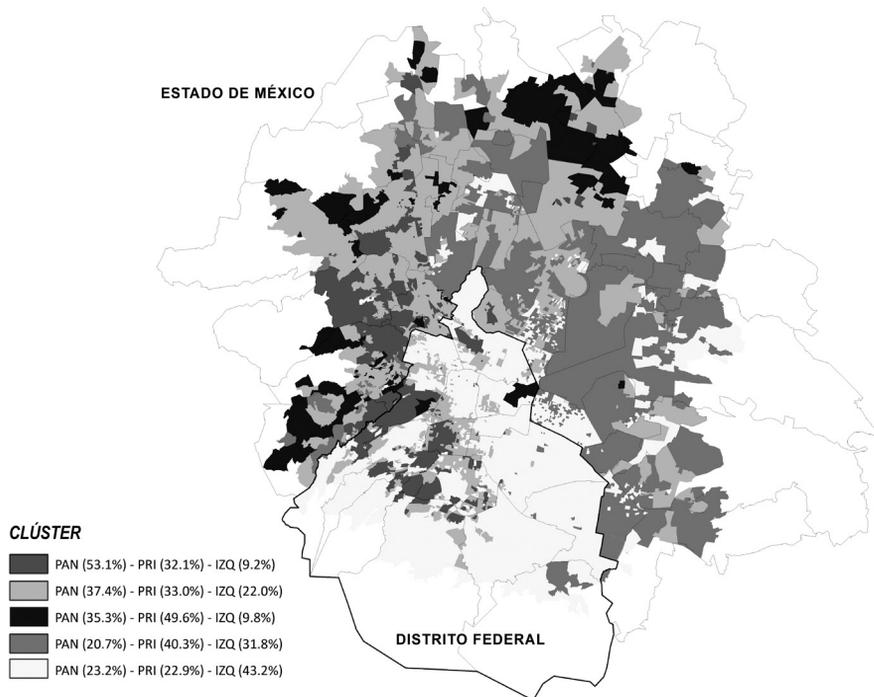
[130]



Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex/IFE.

Nota: Los tonos en el mapa corresponden a los *clusters* cuadro 9.

Mapa 3. Comportamiento electoral de la Zona Metropolitana del Valle de México por *cluster*



[131]

Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex/IFE.

Nota: Los tonos en el mapa corresponden a los *clusters* cuadro 9.

influencia, se puede comprobar que es el partido con mayor dominio del territorio, aun en zonas urbanas.

Sin embargo, ya en 2012 se advertían en algunas zonas nuevas tendencias, lo que se ha corroborado en las elecciones legislativas de 2015, al perder terreno los partidos tradicionales y surgir nuevas fuerzas políticas, ya sea como candidatos independientes o como partidos emergentes.

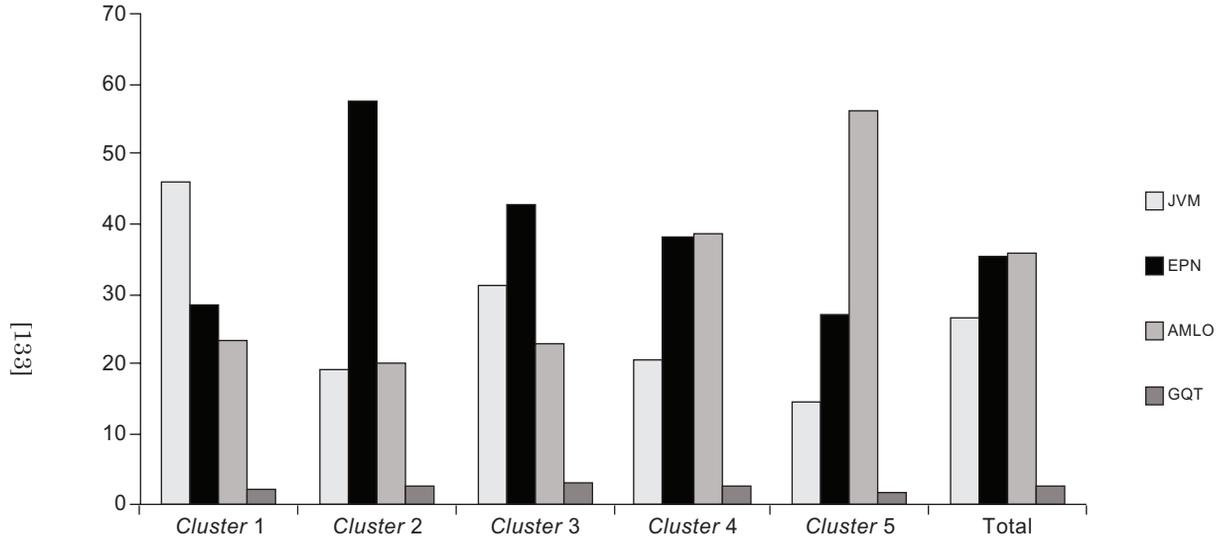
ANÁLISIS GEOGRÁFICO DE LAS PREFERENCIAS DE LOS JÓVENES Y DE LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES 2012

Si se estudian las respuestas registradas en la ENCPJ 2012, en las AMU, clasificando las secciones en los cinco tipos de *clusters* (por características del comportamiento histórico electoral), se advierten notables diferencias en las respuestas de los jóvenes encuestados. En la gráfica 2 se observan los porcentajes de respuestas favorables a cada candidato, clasificadas según las cinco regiones (clasificadas por *cluster*) mencionadas antes.

En el *cluster* 1, tradicionalmente panista, JVM sigue siendo una candidata importante pero fue desplazada del primer lugar por EPN y por el crecimiento de AMLO. Algo más notable ocurre en el *cluster* 2, donde la candidata del PAN pasó al tercer lugar mientras que EPN logró un primer lugar con bastante diferencia respecto del segundo; AMLO pasó al segundo lugar desplazando a JVM al tercero.

En la región del *cluster* 3, tradicionalmente favorable al PRI, EPN conservó más simpatías que los otros tres candidatos. En el *cluster* 4, EPN obtuvo la mayoría de adhesiones, pero con una competencia muy cerrada de AMLO, quien casi logra un empate. Y en el *cluster* 5, tradicionalmente favorable a la izquierda y en particular al PRD, las preferencias por AMLO superaron las tendencias históricas, obteniendo el porcentaje más

Gráfica 2. Preferencia por candidatos por *cluster*



Fuente: Datos de la ENCFJ 2012, ponderados y procesados por la autora.

alto de opiniones favorables de todos los grupos, mientras que el candidato del PRI no llegó ni al 25% y JVM quedó desplazada a un tercer lugar muy lejano, similar al que ocupó GQT.

Este análisis de las opiniones de la encuesta por regiones definidas con indicadores del voto tradicional en elecciones legislativas muestra el gran peso que tiene el entorno político geográfico en el desarrollo de las simpatías y lealtades políticas en una coyuntura electoral.

Otro aspecto interesante en la distribución de las respuestas de la encuesta por región (*cluster*) es la distribución de los “no votantes”. El porcentaje mayor se localizó en el *cluster* donde el PRI es más fuerte, mientras que donde el PAN o la izquierda fueron más competitivos, los no votantes disminuyeron, lo que hace suponer que había mayor interés en las elecciones presidenciales. En síntesis, se puede afirmar que la historia electoral de las regiones tiene más influencia en la formación de opiniones favorables a los candidatos en tiempos electorales que el nivel socioeconómico (NSE) en el que se ubican los entrevistados.

En tercer lugar se hará una comparación entre el resultado de la encuesta y la votación obtenida por los cuatro candidatos a la presidencia el primero de julio de 2012 en las zonas urbanas o áreas metropolitanas más importantes del país, que han sido clasificadas como AMU, y las zonas urbanas y rurales del resto del país.⁷

Se trata de dos regiones virtuales que se han definido en este proyecto como AMU, en comparación con los resultados de las áreas no metropolitanas que pueden ser ciudades o regiones rurales. La gráfica 3 muestra los porcentajes respecto del total de ciudadanos inscritos en el listado nominal, la votación por cada candidato, el total de votos válidos y los “no votantes” que engloban a los votantes que

⁷ Para el análisis electoral se usaron los datos por casilla electoral publicados por el IFE que corresponden al cómputo distrital del 4 de julio.

anularon su voto, los que votaron por candidatos no registrados (ambos porcentajes muy pequeños) y los abstencionistas. Se incluye en un solo concepto a los que no votaron (no fueron a las urnas), a los que votaron por candidatos no registrados y a los que anularon su voto, porque en los tres casos los ciudadanos no tuvieron interés en votar por un candidato.

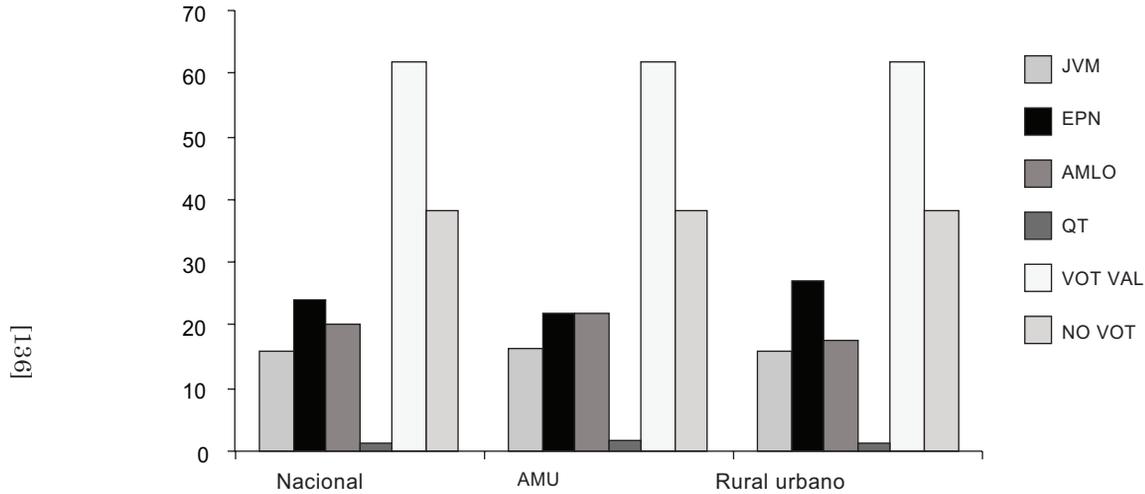
Este criterio se asume porque el grupo de “no votantes” es muy importante y es necesario incluirlos en el análisis de las opiniones. Hay una diferencia notable entre los resultados de la votación real y la encuesta, ya que en la encuesta los entrevistados que declararon que no votarían son menos que la cifra real el día de la votación. Esto en general ocurre en las encuestas porque la gente no dice que no va a votar, dado que hay un consenso social en relación con que votar es bueno.

En la gráfica 3 destacan dos resultados importantes: primero, llama la atención el hecho de que la relación entre el total de ciudadanos que participaron en las elecciones y los “no votantes” (VOT VAL y NO VOT) sea bastante uniforme en todo el país, y segundo, la diferencia en tendencias de los votos a favor de los candidatos por región: AMU y el resto del país.

En cambio los “no votantes”, tanto a nivel nacional como en las AMU, o en el resto del país, tienen la misma importancia; la participación efectiva en las elecciones presidenciales fue de 62%, mientras que la suma de la abstención y los que anularon su voto fue de 38 por ciento.

Con un criterio similar, se analizaron los votos por candidato: en territorios de AMU la votación a favor del candidato de las izquierdas fue 6 puntos más alta que en el resto del país, lo que inclusive favorece al primero por un pequeño margen, colocando a AMLO como ganador; en cambio con el candidato del PRI ocurrió lo contrario, ya que fuera de las grandes ciudades su votación fue 6 puntos más alta.

Gráfica 3. Resultados de la elección presidencial de 2012



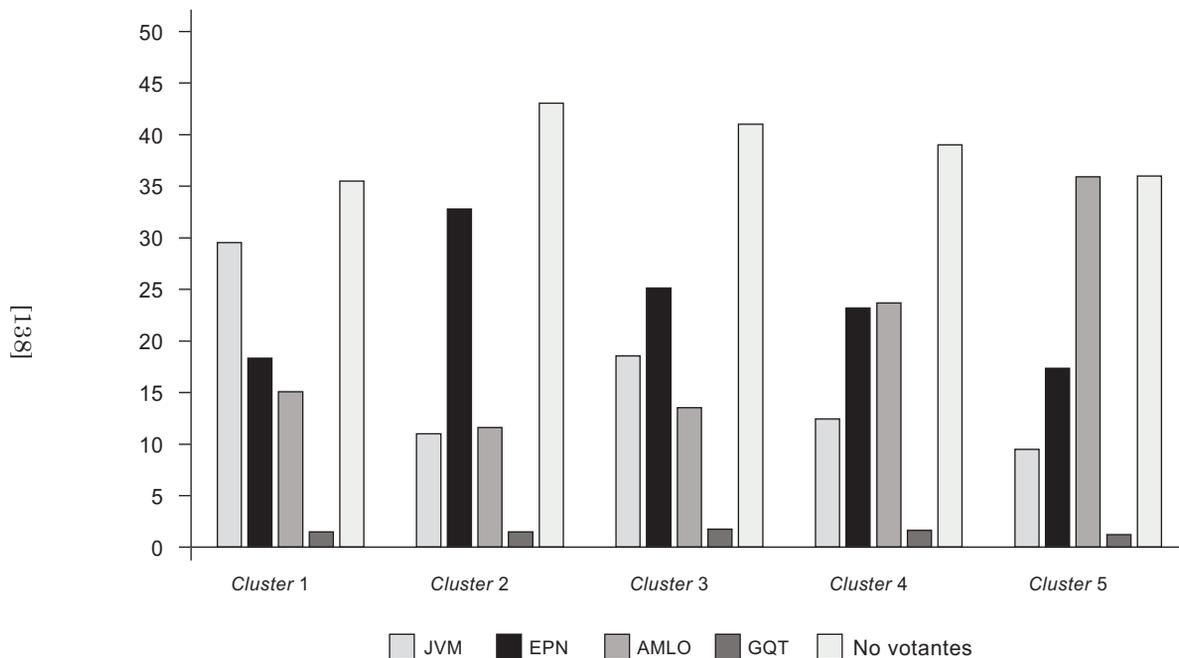
Fuente: Datos del IFE de 2012, procesados para este proyecto por la autora. Los porcentajes están calculados sobre la base de ciudadanos inscritos en el listado nominal que se usó en la elección, datos del Registro Federal de Electores (son datos por sección electoral proporcionados por el IFE de la elección presidencial del 1 de julio de 2012, después del primer cómputo distrital y previos a la calificación del proceso electoral).

Estas diferencias permiten entender la convicción de muchos de sus simpatizantes en el sentido de que el candidato de las izquierdas había ganado la elección y que le hicieron “trampa”, dado que las grandes ciudades son la parte mejor comunicada y más visible del país. Lo peculiar es que el efecto urbano no impactó la votación de JVM ni de GQT, ya que fue similar tanto en las zonas rurales y en ciudades medianas y pequeñas como en las AMU.

En los resultados de la elección presidencial de 2012 las regiones que abarcan los *clusters* mantienen un perfil partidario muy definido: el *cluster* 1 siguió siendo panista a pesar de que su candidata (JVM) a la presidencia quedó en tercer lugar al nivel más nacional; lo mismo ocurrió con el *cluster* 3, tradicionalmente del PRI, donde en 2012 EPN obtuvo una notable ventaja respecto de los otros candidatos, y con el *cluster* 5, donde las izquierdas habían sido dominantes y ahora AMLO obtuvo una ventaja mucho mayor que en otras regiones.

El cambio (*swing*) más importante en el comportamiento electoral se observa en el *cluster* 2, tradicionalmente del PRI pero donde el PAN tenía segundo lugar. En 2012 AMLO desplazó al PAN, y EPN sobrepasó a todos con una gran diferencia a su favor. La presencia de AMLO, es importante a pesar de ser modesta, porque estas 8 696 secciones habían sido controladas electoralmente por el PAN y el PRI en elecciones anteriores, por lo que el candidato de las izquierdas no tenía estructuras partidarias territoriales sólidas que lo apoyaran. Esto representa un viraje importante respecto de las elecciones presidenciales anteriores (1994, 2000 y 2006), porque ya fuera Cuauhtémoc Cárdenas o Andrés Manuel López Obrador, habían tenido dificultades para penetrar en territorios donde las estructuras partidarias del PRD, del PT, Movimiento Ciudadano y otros más efímeros no tenían algún arraigo (Gómez Tagle, 2012).

Gráfica 4. Resultados de las elecciones presidenciales 2012, en las AMU, clasificadas por *clusters**



Fuente: Datos proporcionados por el IFE procesados por la autora.

*Porcentajes calculados sobre lista nominal en 2012.

Finalmente tenemos el *cluster* 4, donde el PRI tenía ventaja histórica y el segundo lugar había sido ocupado por los partidos de izquierda, y que en 2012 fue ocupado por AMLO. Estos cambios explican por qué en los territorios de las 76 ciudades más importantes, la votación favoreció a AMLO, con una pequeña diferencia a su favor.

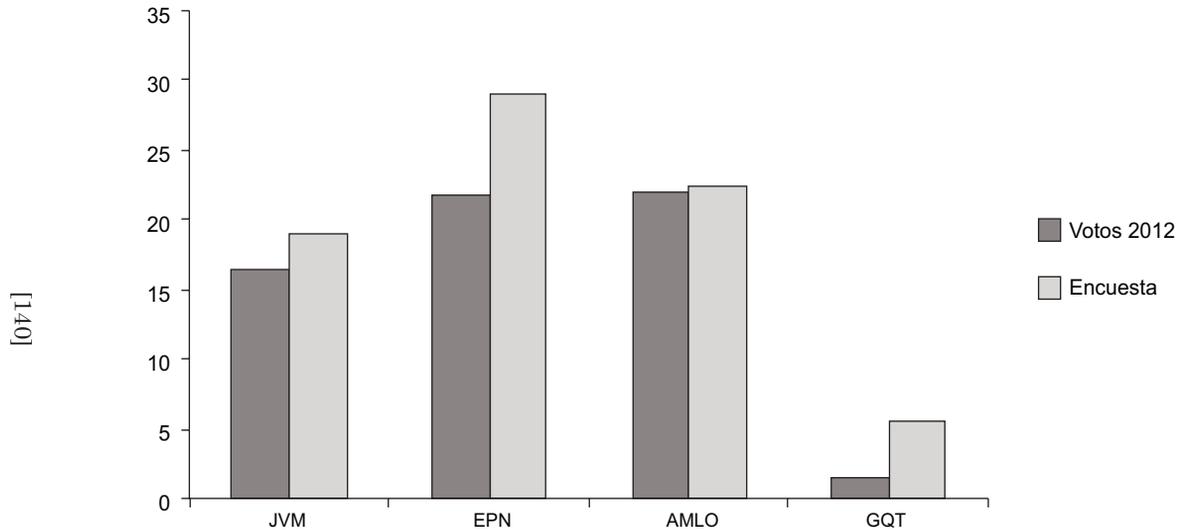
COMPARACIÓN DE LA INTENCIÓN DE VOTO
EXPRESADA EN LA ENCUESTA Y LOS RESULTADOS
DE LAS ELECCIONES DEL 1 DE JULIO DE 2012

La comparación entre la intención de voto de los jóvenes expresada en la encuesta (ciudadanos de 18 a 29 años) y el voto efectivo en las elecciones presidenciales de 2012, que son dos poblaciones diferentes, tiene el propósito de mostrar la influencia del contexto político de la región, tanto en el comportamiento electoral como en las opiniones registradas en la ENCPJ 2012 sobre las intenciones de voto de los jóvenes.

En primer lugar, hay que preguntarse por qué la intención de voto es superior a lo que fue la votación real en las urnas en estos mismos territorios urbanos donde se levantó la encuesta. La proporción de votantes con poco interés en votar, que aquí se han catalogado como “abstencionistas potenciales” (manifestaron “poco interés”, “indiferencia frente a los candidatos”, o directamente “intención de no votar”), es casi 10 puntos porcentuales inferior a la abstención efectiva, lo cual permite sospechar que muchos entrevistados que manifestaron su intención de votar, en realidad no lo hicieron. Esto es importante porque ese grupo, que podríamos denominar de “mentirosos”, se distribuye de manera diferente entre los candidatos (gráfica 5).

Sólo en el caso de AMLO hay congruencia entre lo que dijeron en las entrevistas y el resultado de la votación el 1 de

Gráfica 5. Comparación de la encuesta y la votación en las elecciones presidenciales 2012



Fuente: Datos de las elecciones 2012 del IFE, procesados para este proyecto, y datos de la ENCPJ 2012.

julio (el porcentaje de los entrevistados que manifestaron una intención de voto positiva es casi idéntico). En diferente proporción, en los otros casos ocurre lo contrario. El candidato que tiene más “mentirosos” es EPN, con una diferencia de 10 puntos (de 29% en la encuesta a 22% en la votación). En el caso de GQT, la diferencia entre la votación real y la encuesta es notable. Mientras para JVM las intenciones de voto de los jóvenes previas a la elección se parecen más al resultado de la elección.

Esta comparación, a pesar de tratarse de dos poblaciones distintas (la de la encuesta de jóvenes y la votación de todos los ciudadanos), nos permite suponer que la convicción expresada como la intención de voto en la encuesta es débil, como ya se vio al analizar las preferencias por un candidato en relación con las razones positivas y negativas por las que los jóvenes entrevistados pensaban que podría ganar. Por esto muchos de los simpatizantes del candidato del PRI y de GQT el día de las elecciones votaron por otro candidato o se unieron a las filas del abstencionismo.

Por último se presenta por separado para cada candidato una comparación del desempeño en las elecciones presidenciales 2012 y la intención de voto en la encuesta, analizados por *cluster* o región para mostrar las diferentes tendencias en cada zona tomando en cuenta los antecedentes históricos.

Como se recordará, había un *cluster* 1 con predominio del PAN, por lo que se podría pensar que su candidata a la presidencia tendría buen éxito; un *cluster* 2 de competencia PAN-PRI, pero con una leve ventaja para el primero (en dos sexenios en que la presidencia la tuvo el PAN); un *cluster* 3 con predominio del PRI y competencia tanto del PAN como de los diversos partidos de izquierda; un *cluster* 4 de competencia PRI con la izquierda, con mayoría del PRI; y un *cluster* 5, con predominio de la izquierda y competencia del PAN y del PRI en condiciones similares.

La candidata del PAN, JVM, conserva un perfil similar tanto en la encuesta como en la votación del 1 de julio, acorde a la historia de su partido en términos generales; sin embargo disminuye su votación en todos los *clusters*, menos en el 1, donde conserva una amplia mayoría. Y el peor desempeño de la candidata panista está en los *clusters* donde la competencia PRD -PRI fue más intensa (2, 4 y 5). Lo interesante es que en el *cluster* 4 la diferencia entre la intención de voto de los jóvenes y el resultado electoral es muy grande (gráfica 6).

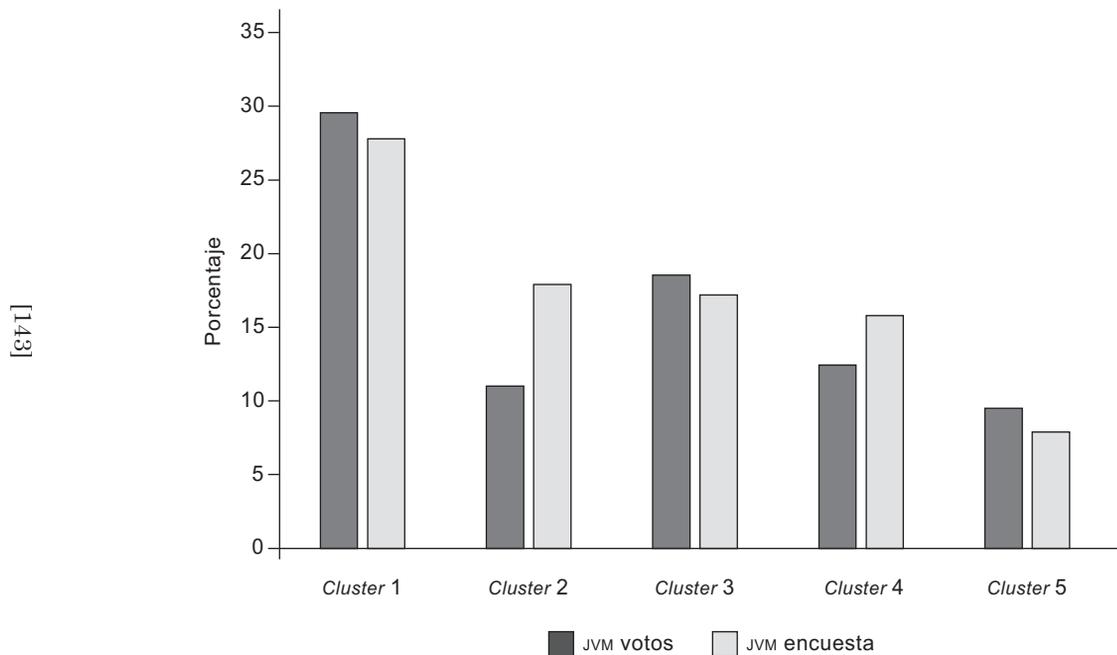
De los cuatro candidatos, el del PRI es el que tuvo una distribución más uniforme, tanto de las preferencias que expresaron los jóvenes en la encuesta, como de la votación real. Pero también es el candidato con quien las opiniones de la encuesta superaron a la votación real en un mayor porcentaje.

Esto podría explicarse porque la intención de voto que declararon en la encuesta los jóvenes no corresponde a las tendencias generales de la población, lo cual es poco probable porque al analizar las diferencias entre jóvenes y adultos en general se encontró que los adultos tenían más inclinación a apoyar a EPN que los jóvenes. Por lo cual la otra hipótesis es que esta diferencia entre intención de voto de los jóvenes registrada en la encuesta y el voto emitido en las urnas el día de las elecciones se debe a que los simpatizantes de este candidato tenían convicciones menos fuertes para ir a votar o cambiar de opinión (gráfica 7).

La votación a favor de AMLO y las intenciones de voto de la encuesta presentan las mismas tendencias y también corresponden a las preferencias históricas de los *clusters* 1, 3 y 5. No así en el *cluster* 2, donde la votación real llegó al mismo nivel de las intenciones de voto de la encuesta, y además desplazó a la candidata del PAN al tercer lugar; y en el *cluster* 4 porque tanto en la encuesta como en la elección, AMLO superó a EPN (gráfica 8).

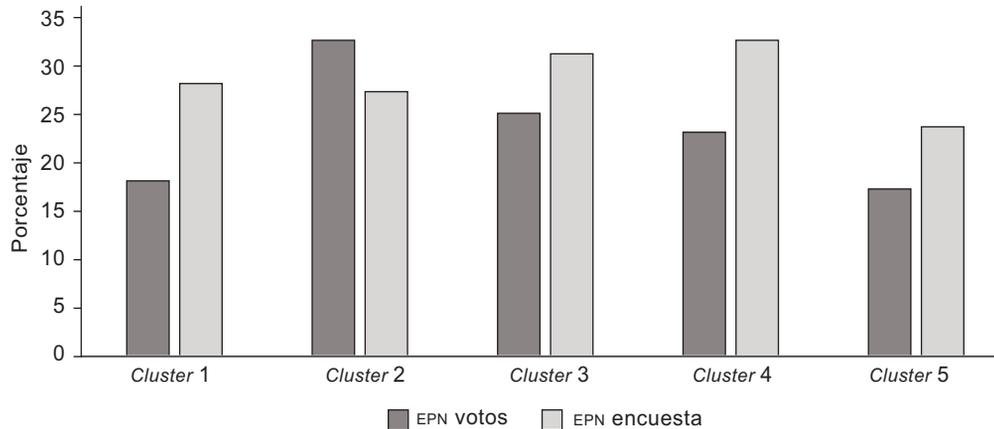
Por último, la comparación entre la encuesta y la elección en relación con GQT del Partido Nueva Alianza, mues-

Gráfica 6. Desempeño de Josefina Vázquez Mota por *cluster*: comparación de votos obtenidos en la elección presidencial de 2012 y preferencias en la ENCPJ 2012



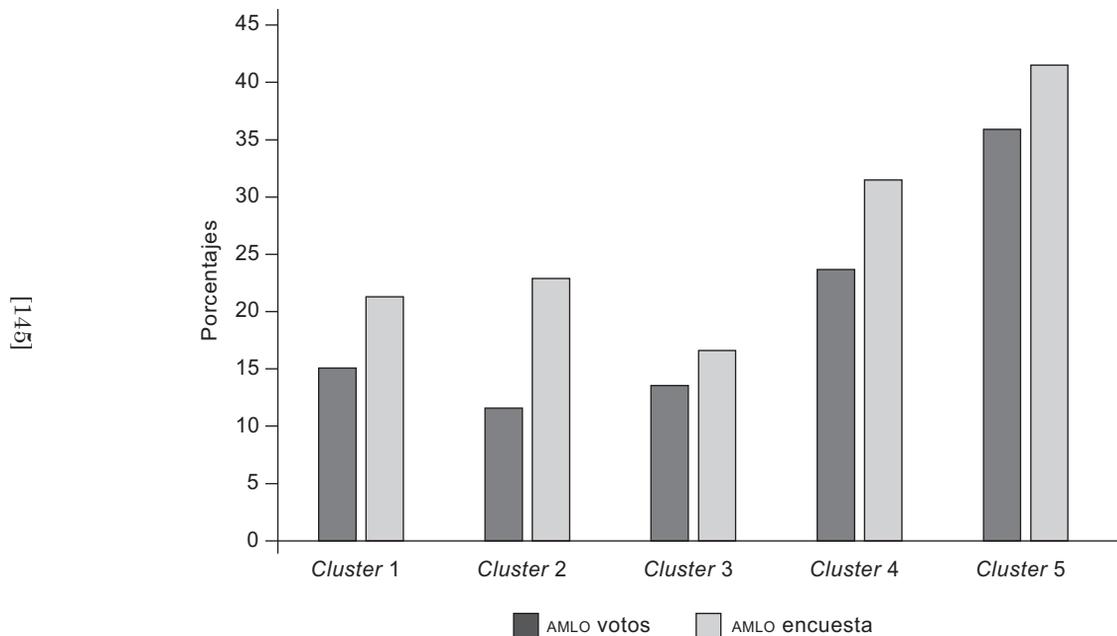
Fuente: Datos de las elecciones 2012 del IFE, procesados para este proyecto, y datos de la ENCPJ 2012.

Gráfica 7. Desempeño de Enrique Peña Nieto por *cluster*: comparación de votos obtenidos en la elección presidencial de 2012 y preferencias en la ENCPJ 2012



Fuente: Datos de las elecciones de 2012 del IFE, procesados para este proyecto, y datos de la ENCPJ 2012.

Gráfica 8. Desempeño de Andrés Manuel López Obrador por *cluster*: comparación de votos obtenidos en la elección presidencial del 2012 y preferencias en la ENCPJ 2012



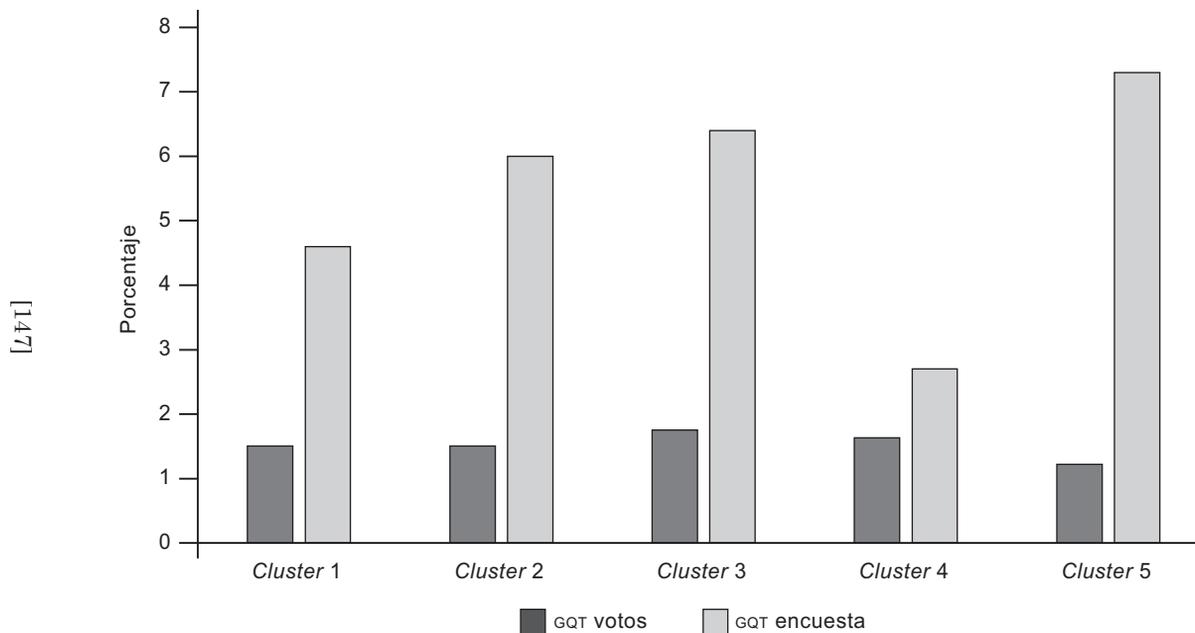
Fuente: Datos de las elecciones de 2012 del IFE, procesados para este proyecto, y datos de la ENCPJ 2012.

tra que no hay relación entre la encuesta y la votación, porque hay una gran diferencia entre una y otra. Sobre todo en el *cluster 5*, con mayor número de jóvenes que manifestaron la intención de votar por él y la votación fue la más baja, mientras que en el *cluster 4* la votación fue baja (menos de 2%) y la intención de votos de los jóvenes tampoco lo favoreció (gráfica 9). Sobre todo en este caso se pone en evidencia la dificultad de traducir opiniones en votos, dado que Nueva Alianza es un partido sin tradición electoral.

En el caso de AMLO y de JVM la intención de voto y los resultados de las elecciones siguen un patrón similar al de la votación histórica de diputados, lo que nos permite suponer, que a pesar de la visibilidad de los candidatos a la presidencia, las estructuras partidarias y las redes políticas que se han construido alrededor de los partidos siguen teniendo mucho peso. Este hecho confirma la idea de que el ambiente político de la zona donde viven los ciudadanos influye mucho en su cultura política, como menciona Sánchez-Jankowski (1986) cuando hace referencia a la cultura política de los chicanos en tres ciudades diferentes de EUA.

Sin embargo también se advierte, tanto en la encuesta como en la votación real del 1 de julio de 2012, que los *clusters* donde ha prosperado la “competencia” (el 2 y el 4) son los que muestran cambios más importantes, eso que en el análisis electoral se ha llamado swing o desplazamiento de votantes de una tendencia a otra. En el *cluster 2* el PAN fue desplazado a tercer lugar por AMLO, y en el *cluster 4* AMLO supera al PRI, que había mantenido una pequeña mayoría. Y por último el candidato del PRI desplazó al tercer lugar a JVM en el *cluster 5*.

Gráfica 9. Desempeño de Gabriel Quadri de la Tijera por *cluster*: comparación de votos obtenidos en elección presidencial 2012 y preferencias en la ENCPJ 2012



Fuente: Datos de las elecciones de 2012 del IFE, procesados para este proyecto, y datos de la ENCPJ 2012.

CONCLUSIONES

En este trabajo partimos de una noción amplia de cultura política que se sustenta en un complejo entramado de memorias, herencias de la familia y situaciones definidas por el contexto socioeconómico y geográfico. Este acervo de recursos culturales solamente se expresa “como cultura política” en coyunturas específicas en las que la persona se ve confrontada con una situación donde debe actuar, o en todo caso asumir un rol pasivo, que también tiene una consecuencia política. Se han estudiado las actitudes en los aspectos de la ENCPJ 2012, en los temas relacionados con la preferencia de los jóvenes urbanos por un candidato, en el contexto de un proceso de interés nacional, como fueron las elecciones presidenciales de 2012, donde casi la totalidad tenía información sobre la elección y los candidatos.

En México, a pesar de que hay muchos problemas no resueltos que rodean a los procesos electorales, generando un contexto inequitativo, se puede considerar que existen los mínimos de eficacia en el sistema electoral para darle sentido al sufragio. Por eso en las coyunturas electorales, sobre todo tratándose de elecciones presidenciales, la experiencia de los ciudadanos resulta un indicador interesante para analizar la cultura política.

En este contexto de competencia e incertidumbre sobre el resultado de la elección, sólo unos días antes de la votación, intentamos entender dinámicas de la cultura política a largo plazo; el sentido de la encuesta está en proporcionar una información que permita relacionar la preferencia que se expresa por un candidato, con muchas otras dimensiones de la cultura, con las características personales y del contexto socioeconómico de cada persona entrevistada.

Los cuatro candidatos a la presidencia en 2012 generaron una empatía en los jóvenes que se tradujo en la encuesta en una expresión de intención de voto, con diversas expli-

caciones del porqué se daba esa preferencia por alguno de los cuatro candidatos, o simplemente una actitud de indiferencia frente a ellos y falta de interés en las elecciones.

La construcción de las preferencias pasa por múltiples dimensiones, que tienen que ver con la fuerza con que se afirma esa preferencia aun en situaciones adversas, como la expectativa del triunfo del candidato y las razones que la explican. También tiene que ver con los candidatos que se rechazan. La simpatía por un candidato se define como “intención de votar por él” y este fue el indicador que sirvió de eje para el análisis de las demás dimensiones. El rechazo se concentra en los oponentes más visibles de los candidatos preferidos, por ello los candidatos más rechazados fueron EPN y AMLO, los simpatizantes de EPN concentran su rechazo en AMLO y viceversa, los simpatizantes de AMLO rechazan a EPN, mientras que los simpatizantes de JVM rechazan por igual a AMLO y EPN. En cambio GQT, que es el candidato menos popular, recibe poca atención positiva o negativa.

Un hallazgo importante de este análisis ha sido identificar a los jóvenes de ambos sexos que no tenían preferencia por ningún candidato apenas unos días antes de las elecciones presidenciales. La actitud de incertidumbre o la indiferencia probablemente conducen a no votar, a pesar de que pocos confiesan abiertamente su intención. El “ocultamiento” de la intención de no votar puede deberse al hecho de que en la opinión pública se refuerza la imagen de que “votar es bueno”, pero a la hora de realizar el esfuerzo de ir a las urnas el día de las elecciones, las buenas intenciones no se traducen en realidad a menos que se tenga una convicción fuerte de que es necesario, intención que tiene sustento en la empatía positiva hacia un candidato.

A lo largo de todo el análisis se advierten características congruentes con este grupo de “indiferentes” o grupo de “no opinión”, que también se manifiesta como el sector menos informado. Muchas veces se ha interpretado el abstencio-

nismo como “el rechazo a todos los candidatos”, pero los datos que aquí se han presentado desmienten esta interpretación, porque entre los jóvenes “no votantes” hay un grupo importante que pertenece a los “indiferentes” que no rechazan a nadie.

La complejidad del proceso de construcción de preferencias se advierte cuando se contrastan las simpatías por alguno de los candidatos con las expectativas de éxito. Sin duda el candidato del PRI es el que concentró las más altas expectativas de éxito, aun de quienes explícitamente dijeron preferir a otro candidato. Eso demuestra que hay una distancia entre la información que reciben los jóvenes de los medios que apoyaron la imagen de triunfo de EPN y la empatía que los jóvenes desarrollaron por los candidatos a la presidencia. Eso se hace más evidente cuando se les pregunta ¿por qué cree que ganará la elección? EPN es el candidato cuyo probable triunfo se explica por cuestiones más negativas.

Un segundo tema de interés es la influencia que tienen las características socioeconómicas de los jóvenes que manifestaron una intención de voto, aceptación o rechazo, por cada uno de los candidatos, o que son indiferentes o indecisos. En los niveles socioeconómicos más altos (A, B y C+) se concentra la preferencia por el candidato de las izquierdas, al punto de llegar a un empate técnico con el candidato del PRI. Algo similar ocurre con los indecisos y los indiferentes (no votantes) que se concentran también entre los jóvenes de estratos más altos. La candidata del PAN tenía más partidarios en la clase media, pero hay simpatizantes para todos los candidatos y también no votantes en todos los estratos socioeconómicos.

El género es otra variable importante, asociada a ocupación y posición en el hogar, pero en realidad la edad, el género, la ocupación y la posición en el hogar son dimensiones de un fenómeno complejo en donde es difícil determinar el impacto individual de cada una, y más bien habría que pen-

sarlas como un conglomerado de variables interdependientes que a su vez se entrelazan con culturas y prácticas regionales y de grupo o familia. En la encuesta hay información que tendría que ser analizada con este enfoque en futuros trabajos.

Sin pretender establecer una relación de variables dependientes independientes, sino desde una perspectiva interpretativa, el análisis del entorno político en el que se encuentran los jóvenes arroja datos para entender la sinergia que se genera entre las experiencias individuales de la política y la inserción de los jóvenes en un ambiente sociocultural que provee recursos para la participación o la indiferencia frente a la política.

Para contrastar los resultados de la encuesta con el comportamiento real de los ciudadanos en las elecciones presidenciales de 2012, se analizaron los datos electorales para las AMU y el resto del país. Los resultados de las elecciones presidenciales de 2012 permitieron corroborar la hipótesis de que las áreas urbanas y metropolitanas del país tienen una dinámica política diferente al resto del territorio nacional, sea que se trate de zonas urbanas de menor importancia o de zonas rurales. En las AMU el candidato ganador habría sido AMLO, por fracciones decimales en el porcentaje de votos, mientras que en el resto del país el triunfador indiscutible habría sido EPN, con una ventaja de más de 10 puntos arriba de AMLO.

También se advierten las diferencias en resultados tanto en la encuesta como en la votación constitucional en las cinco regiones definidas por la historia del comportamiento electoral. En éstas se aprecia la influencia del contexto político y cultural, así como de las estructuras partidarias locales en las que se sustenta la movilización de los ciudadanos para las elecciones.

En primer lugar se advierte que, a pesar de tratarse de dos poblaciones distintas (una de jóvenes y otra de todos los

ciudadanos), hay tendencias similares en las regiones o *clusters*, sea que se trate de las preferencias expresadas en la encuesta o de los resultados de las elecciones.

En cuanto a las preferencias por los candidatos, el del PRI es el que tiene una distribución más uniforme de sus simpatizantes en todas las zonas urbanas estudiadas, mientras que tanto el PAN como la izquierda, en este caso personalizada en la candidatura de AMLO (que fue apoyada por una amplia alianza donde el PRD siguió siendo el partido más importante), mantienen una distribución muy desigual por región que sigue el modelo de votaciones históricas. Si bien el PRI tiene una base más o menos estable de seguidores en todo el país, las regiones se han caracterizado por el partido que ha sido el principal competidor; la Ciudad de México ha sido un caso especial porque desde 1997 la competencia se ha dado entre el PRD y el PAN. Pero en elecciones recientes, como las de 2015, estas tendencias han empezado a cambiar, con la presencia de un nuevo partido de izquierda (Morena), un mayor desarrollo del PRI y otros nuevos partidos en la escena electoral.

Sin embargo, en las elecciones presidenciales de 2012, en las áreas urbanas y metropolitanas más grandes (76 ciudades) se advierten tendencias que apuntan al cambio. De los cinco *clusters*, hay tres en los que se conservó la fuerza predominante de un partido: la candidata del PAN siguió siendo la preferida en el *cluster* tradicionalmente panista, y lo mismo ocurrió con EPN en el *cluster* 3 y en el *cluster* 5 con AMLO. Este último llama la atención por el alto porcentaje que tuvo en la encuesta de jóvenes en intención de voto, mucho más alto que todos los demás candidatos en los otros *clusters*.⁸ Pero al mismo tiempo se advierte que en las dos

⁸ Queda pendiente profundizar el análisis de este tema; posiblemente inclusive la encuesta pueda arrojar alguna luz sobre diferencias entre jóvenes y adultos, por ejemplo.

regiones o *clusters* de mayor “competencia” se producen cambios importantes, probablemente relacionados con nuevas dinámicas de comunicación y con la personalidad de los candidatos, eso que en el análisis electoral se ha llamado *swing* o desplazamiento de votantes de una tendencia a otra. En 2012 las preferencias por la izquierda o por su candidato superaron con mucho a la candidata del PAN; y por un margen pequeño también superaron al candidato del PRI en las zonas urbanas y metropolitanas, de tal suerte que es de esperarse que el proceso de urbanización en el futuro abra nuevas oportunidades a fuerzas políticas que representan alternativas diferentes de gobierno (cuando menos en el discurso) a los partidos que se han alternado en la presidencia desde el 2000, el PAN y el PRI.

Queda pendiente analizar con un criterio geográfico otras dimensiones de la encuesta que podrían arrojar nuevas luces al problema de la cultura política y la dinámica electoral. Sin duda hay que investigar dónde se localizan las secciones del *cluster* 2 y las secciones del *cluster* 4 donde se observaron grandes cambios en las tendencias históricas del voto, y comparar con los resultados de elecciones posteriores, como la de 2015, que fue una elección intermedia que también dio grandes sorpresas.

Sin embargo el presente estudio comparativo entre datos de la encuesta y datos de elecciones constitucionales con un marco geográfico ha mostrado que si se toma en cuenta este contexto en el diseño de la encuesta, los resultados pueden ser más aproximados a la votación real emitida por los ciudadanos. Este ha sido un problema frecuente en las encuestas de opinión que pretenden predecir los resultados de la votación. Y también se advierte que es posible reconsiderar el enfoque individualista que se ha dado a las encuestas, sin perder la gran riqueza de la información, agregando una dimensión geográfica y política al diseño de la muestra.

BIBLIOGRAFÍA

- BAKER, Andy (2009), “Regionalized Voting Behavior and Political Discussion in Mexico”, en CHAPPELL Lawson, Jorge DOMÍNGUEZ y Alejandro MORENO (eds.), *Consolidating Mexico’s Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, pp. 50-70.
- GÓMEZ TAGLE, Silvia (1990), “Los votos en la transición democrática de México”, en Centro de Estudios Sociológicos, *México en el umbral del milenio*, México, El Colegio de México-Centro de Estudios Sociológicos, pp. 121-155.
- (1992), “La ruptura en las elecciones mexicanas: el 6 de julio de 1988”, en Jorge ALONSO, Alberto AZIZ y Jaime TAMAYO (coords.), *El nuevo Estado mexicano*, tomo II. *Estado y política*, México, Universidad de Guadalajara, CIESAS, Nueva Imagen.
- (1997), *La transición inconclusa: treinta años de elecciones en México*, México, El Colegio de México.
- (2001), *La transición inconclusa: treinta años de elecciones en México*, 2a. ed., México, El Colegio de México.
- (2011), *Lo que ven otros ojos. Las elecciones en México 1988-2009*, México, Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación. Disponible en <www.te.gob.mx/documentacion/publicaciones/Libros/otros_ojos.pdf>.
- GRAMSCI, Antonio (1980), “Análisis de las situaciones. Relaciones de fuerzas”, *Nueva Antropología*, vol. IV, núm. 16, diciembre, pp. 7-18.
- KLESNER, Joseph (1987), “Changing Patterns of Electoral Participation and Official Party Support in México”, en Judith GENTLEMEN, *Mexican Politics in Transition*, Boulder, Colorado y Londres, Westview Press, pp. 95-152.
- (2009), “A Sociological Analysis of the 2006 Elections”, en CHAPPELL Lawson, Jorge DOMINGUEZ y Alejandro MORENO (eds.), *Consolidating Mexico’s Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, pp. 50-70.
- SÁNCHEZ-JANKOWSKI, Martín (1986), *City Bound: Urban Political Life and Political Attitudes among Chicano Youth*, Albuquerque, University of New Mexico Press.

- TEJERA GAONA, Héctor (2003), *No se olvide de nosotros cuando esté allá arriba. Cultura, ciudadanos y campañas políticas en la Ciudad de México*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Universidad Iberoamericana.
- UBALDE, Norma y Rosalía WINOCUR (1997), “La cultura política y elecciones en México: entre miedos y paradojas”, en Rosalía WINOCUR (comp.), *Culturas de fin de siglo*, México, Juan Pablos Editores, FLACSO, pp. 200-227.

CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA DE LA JUVENTUD EN MÉXICO

JESÚS AGUILAR LÓPEZ*

INTRODUCCIÓN

En el antiguo esquema de sistema de partidos donde el Partido Revolucionario Institucional (PRI) era hegemónico se sostenía que el vínculo entre la masa de votantes y el partido en el poder era sólido, o por lo menos con poca disidencia, pero actualmente el cambio político producido desde por lo menos la década de los noventa no permite afirmar lo mismo. Partidos políticos que antes se encontraban relegados a un segundo plano ahora son protagonistas gracias a la consolidación de los procesos electorales y a la diversificación de las preferencias partidarias.

El presente capítulo trata de desentrañar el conjunto de factores que influyeron (e influyen) en el proceso de creación de un vínculo estrecho, afectivo, entre un grupo particular

* Doctor en Procesos Políticos por la Universidad Autónoma Metropolitana. Profesor-investigador del Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno de la Universidad de Guanajuato. Miembro del Cuerpo Académico Democracia, Sociedad Civil y Libertades. Línea principal de investigación: Comportamiento político y electoral en jóvenes. Correo electrónico: <jesusaguilar@ugto.mx>. Este capítulo contó con la asesoría del maestro Edwin Leonel Can Chan, del Centro de Investigación en Matemáticas AC (CIMAT), en cuanto a los métodos estadísticos empleados.

de la sociedad mexicana, los jóvenes, y los partidos políticos, las nuevas pautas que conforman la relación de los jóvenes con los partidos políticos, es decir, la conformación de una nueva generación de votantes con perfiles específicos que se inclinan hacia los diferentes partidos políticos. Un concepto que permite sintetizar estas ideas es el de identificación partidaria, que se refiere precisamente a la relación psicológica y afectiva que existe entre un individuo y un partido político: entre más sólido sea ese vínculo, mayor será el apoyo hacia uno u otro instituto político.

El contexto que sirve para el análisis es el proceso electoral de 2012, en el cual se renovaron todas las posiciones políticas a nivel federal, y cuyos resultados trajeron de regreso al Partido Revolucionario Institucional al Poder Ejecutivo después de dos administraciones federales panistas.

Las elecciones del año 2012 se encuentran en la línea de elecciones en las que los cuestionamientos hacia la validez, legalidad y legitimidad de la elección, aunque persisten, ya no están en el primer plano de las discusiones, sino que el objeto de interés se traslada al comportamiento de los ciudadanos: ¿por qué participan o no?, ¿por quién votan? ¿Existen patrones de comportamiento electoral en los ciudadanos?

Si se considera que los jóvenes representaron para esa elección el mayor grupo etario en la lista nominal (30%) y que sus preferencias electorales pudieron definir el resultado de la elección, se justifica ampliamente el estudio de la relación entre jóvenes y partidos políticos. Además, como se sabe, en pleno proceso electoral, jóvenes, principalmente universitarios, aglutinados en el movimiento #YoSoy132, irrumpieron en el escenario electoral atrayendo aún más la atención para conocer el papel que están jugando los jóvenes en los procesos electorales.

Por ello, en este capítulo se hará énfasis en el análisis de la identificación partidaria de los jóvenes urbanos mexica-

nos, para entender una dimensión primordial del comportamiento electoral de los jóvenes.

IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA Y JUVENTUD:
LA IMPORTANCIA DE ESTUDIAR LA IDENTIFICACIÓN
PARTIDARIA EN LOS JÓVENES MEXICANOS

De los tres enfoques clásicos para estudiar el comportamiento electoral de los ciudadanos, el de la identificación partidaria es cada vez más utilizado en México.¹ Esta mayor incidencia del enfoque está relacionada con los cambios políticos del país en donde la participación política, la electoral en particular, ha ganado protagonismo, al contrario de lo que pasaba en otra época en la que para entender el sistema político se observaba casi exclusivamente la figura del presidente de la República y el Partido Revolucionario Institucional.² Esto es porque la identificación partidaria permite entender varias de las dimensiones que aún resultan enigmáticas del comportamiento electoral: ¿cómo votan los mexicanos?, ¿cuál es la relación de los ciudadanos con los partidos políticos?, ¿cómo se forma ese vínculo?, ¿qué tan sólida es esa relación?, ¿qué hace que termine la afinidad con un partido político y se genere otra nueva?

El estudio del comportamiento electoral y de la identificación partidaria de los jóvenes en México está enmarcado en el gran tema del proceso democrático mexicano. El interés por entender las actitudes político electorales de los jóvenes cobra importancia por varias razones. Una de ellas es el fenómeno de la alternancia política que comienza en los

¹ Evidentemente los otros dos enfoques son el *Columbia* y *rational choice*.

² Esta actitud es medida prácticamente en todas las encuestas sobre preferencias político electorales.

ochenta, logra regularidad en la década de los noventa y cuyos efectos han provocado una transformación paulatina del sistema político. En consecuencia, el motor de estos cambios políticos ha sido, por un parte, la consolidación de instituciones democráticas en buena medida confiables, y por otra, una considerable participación ciudadana en cada uno de los procesos electorales.³

El evidente cambio de las pautas tradicionales de participación electoral y de preferencias partidistas tiene su origen en los niveles locales de gobierno: elecciones de ayuntamiento, congresos locales, gubernaturas, Congreso federal, y finalmente, la presidencia de la República. Este cambio llevó a plantear varias preguntas en torno a los factores que influyen en el comportamiento electoral de los ciudadanos mexicanos. Como se ha mencionado, la relación entre ciudadano y partido político es la que tiene mayor interés por el rompimiento de la relación estrecha que existía entre los ciudadanos y el PRI, teniendo como resultado una de mayor diversificación de las preferencias partidarias.⁴

LOS JÓVENES COMO OBJETO DE ESTUDIO

Delimitar el objeto de estudio de este capítulo, los jóvenes, implica tener en cuenta diversas consideraciones. El camino “fácil” es definir un periodo de años que alguna institución o investigador haya tomado antes y no detenerse a re-

³ No se deja de considerar que el aporte de la sociedad civil al proceso de democratización del país ha sido valioso, pero en el terreno de los procesos electorales la participación electoral y el papel de las instituciones democráticas ha sido crucial para que se generen los cambios.

⁴ Entre la literatura que da cuenta de estos cambios están Pacheco (2000), Woldenberg *et al.* (2001), Gómez (2009), la colección de elecciones y partidos políticos de la Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa, entre otras obras.

flexionar acerca de lo que es la juventud. Aquí se exponen algunos breves apuntes que sirven para entender mejor de qué se habla cuando se habla de jóvenes, para finalmente fijar un rango de edad al que se reconocerá como jóvenes para el análisis.

En este sentido Levi y Schmitt señalan que:

La liminalidad de la juventud, conjuntada con la brevedad mayor o menor de su travesía, es lo que en resumidas cuentas la caracteriza, pero de manera diferente según las sociedades, y por consiguiente determinan tanto las actitudes de los demás respecto a ella como la visión que los jóvenes tienen de sí mismos [Levi y Schmitt, 1996: 9].

Posiblemente en mayor medida que otras etapas de la vida o “edades de la vida”, el concepto de juventud es una construcción social y cultural.

De esta manera, una primera característica que se resalta de la juventud es que se le considera un periodo de preparación, de liminalidad, ya que se sitúa en los márgenes (no claros) de la dependencia infantil y de la autonomía de los adultos. Más que una evolución fisiológica concreta, la juventud depende de unas determinaciones culturales que difieren según las sociedades humanas y las épocas, imponiendo cada una de ellas a su modo un orden y un sentido a lo que parece transitorio, y hasta desordenado o caótico. Levi y Schmitt en este sentido señalan que: “Semejante ‘edad de la vida’ no puede hallar una delimitación clara ni en la cuantificación demográfica ni en una definición jurídica [como la de mayoría de edad]...” (1996: 8).

En otras palabras, la juventud es un concepto complejo que contiene en su intimidad las múltiples modalidades que llevan a procesar socialmente la condición de edad, tomando en cuenta la diferenciación social, la inserción en la familia y en otras instituciones, el género, el barrio o la micro-

cultura de barrio, entre otras (Margulis y Urresti, 1998). Es por ello que la juventud no tiene la misma duración en el campo que en la ciudad, en las clases altas que en los sectores marginados, en las sociedades modernas que en las tradicionales, incluso entre ambos sexos.

Para el juvenólogo Carles Feixa Pampols la juventud puede ser entendida como la fase de la vida individual comprendida entre la pubertad fisiológica, que es una condición natural, y el reconocimiento del estatus de adulto, la cual es una condición cultural. La juventud ha sido vista como una condición universal, una fase del desarrollo humano que se encontraría en todas las sociedades y momentos históricos (Feixa, 1999: 17). Por lo tanto, la necesidad de un periodo de preparación comprendido entre la dependencia infantil y la plena inserción social, así como las crisis y los conflictos que caracterizan a ese grupo de edad, estarán determinados por la naturaleza de la especie humana.

Al respecto, sociólogos, psicólogos sociales y antropólogos han realizado una gran contribución al plantearla como una construcción histórica. Es por ello que el sociólogo francés Pierre Bourdieu, al problematizar el concepto de juventud, planteó que las relaciones entre la edad social y la biológica son muy complejas, y por tanto suelen estar sujetas a manipulación, sobre todo en el sentido de concebir a la población joven como una unidad con intereses comunes por el único hecho de compartir un rango de edad (Bourdieu, 1990).

Conceptualizar a la juventud como social e históricamente construida ha permitido comprender que los jóvenes no son iguales aunque compartan el mismo rango de edad biológica porque tienen intereses distintos; sus posturas religiosas, ideológicas y políticas los llevan a ser una población heterogénea y a relacionarse de distintas formas con el mundo que los rodea. Desde esta perspectiva, el concepto de juventud tiene una complejidad difícil de aprehender. Por ende, no se puede hablar de una sola juventud, sino de ju-

ventudes (Aguilar, 2013: 82). En la urdimbre de elementos que configuran lo que se denomina como juventud también aparece la categoría de cultura juvenil para referirse, como lo hace Maritza Urteaga,

al conjunto de experiencias sociales expresadas colectivamente por los jóvenes mediante la construcción de estilos distintivos, localizados fundamentalmente en tiempos y/o espacios no institucionales y, por otro, a la aparición de microsociedades juveniles con grados significativos de autonomía respecto de las instituciones adultas, que se dotan de tiempos y espacios específicos [Urteaga, 2011: 410].

LOS JÓVENES Y LA POLÍTICA EN MÉXICO

¿Cuál es la naturaleza de la relación que guardan los jóvenes con la política, con los objetos de poder? Y en este caso, ¿qué influye en la construcción de la identidad partidaria en ellos? En cuanto a su relación con la política, para la juvenóloga Anna Fernández Poncela los jóvenes son “objeto de políticas; pero como actores sociales son parte activa del proceso, sujetos de estudio y de políticas”. Y continúa,

Como objeto de la política se supone que la juventud es un sector atendido y beneficiado, aunque esto no es automático. Como sujeto de la política participa en ella, ya sea como individuo o formando grupos en acción colectiva, sin embargo, esto no garantiza mecánicamente ni presencia, representatividad, ni autonomía, ni mucho menos contestación y cambio social como algunos autores han querido entrever [Fernández, 2003: 23].

Es decir, que los jóvenes pueden estar como sujetos pasivos o activos de la política.

María Jesús Funes señala que la construcción de una nueva identidad, o el refuerzo de una identidad ya formada, actúa como el incentivo movilizador en todos los grupos de edad, pero es mucho más significativo entre los jóvenes (Funes, 1999: 91). Por ello se puede considerar que la participación de los jóvenes en grupo —puede ser político o no— es un incentivo en el proceso de construcción personal, dado que el grupo (como un partido político) devuelve al individuo una imagen de sí mismo reconocible y singular, le reconoce como miembro de esa identidad colectiva que valora y le asegura una cobertura afectivo-emocional al incluirse en ese “nosotros” particularmente significativo. En este mismo sentido, un marco identitario que les permita a los jóvenes distinguirse de las generaciones anteriores y posteriores, y un colectivo que ofrezca algún tipo de cobertura afectivo-emocional y le facilite la expresión pública de su compromiso son aspectos básicos en la participación juvenil (Funes, 1999).

El juvenólogo Enrique Cuna Pérez, al analizar el sexenio de Felipe Calderón Hinojosa en materia de política pública juvenil, señala que

los retos que enfrentan los jóvenes en la actualidad tienen que ver con la falta de espacios para expresarse, la falta de oportunidad de empleo, de educación, de salud, de confianza hacia las instituciones políticas [Cuna, 2012: 108-109].

Y agrega Cuna:

Dos son las características que históricamente han identificado la relación entre el Estado y los jóvenes en México: la ausencia de un programa de políticas públicas que atienda a la juventud de manera integral [...] y el desconocimiento y la desconfianza que estas políticas generaron en los jóvenes” [Cuna, 2012: 109].

En todo caso, ¿cuáles son las vías que tienen los jóvenes para participar en los asuntos de política? Se pueden identificar dos: una institucional-formal (en ésta se inscribe este capítulo) y las alternas (no institucionales). Participar en política significa incidir en la toma de decisiones públicas, por ello la participación electoral es la forma de participación política que más se reconoce y practica, pero ésta no se agota en lo electoral. Ejemplo de ello es el movimiento denominado #YoSoy132, que en el contexto del proceso electoral de 2012 logró visibilizar en buena medida los problemas presentes en la juventud mexicana y que los candidatos a la presidencia de la República no estaban considerando en sus propuestas. Además, como menciona Jorge Alonso (2013): el movimiento intentó practicar una democracia desde abajo, alejada de la manipulación de las élites del proceso electoral para imponer sus decisiones. Este movimiento de jóvenes universitarios demostró las limitantes de la participación electoral y de que es posible abrir otras alternativas de participación.

Es evidente que el presente estudio se enmarca en las vías formales de participación política. Ahora bien, el problema de investigación que se está planteando requiere entonces describir el objeto de estudio para poder entenderlo, o en todo caso, apuntalar una agenda de investigación sobre el comportamiento electoral de los jóvenes, y en particular de su relación con los partidos políticos. Uno de los primeros pasos, y a ello aporta este capítulo, es encontrar las principales características de la identificación partidaria de los jóvenes que residen en áreas metropolitanas de México, por lo que al hablar de jóvenes en este capítulo se estará hablando de jóvenes urbanos. De acuerdo al Reporte Metodológico de la Encuesta Nacional de Cultura Política de Jóvenes (ENCPJ 2012), el objetivo de la encuesta fue “conocer las percepciones y el nivel de información que poseen los jóvenes mexicanos sobre el tema de cultura política. La pobla-

ción objetivo son los jóvenes residentes de áreas urbanas del país entre 18 y 29 años de edad” (El Colegio de México y Berumen, 2013: 3).⁵ Una de las razones por las que se optó por encuestar sólo a jóvenes urbanos fue optimizar la explicación en individuos de este tipo de población y tener mayor profundidad en el análisis estadístico. Además debe señalarse que el cuestionario que se aplicó a los jóvenes urbanos incluyó las preguntas que corresponden a los supuestos teóricos de la identificación partidaria, por lo que la base de datos es óptima para el análisis vertido en este capítulo. Esto último también obligó a no usar, mezclar, el análisis con otras encuestas, pues tanto las preguntas como la población de estudio e incluso el momento en el que fueron levantadas dificulta el hacer un análisis fiable. Otro elemento a subrayarse, que vuelve inédita a la ENCPJ 2012, es la peculiaridad de haberse levantado a unas semanas de celebrarse la elección federal de 2012, lo que permitió captar un momento especial en el que los sujetos estaban expuestos a los elementos propios de la efervescencia electoral y a pocos días de llevar a la práctica, o no, un ejercicio ciudadano de participación. Este fue uno de los principales criterios por los cuales se decidió realizar la encuesta en ese momento de efervescencia política. Asimismo, se esperaba que en el futuro esta encuesta, los ítems, pudieran seguirse aplicando para observar las transformaciones de las actividades.

⁵ Para efectos de la investigación de la “cultura política de los jóvenes en México” se optó, como dice Bourdieu, por fijar a la juventud a partir de la condicionante legal para votar, los 18 años, y cerrar el rango en los 29 años; este último es un límite que institucionalmente es aceptado como el límite de edad en el que se puede considerar a una persona como joven.

DEFINIENDO LA IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

De acuerdo con Miller y Shanks el concepto de identificación partidaria y su medición son centrales para la evolución del estudio del comportamiento electoral, y a su vez es uno de los conceptos más controversiales para el campo de los estudios electorales (1996: 117).

Ahora bien, la identificación partidaria tiene el centro de su explicación en resaltar el vínculo psicológico entre el individuo y el partido político. Esta relación va más allá de una afinidad ideológica o programática para convertirse en un lazo afectivo, un sentimiento de apego y de pertenencia (véase Miller y Shanks, 1996: 117-128). Dicho vínculo actúa como un filtro por medio del cual la persona interpreta información y toma decisiones que afectan su comportamiento político y electoral, e implica un sentimiento de pertenencia al partido como grupo de referencia, aunque no requiere la existencia de una inscripción formal ni de una relación activa con el partido (Aguilar, 2008). Los militantes de los partidos políticos son los principales identificados, pero lo que interesa en esta investigación es conocer cómo en un público mayor de ciudadanos, los jóvenes, se puede generar un vínculo con los partidos políticos y no militar en ellos necesariamente.

Las tres grandes dimensiones constitutivas del concepto de identificación partidaria son construcción, dirección y fuerza. Por construcción de la identificación partidaria se entenderá la forma como el individuo adquiere y moldea su vínculo afectivo con un partido político. La dirección se refiere al sentido que toma el vínculo hacia un partido político en particular. Y por último, la dimensión de fuerza de la identificación partidaria señala la intensidad con la que el individuo se identifica con el partido político, existiendo diferentes niveles de identificación (véase Aguilar, 2008: 35-

37). Hay que tomar en cuenta que estas dimensiones empíricas están formadas por una serie de factores de diversa índole que alimentan, en conjunto, estas dimensiones.

Es complicado referir qué factores (sociales, económicos o meramente políticos) influyen en cada parte de la identificación. El aporte de este capítulo tiene esa finalidad: ponderar el peso de cada factor, de cada variable, en cada una de estas dimensiones.

Como toda actitud, la identidad partidaria se puede adquirir en la edad temprana (niñez, adolescencia, juventud) y se puede reforzar con el paso de los años: la experiencia que aporta la participación político-electoral, la interacción del individuo con diferentes agentes políticos (instituciones, sindicatos, etc.) y hasta la resolución de conflictos. El individuo interpreta el mundo político a través de los aprendizajes que va adquiriendo y responde a ellos dependiendo del carácter que haya tenido cada una de estas experiencias.

¿Con cuáles partidos políticos se identifican los jóvenes mexicanos? ¿Cómo se construye esta identidad? Una primera hipótesis es que por su condición de jóvenes han roto con el patrón de comportamiento político de los adultos, es decir, tenderían hacia una identificación que favorezca a partidos políticos que representan un cuestionamiento al mundo adulto.

Tomando en cuenta los datos de la ENCPJ 2012, el partido con el que más se identifican los jóvenes urbanos es el Partido Revolucionario Institucional (PRI): 30.4%, es decir, 3 de cada 10 jóvenes entrevistados tienen algún tipo de vínculo afectivo con este instituto político. En segundo lugar, están los jóvenes perredistas, con 19.6%. De este último dato resalta que el porcentaje de identificados con el Partido de la Revolución Democrática (PRD) superó, ligeramente, a los identificados con el Partido Acción Nacional (PAN) (18%): por lo regular el PRD se localiza en una tercera posición de preferencias e identificados, marcadamente alejados del PAN y

del PRI (hablando de la población en general),⁶ pero como se ha señalado, la encuesta se levantó a días de la jornada electoral y pueden estos datos reflejar ese contexto de la elección.

Una explicación de lo anterior puede estar en el efecto del candidato Andrés Manuel López Obrador, que probablemente influyó en la idea de estar identificado con el partido que lo postuló. Otro elemento en esta misma línea es considerar el momento del levantamiento de la encuesta: en los últimos quince días antes del 1 de julio del 2012, en otras palabras, la efervescencia política pudo generar una incipiente o pasajera afinidad partidista.⁷

Como se mencionó, el PAN ocupa el tercer lugar, alcanza 18% de las identidades de los jóvenes entrevistados y, como se dijo, no está alejado del PRD, pero no deja de ser un hallazgo este dato, que al menos en esta medición ambos partidos tienen porcentajes semejantes de identificados. Y en el mismo sentido, habría que observar el contexto de la coyuntura electoral, como el papel que jugó la candidata Josefina Vázquez Mota (JVM), para que la identidad hacia este partido haya ocupado el tercer lugar.

Los otros cuatro partidos políticos (“Otros”) agrupan el 9.1% de las identidades partidarias de los jóvenes urbanos. Los cuatro partidos políticos agrupados en “Otros” son: Partido del Trabajo, Partido Verde Ecologista de México, Parti-

⁶ Se pueden revisar las encuestas hechas por instituciones académicas como el CIDE. En particular se resalta el resultado que obtuvo esta institución con el “Estudio Nacional Electoral CIDE-CSES 2009”, ya que se realizó una encuesta postelectoral (entre el 13 y el 24 de julio del 2009) y se obtuvo que 28.7%, simpatizaba con el PRI; 15.5%, con el PAN, y 7%, con el PRD <<http://biiacs-dspace.cide.edu/xmlui/bitstream/handle/10089/16136/FRE.pdf?sequence=17>>.

⁷ Si se considera sólo el incipiente afecto se está en la línea de la construcción de la identificación, si se opta por la afinidad pasajera se estaría hablando más bien de preferencias partidistas.

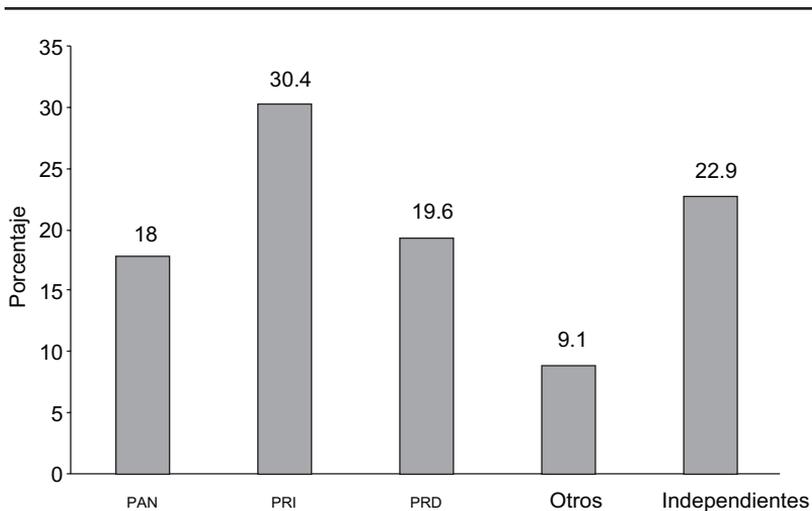
do Movimiento Ciudadano y Partido Nueva Alianza. Se decidió agruparlos por el bajo número de casos que obtuvo cada uno en la encuesta, lo que no facilitaba el análisis estadístico. Asimismo, esto facilitó hacer énfasis en los tres partidos políticos de mayor fuerza y tradición en el sistema de partidos mexicano.

En una visión global, tres cuartas partes de los jóvenes encuestados manifestó identificarse con algunos de los partidos políticos que estaba compitiendo en la pasada elección del 2012 (77.1%): ello representa una proporción alta de acuerdo a la idea que se desprende de la teoría clásica de la identificación partidaria, de que es en esta edad en la que los jóvenes están incorporándose a la vida política, y por lo tanto, su interés, y en todo caso, el desarrollo de una identidad partidaria es incipiente: en esta lógica se esperaría que con una mayor edad los individuos se encontraran más identificados con los partidos políticos.

En esta tesitura, el porcentaje de jóvenes que manifestaron no identificarse con ningún partido político, los llamados independientes, suman 22.9%. Es un porcentaje importante, toda vez que porcentualmente son más que los identificados con el PRD y el PAN.

La independencia no significa necesariamente que no apoyen a un partido político: esto puede ser detectado al observar sus preferencias partidistas (por quién votan). Es como señala Estrada: "... existen dos tipos de independientes: los independientes 'puros' y los independientes 'inclinados' hacia algún partido..." (2006: 157). Los puros serían estos jóvenes que, aparte de no tener ningún lazo afectivo con los partidos políticos, tampoco votan por ellos; los segundos, los "inclinados", sí podrían tener cierta predisposición hacia algún partido político que se puede palpar en la práctica del voto (si votó en pasadas elecciones o piensa hacerlo por alguno de ellos). En esta misma tesitura, se resalta que otro elemento característico de los no identificados es

Gráfica 1. Identificación partidaria de los jóvenes urbanos en México



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

que tienden a no votar (véanse Estrada, 2006: 163 y Dalton, 2013). En varios sentidos los independientes están al otro lado de lo que se busca encontrar en un identificado.

CONSTRUCCIÓN, DIRECCIÓN Y FUERZA DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

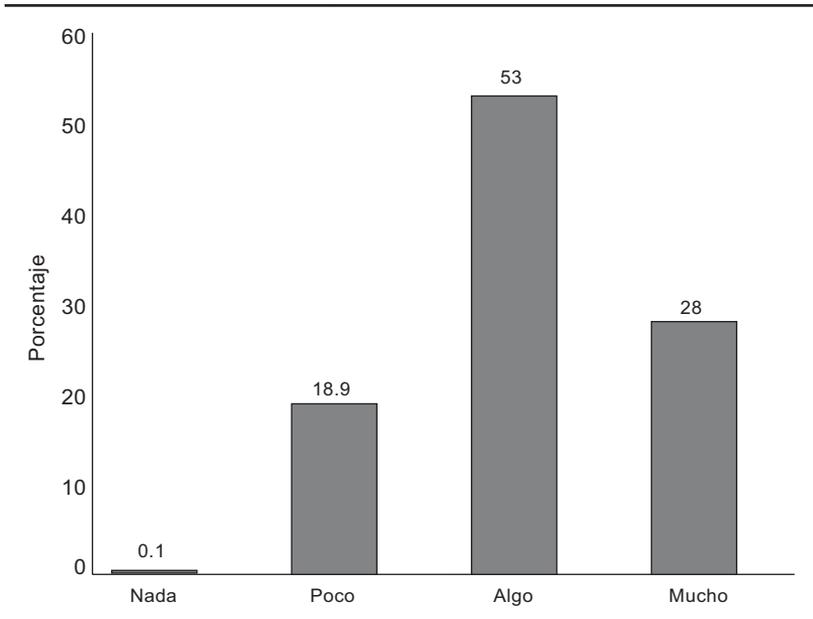
¿Cómo se construye la identidad partidaria de los jóvenes? ¿Qué intensidad tiene la identificación partidaria? ¿Cuál es la fuerza manifestada por los jóvenes acerca de esta actitud política? Quien se identifica con un partido político establece un vínculo fuerte, difícil de romper, de modificar, con el partido político. La durabilidad de la identificación partidaria, y que puede llegar a ser un gran predictor del voto, es

uno de los hallazgos que se presenta en el ya clásico *The American Voter* (Campbell *et al.*, 1960). Y como señala Abramson (1983: 51-66), al analizar el concepto acuñado por los cuatro investigadores de *The American Voter*, la identificación partidaria es una actitud, es un estado mental altamente estable, no demasiado cambiante, que si bien no es una conducta, sí parece influir en ésta. Esta característica, el vínculo entre el individuo y el partido político, es lo que se trata de detectar en los jóvenes, si hay indicios de él, qué fuerza tiene y, sobre todo, entender cómo se construye el vínculo.

La estabilidad de la actitud favorable hacia un partido político es lo que le da su principal característica a la identidad: perdurabilidad en el tiempo. Por ello, sería lógico esperar de los que manifestaron identificarse con un partido político observar una alta intensidad de la identificación (“mucho”, “algo”). De lo contrario, si la respuesta es “poco” o incluso “nada”, se podría cuestionar si realmente hay una identidad.⁸ De acuerdo con los datos que se presentan en la gráfica 2, prácticamente 8 de cada 10 jóvenes se identifican mucho con su partido (“mucho” y “algo”), y sólo 2 de cada 10 mencionó estar “poco” o “nada” identificados; éstos representan porcentajes lógicos en el sentido de que hay una mayor coherencia de los identificados y la intensidad con la que dicen identificarse.

⁸ La pregunta que se utilizó fue: ¿Qué tanto se identifica con ese partido? Mucho, algo, poco o nada. Esto es siguiendo la manera tradicional de medir la identidad y fuerza partidaria que propusieron los autores de *The American Voter* (1960), con el debido ajuste al sistema multipartidista mexicano.

Gráfica 2. Fuerza de la identificación partidaria en jóvenes urbanos



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

¿CÓMO SE CONSTRUYE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA DE LOS JÓVENES?

A continuación se explorarán las características básicas de la identificación partidaria de los jóvenes, lo cual permitiría trascender más allá de las preguntas básicas de medición de esta dimensión del comportamiento electoral de los jóvenes.

¿Es suficiente conocer la identificación partidaria sólo con el análisis de las dos preguntas tradicionales? La respuesta es no. Es necesario analizar otros elementos que influyen en la construcción de la identidad partidaria de los jóvenes para poder entender mejor por qué un individuo es-

tableció un vínculo afectivo con un partido político. Limitar el análisis de la identificación partidaria sólo con la pregunta básica de inquirir sobre la dirección y fuerza de la identificación deja de lado toda una discusión sobre cómo se construyen, o no, esas identidades.

No es suficiente con conocer una sencilla declaración del entrevistado que puede estar motivada por varias circunstancias como la coyuntura política, pues es evidente la influencia de las campañas electorales que emprenden los partidos políticos. Por ello es necesario medir la identificación partidaria atendiendo a otras dimensiones, pues de lo contrario se está dejando a una o dos preguntas una explicación de una actitud que es densa tanto en su conformación como en su poder explicativo.

La primera cuestión que hay que responder es ¿en dónde aprenden lo que los jóvenes saben de política? ¿En dónde están las fuentes de su socialización política? ¿Qué es lo que construye, o no, una identidad partidaria en ellos? De acuerdo a un análisis de perfiles hecho a partir de los datos de la ENCPJ 2012, se expone a continuación un análisis que tiene el objetivo de entender mejor la identidad partidaria; con ello se pretende trascender en el análisis que sólo se basa en las preguntas clásicas y establecer los primeros esbozos de lo que sería una propuesta para medir de una nueva manera la identificación partidaria atendiendo a la sustancia del vínculo afectivo y no sólo quedarse con la captación de preferencias partidarias.

LA INFLUENCIA DE LOS PADRES

La familia es el primer espacio de socialización y construcción de las identidades partidarias. Es natural encontrar ahí la influencia que reciben los jóvenes de sus padres, o en general de los adultos: la transmisión de valores (véase Ha-

rop y Miller, 1987; Jaime, 2000). De acuerdo a la formulación teórica del modelo Michigan, la identificación partidaria tiene su origen en el proceso de socialización política familiar. En *The American Voter* (1960) se advierte que las orientaciones de los individuos hacia los asuntos políticos comienzan antes de tener la edad para votar, y estas fuertes orientaciones del individuo son un reflejo de su más inmediato medio social, que no es otro que la familia (Campbell *et al.*, 1960: 146-167). Tomando en consideración los estudios que realizó el *Survey Reserch Center* (SRC) de la Universidad de Michigan, existe una fuerte relación entre las lealtades partidarias de los padres y sus hijos. Esto significa que la mayoría de la gente adquiere lealtades partidarias —principalmente en el núcleo familiar— antes de adquirir mucha información sobre política.

La identificación partidaria adoptada del núcleo familiar aporta un marco de referencia que ayuda a los individuos a interpretar nueva información política, es decir, que tiene una función de filtro.

Converse explica que el proceso de socialización política combina aprendizajes para producir una identificación partidaria estable. Quien vota por primera vez lo hará por el partido por el que lo hace su familia, y si los resultados de este voto le parecen satisfactorios lo repetiría en las siguientes elecciones. Cuantas más veces se repita el voto al mismo partido más fuerte se hará la identificación, y este efecto se relaciona con el tiempo de participación electoral, independientemente de la edad del elector (Converse, 1969: 139-171).

En una investigación que se enfocó en la transmisión de valores políticos de los padres hacia los hijos, Jennings y Niemi (1968) llegaron a la conclusión de que existe una clara correspondencia entre las afinidades ideológicas de los padres y sus hijos; además, esta investigación descubrió que los hijos tenían un grado de identificación ideológica más débil que sus padres. Aunque estos investigadores no

explican a cabalidad el porqué de esa debilidad, ofrecen dos conclusiones interesantes: 1) el éxito en la transmisión de las lealtades partidarias está en función del grado de politización del hogar, y 2) la transmisión de la identificación partidaria era más débil cuando uno de los padres no tenía adscripción partidaria, y la dificultad aumentaba cuando uno de los padres era afín a un partido político.

Puesto que padres e hijos comparten el mismo ambiente social y cultural, se podría esperar alguna similitud aun cuando no hubiera comunicación en el seno de la familia (Jennings y Niemi, 1974). En este mismo tenor evidencia empírica demuestra que la identificación de un individuo es el resultado evolutivo de un aprendizaje político inadvertido y no intencionado, asimilado de la familia y de otras fuentes de influencia como los medios de comunicación, la región, la escuela, entre otros, todo ello a una temprana edad (Hess y Torney, 2009).

En México, desde la década de los ochenta, pero propiamente desde la de los noventa, la hegemonía priista entró en crisis: muchos ciudadanos dejaron de votar por este partido y optaron por otras alternativas, lo que llevó a plantearse el problema de hacia dónde se dirigirían las identidades de los jóvenes que empezaban a votar en esa época.⁹ Hipotéticamente se puede plantear que éstos adoptaron, junto con los padres, nuevos lazos con diferentes partidos. Pero también hay que advertir que muchas veces siguieron votando como lo hacían, pues el PRI nunca dejó de recibir votos y siempre tuvo ciudadanos que les fueron leales.

Teniendo como referencia el mosaico de preferencias electorales que se construyó desde aquellas décadas en

⁹ Aquí los conceptos clave son el de desalineamiento y el realineamiento electoral, los cuales se refieren a la ruptura de un patrón de comportamiento electoral, la adopción de uno nuevo, o bien, el regreso al que ya se tenía.

prácticamente todo el país,¹⁰ los jóvenes de entre 18 y 29 años que pudieron votar en 2012 crecieron en un ambiente en donde la idea del PRI hegemónico no era una experiencia sólida, pues al menos los últimos 12 años habían vivido la experiencia de un gobierno federal emanado del PAN y en ciertas entidades también con gobiernos locales panistas (como Baja California, Guanajuato, Jalisco), perredistas (particularmente la Ciudad de México) y otras más en las que la alternancia no se había experimentado a nivel estatal (como el caso del Estado de México). En síntesis, observar si hay o no una transmisión de identidades partidarias de padres a jóvenes sigue siendo altamente valioso para entender cómo se construye esta actitud.

Para el caso de los jóvenes urbanos y sus padres, si se observa la tabla de contingencia (cuadros 1 y 2), la hipótesis de que las actitudes políticas de los padres tienen relación con la de sus hijos parece tener cierta validez.

En particular el caso de los jóvenes priistas es el más notorio, pues prácticamente 8 de cada 10 jóvenes identificados con el PRI tienen padres (ambos) que se identifican con el mismo partido. Los jóvenes priistas tienen pocos padres que se identifican con el PAN o con el PRD. En otras palabras, al menos según este análisis de tablas de contingencia el priismo es bastante acentuado a nivel familiar. Hay cierto éxito en la transmisión de las filias partidistas cuando los padres son priistas.

Para el caso del PAN el porcentaje de correspondencia entre padres (ambos) e hijos es también alto: prácticamente 7 de cada 10 padres de jóvenes panistas también se identifican con este partido. Sin embargo, los jóvenes panistas sí tienen un significativo porcentaje de padres identificados

¹⁰ Es necesario observar lo que pasa a nivel local, pues la experiencia política de los jóvenes, y de cualquier ciudadano, está formada sobre todo de la experiencia que tiene con la vida política de su comunidad.

con otros partidos políticos, especialmente priistas (véanse los cuadros 1 y 2).

Ahora bien, un poco más de la mitad de los jóvenes que se identifican con el PRD tienen papás que también lo hacen. En este caso es interesante ver que el porcentaje de padres priistas es alto: 2 de cada 10. Incluso los padres identificados con el PAN rebasan el 10%. ¿De qué manera merma la identidad partidaria del joven el hecho de tener padres que se identifican con otros partidos políticos? O bien ¿por qué un joven decide romper con la identidad de los padres y adoptar una diferente? Son muchas las posibles explicaciones, aquí sólo se apuntan las preguntas para futuros trabajos de investigación.

Los jóvenes que no se identifican con ningún partido político, los llamados independientes, tienen también porcentualmente más padres que no se identifican con ningún partido político, sin embargo éstos tienen significativamente más padres priistas y panistas (véanse cuadros 1 y 2). Este sería otro hallazgo, el hecho de observar que una actitud de alejamiento de los partidos políticos también se hereda. Y aquí habría que pensar acerca de esta baja tasa de éxito de los padres con una identidad partidaria que no se logra transmitir a sus hijos.¹¹

¹¹ La identificación partidaria de los padres se obtuvo preguntando a los jóvenes: *Actualmente, ¿con cuál partido político se identifican más sus padres o sus hijos mayores de 18 años? PAN, PRI, PRD, PVEM, PT, PMC, PANAL, Otro, No aplica, No sabe/No contestó.* Más allá de la ausencia de una corroboración de la identidad con el propio padre —lo que era muy complicado de hacer en una encuesta de estas características— el dato que se obtiene se considera útil, y permite tener datos para seguir explorando con mayor profundidad la transmisión de actitudes políticas de los padres hacia los hijos. Lo ideal hubiera sido tener un cuestionario del joven y sus padres, o al menos de uno de ellos, pero esto en la práctica no fue viable por la complejidad logística de que el encuestador logrará tener estos cuestionarios.

Cuadro 1. Identificación partidaria de jóvenes y sus madres

<i>IP</i> (%)	<i>PAN</i> (%)	<i>PRI</i> (%)	<i>PRD</i> (%)	<i>Otros</i> (%)	<i>Independientes</i> (%)
PAN	73.8	16.5	4.4	0.5	4.9
PRI	8.0	81.4	5.7	0.9	4.0
PRD	13.9	19.7	56.7	1.0	8.7
Otros	14.4	39.2	17.5	20.6	8.2
Independientes	24.2	30.5	9.5	2.6	33.2

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la ENCPJ 2012. Las filas corresponden a la identidad partidaria de los jóvenes y las columnas a la identidad partidaria de las madres.

Cuadro 2. Identificación partidaria de jóvenes y sus padres

<i>IP</i> (%)	<i>PAN</i> (%)	<i>PRI</i> (%)	<i>PRD</i> (%)	<i>Otros</i> (%)	<i>Independientes</i> (%)
PAN	68.2	20.2	5.6	0.5	5.6
PRI	7.7	81.8	5.2	0.9	4.3
PRD	11.7	23.9	55.8	1.0	7.6
Otros	11.1	42.2	15.6	20.0	11.1
Independientes	19.4	31.5	12.1	3.0	33.9

Fuente: Elaboración propia con base en datos de la ENCPJ 2012. Las filas corresponden a la identidad partidaria de los jóvenes y las columnas a la identidad partidaria de los padres.

De acuerdo a un análisis de correspondencia (véanse gráficas 3 y 4), se puede notar que en ambos casos, padres y madres, la relación con la identidad partidaria de los jóvenes se agrupa de manera clara con los tres principales partidos políticos, lo que representa la dependencia entre ambas variables.¹² Y además, están separados en tres grupos, lo que hace suponer con esta herramienta estadística que sí hay identidades diferenciadas, es decir, que existen ciertas características y contenidos propios para cada partido político.

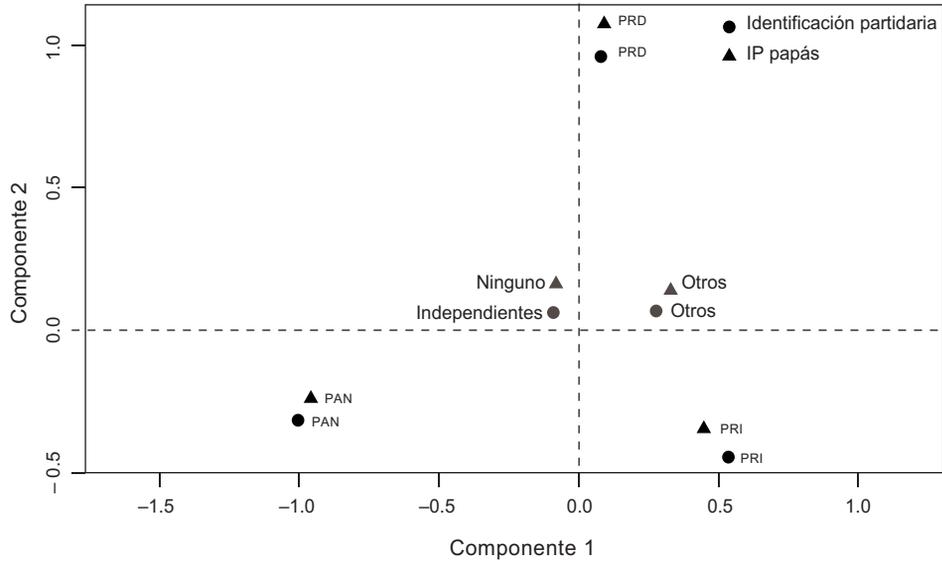
Para el caso de los identificados con el resto de los partidos políticos (otros), al estar cerca del centro la relación pierde intensidad y además no dependen de las categorías restantes.

ESCOLARIDAD E IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

La escuela es un espacio de socialización donde los individuos pueden adoptar una determinada actitud política: ello depende de muchos factores que están presente en el proceso educativo (programas, profesores, prácticas, relación con los compañeros, etc.). La institución escolar es importante

¹² Las gráficas de análisis de correspondencia presentan de manera visual la asociación que existe entre los perfiles de las categorías de dos variables nominales, donde las coordenadas para cada categoría son distancias obtenidas de manera numérica (mediante *Singular Values Decomposition* —SVD—), usando el programa estadístico R. Las gráficas se interpretan de la siguiente manera: todas las categorías están representadas por figuras geométricas (círculos o triángulos, las más comunes), aquellas categorías con figuras grandes implican que tienen una alta relación al momento de crear cada uno de los componentes, mientras aquellas que tengan color pálido, o bien, cuya figura es muy tenue, implica que dichas categorías no son significativas. En cada gráfica se pretende ver la relación existente entre la variable explicativa clave y la identificación partidaria, usando otras que pueden ser importantes a partir de la teoría e investigación que se ha realizado al respecto.

Gráfica 3. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y padres

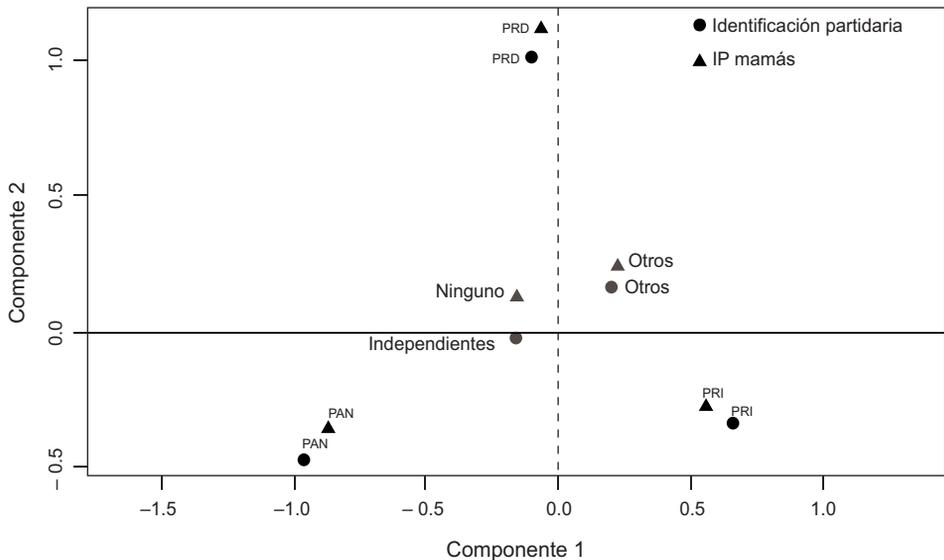


[182]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

Gráfica 4. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y madres

[83]



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

porque la relación de la educación con la cultura política tiene tres funciones básicas: la cognoscitiva, que forma intelectualmente a los estudiantes, crea el sentido crítico y reflexivo; la socialización, que transmite a los estudiantes los valores básicos de identidad nacional y local, los dota y los refuerza de valores morales; y la formación de la personalidad, que coadyuva a que el individuo adquiera seguridad en sí mismo y confianza en las instituciones que lo rodean (véase Durand y Smith, 1997).

En todo caso, el nivel de estudios de los jóvenes puede ser un elemento que determine la inclinación en la identificación partidaria. ¿Existe una relación entre el nivel de estudios y la identificación partidaria?¹³

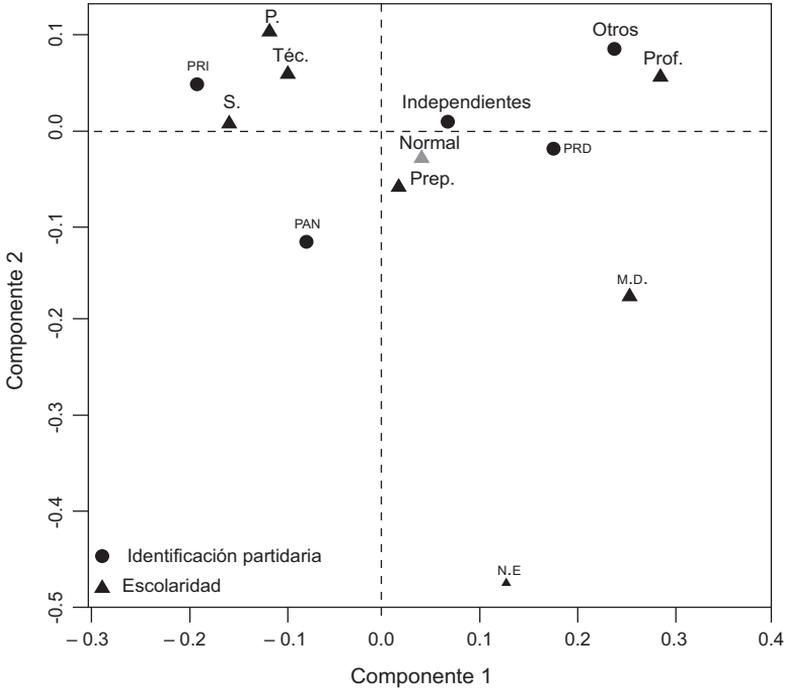
Los resultados de un análisis de correspondencia hecho entre la variable escolaridad y la identidad partidaria de los jóvenes arrojan evidencia de una débil asociación entre las categorías de ambas variables mencionadas.¹⁴ Como se puede apreciar en la gráfica 5, el nivel educativo de los jóvenes no logra caracterizar ninguna identidad partidaria. Sólo se podría concluir que existe cierta tendencia a agruparse respecto a los que se identifican con el PRD e independientes y aquellos jóvenes que tienen estudios a nivel de normal superior y medio superior.

Por otra parte, el tener estudios de primaria, secundaria y medio superior tiende a ser más característico de los jóvenes identificados con el PRI, mientras que para los jóvenes panistas existe tentativamente una relación con un nivel de secundaria y preparatoria.

¹³ La variable escolaridad tiene una utilidad explicativa para la identificación partidaria y en general para los fenómenos políticos. Véanse entre otros Moreno (2009) y Somuano (2014).

¹⁴ La pregunta que se realizó para obtener la escolaridad de los jóvenes fue: ¿Cuál fue el último año que aprobó en la escuela?

Gráfica 5. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y escolaridad



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

NIVEL SOCIOECONÓMICO

El factor socioeconómico ha sido utilizado como una variable independiente en muchos estudios de la identificación partidaria (véase por ejemplo Budge *et al.*, 2010). El estrato socioeconómico al que pertenece un individuo también puede determinar la afinidad hacia un partido político: aunque siempre existe el debate para el caso mexicano de si existe un partido político de los “ricos” o de los “pobres”, o bien,

uno para la “clase media”.¹⁵ La evidencia que se tiene gracias a los datos de la ENCPJ 2012 es que no existe una posible asociación entre las categorías de las variables nivel socioeconómico e identificación partidaria (véase la gráfica 6). Al igual que en el caso de la escolaridad, se pueden mencionar que sólo se detectaron ciertas tendencias. Pero en estricto sentido la información estadística que se obtuvo indica que el nivel socioeconómico de los jóvenes no influye en la identificación partidaria.

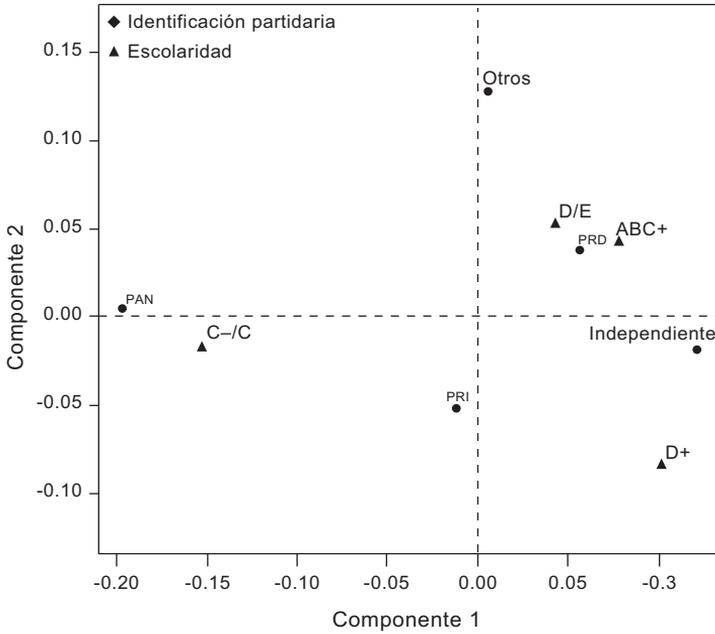
Lo que se puede indicar son ciertas inclinaciones: el ser de clase media alta (C-/C) y ser panista tiende a tener una dependencia, como se muestra en la gráfica 6. Para los jóvenes identificados con el PRI la situación es la menos definida, ya que tampoco se puede establecer una relación con algún nivel socioeconómico. Esto se puede deber a que en cierta forma el PRI está presente en todos los niveles socioeconómicos y en consecuencia no se logra establecer relación alguna.

Por otra parte, el PRD es el único que tiene cierta relación con dos grupos que se pueden considerar contrapuestos: el nivel socioeconómico alto (ABC+) y el más bajo (D/E).

Asimismo, los independientes, al igual que la categoría de Otros no guarda ninguna relación con algún nivel socioeconómico que los caracterice; sin embargo se puede resaltar que los jóvenes independiente se sitúan en los niveles socioeconómico extremos.

¹⁵ La ENCPJ 2012, como ya se mencionó antes, sólo observó a jóvenes urbanos, por lo que no se puede contrastar con jóvenes de otro tipo de población donde presumiblemente se pudiera palpar desigualdades económicas notorias, y en todo caso, ver si existe un efecto en la identificación partidaria.

Gráfica 6. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y nivel socioeconómico



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

EL PAPEL DE LOS MEDIOS USADOS EN LA CAMPAÑA ELECTORAL

Los medios de comunicación, junto con el contexto familiar y la escuela, son los grandes formadores de las actitudes políticas de los individuos. La teoría de los medios masivos de comunicación considera que los electores se comportan y deciden como público, es decir, como una multitud dispersa de contornos continuamente cambiantes e indefinidos cuya opinión se forma a través de los medios de comunicación.

Los medios de comunicación juegan un papel crucial en la decisión de los electores. Puede por lo tanto, junto con otros factores que ya se han revisado, crear el vínculo psicológico con un partido político. La mercadotecnia política pone entonces a los medios masivos de comunicación a la par de otros factores como la familia y la escolaridad como determinantes de la identificación partidaria.

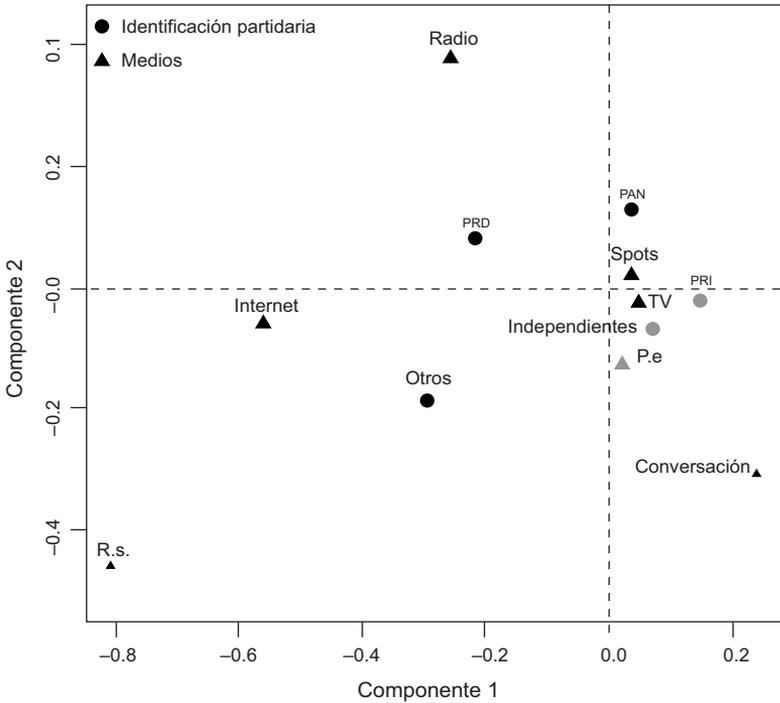
Prácticamente todos los medios de comunicación masiva no han perdido vigencia desde su creación; prensa, radio, televisión, y a éstos se suma el internet y sus redes sociales. La cuestión ahora es saber cómo es que se da este proceso de transmisión y qué tan eficaz es realmente, puesto que el flanco endeble de los medios de comunicación es la naturaleza volátil de las opiniones que estimula en los individuos.

¿A través de qué medio se enteraron los jóvenes de lo que pasaba en la campaña presidencial de 2012? Esta pregunta que se hizo a los jóvenes urbanos permitió conocer las fuentes de las que abrevaban información de la campaña política.

De acuerdo al análisis de correspondencia realizado con esta variable y la identidad partidaria manifestada de los jóvenes, no marca relaciones relevantes (véase la gráfica 7). Los jóvenes identificados con los tres principales partidos políticos (e incluso los llamados independientes) tienen una relación con los *spots* y la televisión, es decir, los jóvenes tomaron a estas dos como fuente de información. La prensa escrita, conversaciones, radio e internet no caracterizan a ningún grupo de jóvenes identificados.

Llama la atención en particular el internet, pues no figura en asociación con partidos de oposición al PRI, sobre todo cuando se presentó un auge entre jóvenes afines a las redes sociales en internet y el rechazo a un candidato en particular, EPN, que se configuró en el llamado movimiento #YoSoy132 (véase Alonso, 2013).

Gráfica 7. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y medios de comunicación



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

IDEOLOGÍA E IDENTIDAD PARTIDARIA

Las discusiones políticas en México no están definidas por discusiones que giren en torno a la ideología (véase Beltrán, 2009). En todo caso, son los partidos políticos y los candidatos los referentes por los que se guían los ciudadanos. Sin embargo, de acuerdo al análisis de correspondencia hecho entre la identidad partidaria de los jóvenes y la ideología

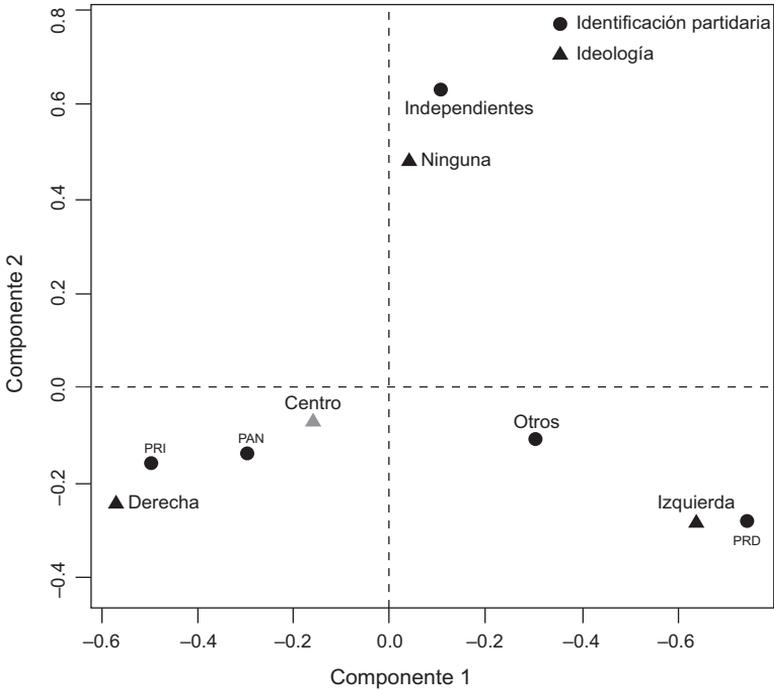
que manifestaron tener (autopercepción), se obtuvieron asociaciones interesantes entre estas categorías:¹⁶ los jóvenes perredistas están relacionados con la ideología de izquierda, jóvenes panistas con la derecha, y los priistas, en el mismo sentido que los panistas: relacionados con la ideología de derecha.

De lo anterior se derivan algunas preguntas: ¿qué implicaciones teóricas y prácticas puede tener que los jóvenes priistas y panistas se autodefinan con una ideología de derecha?, ¿es un indicador de que podrían compartir posturas en cuanto a la definición de problemas públicos?, ¿hasta dónde la ideología podría entablar puentes entre los identificados con estos dos partidos políticos? Las encuestas no permiten indagar más para poder darle contenido a lo que entienden los jóvenes por cada una de estas posturas de derecha e izquierda. Esto último implica una futura agenda de investigación. En este sentido no se podría afirmar ahora que las actuales generaciones de jóvenes urbanos apoyan o apoyarán a gobiernos de derecha. La hipótesis que sí se puede plantear ahora es que sí hay una diferenciación de estos dos partidos e ideología respecto a los jóvenes perredistas, que están más relacionados con la ideología de izquierda.

Por otra parte, los jóvenes sin identidad partidaria se caracterizan por no tener ninguna ideología. Este es un dato que pudiera indicar coherencia pues no se tiene ningún lazo con partido político; sin embargo, deteniéndose un poco en esta situación se puede también lanzar la hipótesis de que los jóvenes llamados independientes pudieran estar no sólo alejados de los partidos políticos sino también de la vida política, es decir, desinteresados de la política (despoli-

¹⁶ La pregunta que se hizo fue: *En política se menciona mucho la Izquierda-Derecha, ¿con cuál de ellas se identifica más? Derecha, Izquierda, Centro, Ninguna.*

Gráfica 8. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes e ideología



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

tizados), pero habría que probar la hipótesis, pues precisamente en las elecciones del 2012 surgió el movimiento #Yo-Soy132, formado principalmente por jóvenes universitarios que no manifestaban una simpatía partidista (aunque sí un rechazo al candidato Enrique Peña Nieto) y que demostraron estar altamente sensibles a los asuntos políticos (véase Alonso, 2013).

LA PRÁCTICA DEL VOTO

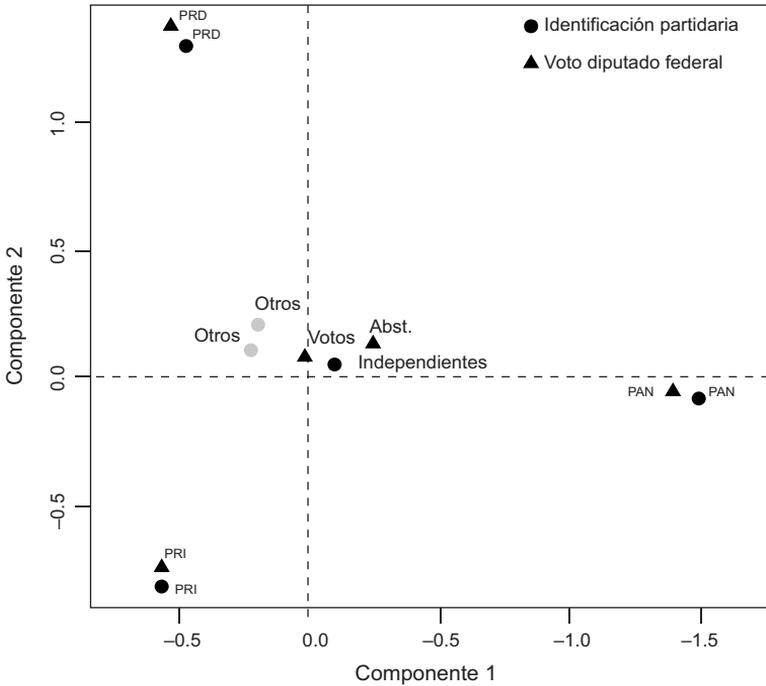
En un sistema político presidencial como el mexicano la elección del ejecutivo reviste la mayor importancia: es el gran centro de atención en la campaña electoral, los otros puestos de elección quedan en un segundo plano. La mayoría de la gente conoce a los candidatos a la presidencia y poco saben de los candidatos para el Senado de la República y la cámara baja.¹⁷

Por lo tanto, la votación por un candidato al poder legislativo es una práctica política que habla de un determinado compromiso con el partido político. En la ENCPJ 2012 se preguntó; ¿Por cuál de los partidos políticos piensa votar para diputados federales? El resultado que arroja el análisis de correspondencia denota claramente que la identidad partidaria está altamente relacionada con la intención del voto en cada uno de los principales partidos políticos. Y que además esta intención de voto está totalmente diferenciada entre el PRI, PAN y PRD. En otras palabras, un joven identificado con un partido político difícilmente votará por otro partido que no sea el suyo.

El dato que también se rescata es que la intención de no votar por ningún partido político (lo que abre la puerta a la abstención) está presente con los apartidistas (aunque no de manera intensa). La abstención siempre tendrá la ambigüedad interpretativa de si quien lo hace está en una postura de protesta, o bien, es consecuencia de su desinterés por los asuntos públicos.

¹⁷ Sin embargo, no se puede generalizar para el caso en que hay elecciones concurrentes para gobernador y alcaldes. Éstos suelen ser también personajes a los que sí se les identifica: al primero por su relevancia estadal, y al segundo, por la relativa cercanía que tiene con el electorado.

Gráfica 9. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y primera opción para votar candidatos



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012. “Abst.” significa abstención.

EL PAPEL DE LOS CANDIDATOS

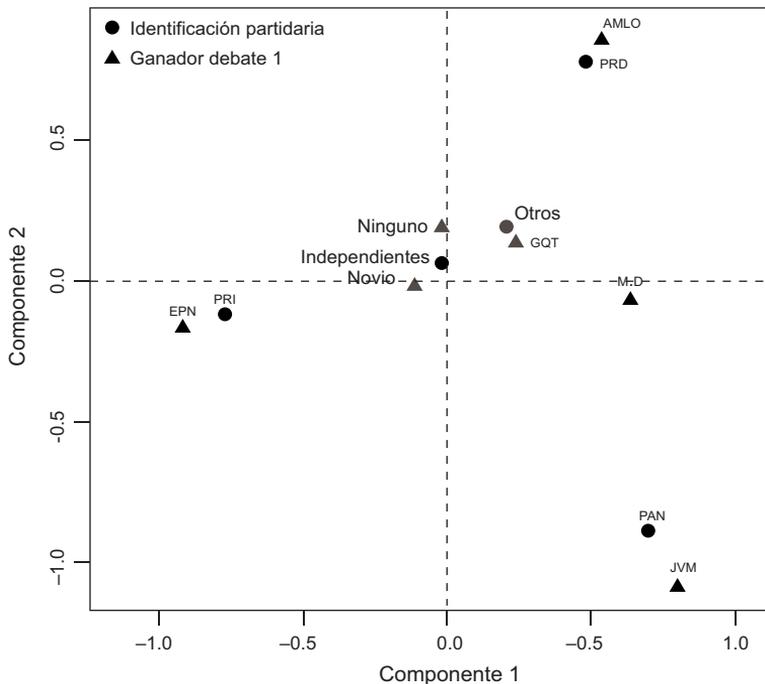
La figura de los candidatos es central para entender un proceso electoral. La personalidad de un candidato puede llegar a difuminar la carga simbólica de un partido político, o bien, reforzar la idea preconcebida que se tenga de éste. Para palpar el peso de la figura del candidato en la construcción de la identidad partidaria de los jóvenes la ENCPJ

2012 cuestionó a los jóvenes sobre su evaluación del ganador del primer debate.¹⁸ La teoría de la identificación partidaria expone que ésta funciona como una especie de filtro en el que los actores y procesos políticos son vistos a través de esta simpatía, por lo que elementos que para otros podrían ser negativos para el identificado no lo son. En este sentido, la percepción de quién ganó un debate entre candidatos puede denotar esta inclinación afectiva de la identificación hacia el candidato del partido el que se identifican los jóvenes.

El análisis de correspondencia respalda la teoría sobre la identificación partidaria al mostrar cómo los jóvenes de cada partido político consideraron que el candidato de su partido ganó el debate: los jóvenes perredistas se relacionan fuertemente con la idea de que el debate lo ganó Andrés Manuel López Obrador; los priistas afirman que el ganador fue Enrique Peña Nieto, y los panistas que fue Josefina Vázquez Mota. En cambio, los independientes creen que no lo ganó nadie, pero esta asociación es débil (véase la gráfica 10). Aquí cabría hacer la pregunta de qué elementos tendrían que estar presentes en un debate para hacer cambiar de opinión a los jóvenes. Es decir, ¿qué objeto tiene un debate si los jóvenes partidistas ya están definidos? Esto es claro incluso en las distancias que guardan entre los grupos candidatos y partidismo. En todo caso, el debate podría ser efectivo para convencer a los independientes en el sentido de que se les puede considerar más que apartidistas, indecisos.

¹⁸ La pregunta que se hizo fue: *Aunque no haya visto alguno de los debates, ¿cuál de los candidatos cree que fue el mejor?*

Gráfica 10. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y primera opción para votar candidatos



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012. “GQT” es Gabriel Quadri de la Torre.

REGIÓN

México es un país que encierra en su geografía una diversidad cultural y política que hace complicado establecer generalidades que caractericen a la mayoría de los ciudadanos, incluso enfocando el análisis sólo a los jóvenes urbanos. Por ello la última variable que se toma en cuenta para esta etapa del análisis es la región. Toda vez que diversas investiga-

ciones han hecho notar que el país puede estar caracterizado en cuatro grandes regiones,¹⁹ se procedió a hacer un análisis de la identidad partidaria de los jóvenes urbanos de acuerdo a estas cuatro regiones en las que se dividió el territorio nacional.²⁰

El Norte del país se asocia claramente con el PRI y el PAN; de igual manera el Centro Occidente con estos dos partidos, incluso podría pensarse, al observar el análisis de correspondencia expresado en la gráfica 11, que el PRI y el PAN caracterizan muy bien estas dos regiones.

A su vez la categoría de jóvenes identificados con el PRD se asocia con los estados del Centro del país; y por último, el Sur no encuentra asociación con ningún partido político. Esto es en parte resultado de que los tres principales partidos políticos tienen presencia en esta región sin que uno de ellos domine claramente; de hecho los jóvenes que no se identifican con ningún partido político, los llamados independientes, presentan cierta asociación (véanse el cuadro 3 y la gráfica 11).

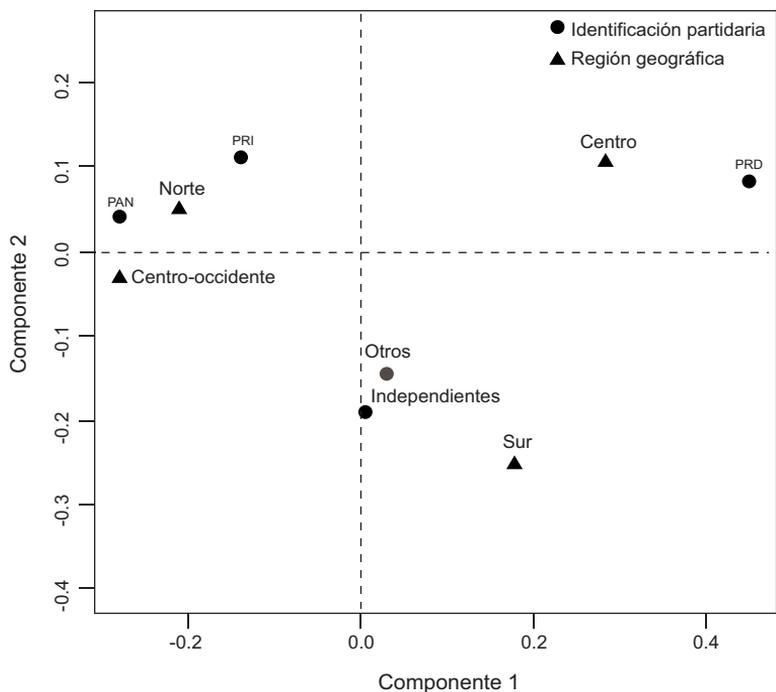
ANÁLISIS DE CORRESPONDENCIA MÚLTIPLE DE LA IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

Como se ha observado, la identificación partidaria responde a diversos factores; en esta parte del trabajo se dividen las variables en dos tipos: social y político. Con este agrupa-

¹⁹ Véase Gómez y Valdés, 2000; Gómez, 2009; Moreno y Méndez, 2007.

²⁰ Las regiones y los estados que la conforman son: Norte: Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Tamaulipas, Nuevo León, Durango, Zacatecas, Sinaloa, Sonora y San Luis Potosí; Centro Occidente: Colima, Jalisco, Nayarit, Michoacán, Guanajuato y Aguascalientes; Centro: Distrito Federal, Estado de México, Querétaro, Morelos, Puebla, Tlaxcala e Hidalgo; Sur: Veracruz, Tabasco, Campeche, Quintana Roo, Yucatán, Chiapas, Oaxaca y Guerrero.

Gráfica 11. Análisis de correspondencia identificación partidaria de jóvenes y región



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

Cuadro 3. Identidad partidaria de los jóvenes y región

IP	Región			
	Norte	Centro Occidente	Centro	Sur
PAN	42.9	22.6	21.8	12.7
PRI	36.2	22.7	29.8	11.3
PRD	21.6	8.1	50.2	20.1
Otro	24.4	23.6	29.9	22.0
Independiente	31.0	18.5	26.3	24.1

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

miento se realizaron dos análisis de correspondencia múltiple con el objetivo de encontrar una caracterización global de la identificación partidaria de los jóvenes en México. Las variables utilizadas en el análisis corresponden a las ya analizadas en el apartado anterior de este capítulo, más aquellas que la teoría de la identificación partidaria considera como constitutivas de la identificación partidaria.

Las variables de tipo social observadas son nueve: identificación partidaria del joven, identificación partidaria de la mamá, identificación partidaria del papá, religiosidad, escolaridad, rango de edad para jóvenes,²¹ nivel socioeconómico, región y sexo.

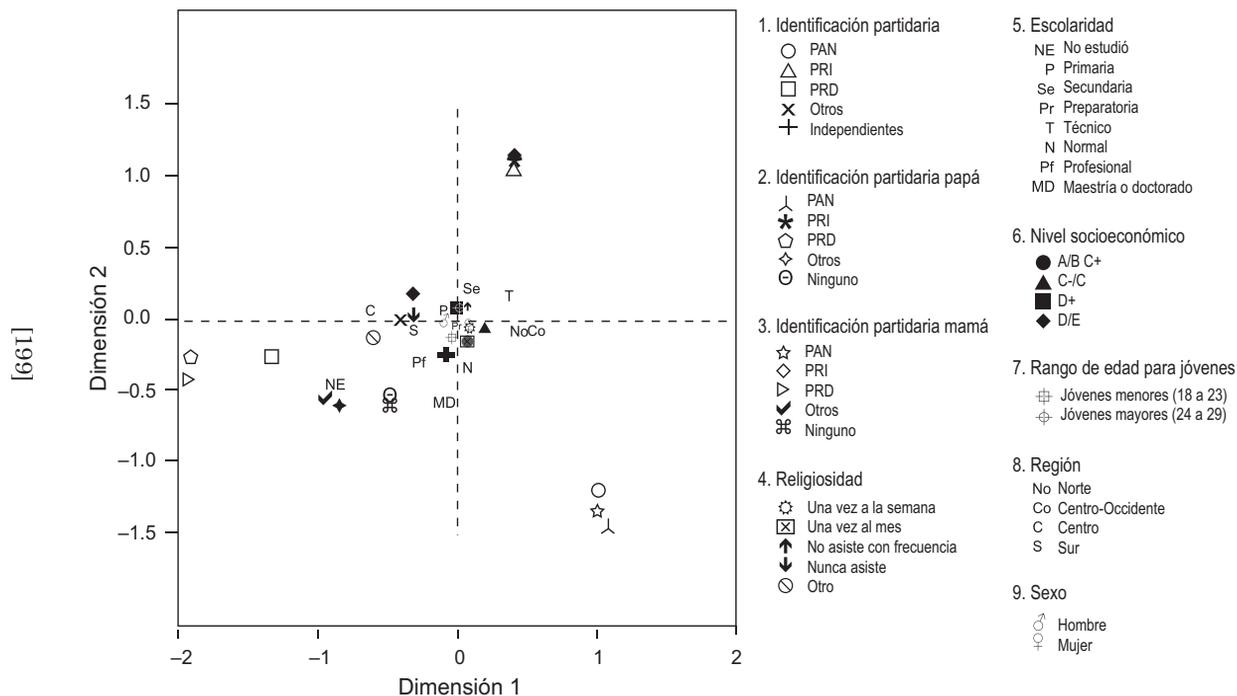
Lo que se observa en la gráfica 12, es que se forman tres grupos claramente diferenciados, y éstos corresponden a los tres principales partidos políticos: PRI, PAN y PRD. Las principales categorías que se agruparon son la identificación de los padres (ambos) y la del joven, lo que permite subrayar nuevamente el peso que tiene el entorno familiar para la transmisión de actitudes políticas.

Por otra parte, ninguna de las otras variables de tipo social logra asociarse con ninguno de estos tres grupos. En todo caso, las categorías que logran hacer un “puente” entre el grupo PRI y PAN son la región Norte y Centro-Occidente, es decir, comparten esta categoría. Y en esta misma tesitura, el grupo del PRD parece estar más asociado a la región Centro.

Los identificados con los otros partidos y los independientes (ninguno) no se asocian ni forman un grupo con las demás categorías: están dispersos y forman, junto con el resto de las categorías, una gran nube en el Centro.

²¹ Se hicieron dos segmentos del rango de edad: jóvenes de 18 a 23 y jóvenes de 24 a 29 años. Esto con el objetivo de comparar si entre los jóvenes se pueden notar diferencias tomando en cuenta grupos de edad. Esto en tanto que la teoría señala que cuando la persona entra a la adultez su identificación partidaria es más sólida.

Gráfica 12. Análisis de correspondencia múltiple. Variables de tipo social



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

En síntesis, como ya se había demostrado en apartados anteriores, variables como la escolaridad y el nivel socioeconómico, junto con otras variables como la diferencia de edad entre jóvenes de 18 a 23 y 24 a 29 años, la religiosidad y el sexo, no aportan en conjunto para la descripción del perfil identitario de los jóvenes.

Como se mencionó, el segundo análisis de correspondencia múltiple tomará en cuenta variables de tipo político. Las variables que se tomaron en cuenta son: identificación partidaria del joven, identificación partidaria de la mamá, identificación partidaria del papá, voto para diputados federales, candidato como primera opción, ideología, y la opinión sobre qué partido ha gobernado mejor el país.

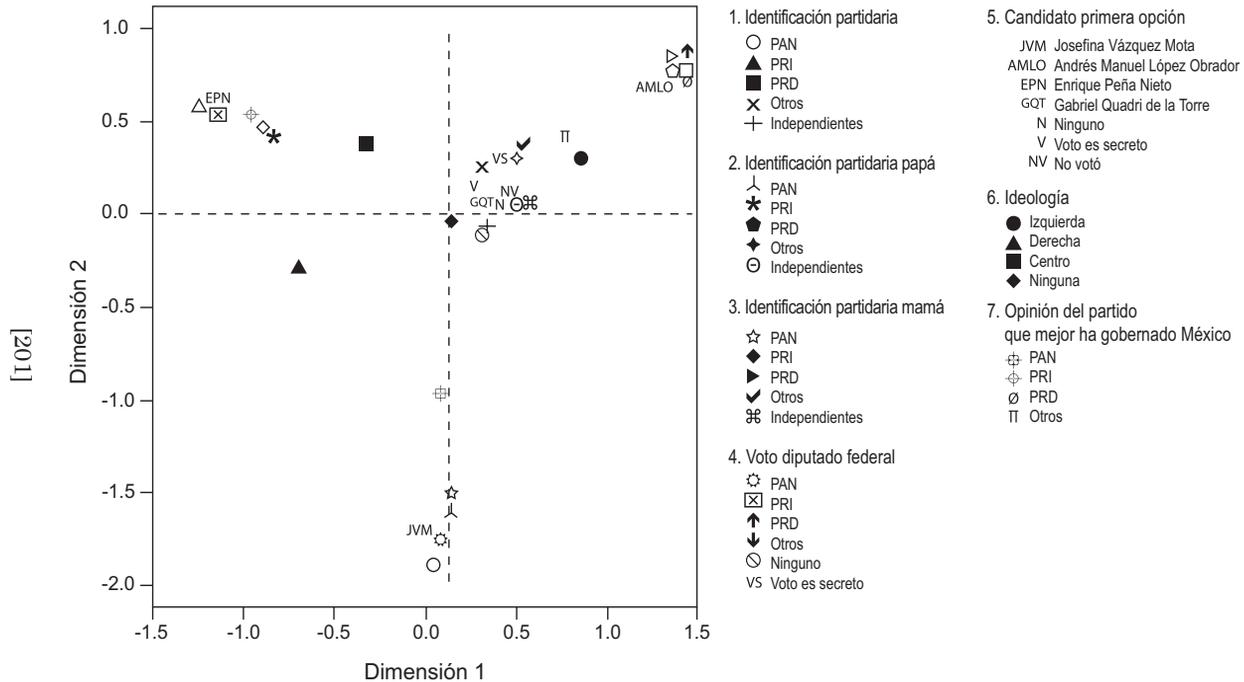
En este caso la formación de los tres grupos que se encontraron en la gráfica anterior también se obtiene, pero además se asociaron otras categorías que refuerzan la idea de que hay cierto perfil partidario.

El primer grupo a distinguir es el que se forma alrededor de los jóvenes que se identifican con el PRI: la identidad partidaria de ambos padres, la opinión de que el PRI es el partido que mejor ha gobernado, el voto para los diputados del PRI, la preferencia por el candidato Enrique Peña Nieto, e incluso la ideología de centro y de derecha, muestran una asociación consistente.

El segundo grupo se caracteriza por los jóvenes identificados con el PAN. Son las mismas categorías que para el grupo anterior: la identidad partidaria de ambos padres, la opinión de que el PAN es el partido que mejor ha gobernado, el voto para los diputados del PAN, la preferencia por la candidata Josefina Vázquez Mota, el matiz importante es que la categoría ideología de derecha funciona como un puente entre el grupo panista y el priista, incluso más que el centro.

El tercer grupo es el que está formado por los jóvenes identificados con el PRD. Las categorías son nuevamente las mismas: la identidad partidaria de ambos padres perredistas,

Gráfica 13. Análisis de correspondencia múltiple. Variables de tipo político



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

la opinión de que el PRD es el partido que mejor ha gobernado, el voto para los diputados del PRD, la preferencia por el candidato Andrés Manuel López Obrador y la ideología de izquierda. Para éste no hay una categoría que funcione como puente con otro grupo definido. Al parecer los perredistas se separan y distinguen más de los otros grupos, y tomando como referencia el análisis anterior de correspondencia con variables sociales, el PRI y el PAN comparten algunas características sin perder su definición.

En el centro se concentran varias categorías que no alcanzan a caracterizar un grupo: presentan una debilidad estructural entre todas ellas que no permiten dar sentido a un grupo. En esta especie de nube de categorías se encuentran los jóvenes que se identifican con otros partidos políticos, pero también los que no se identifican con ninguno: los independientes. Se reitera que a pesar de que están muchas variables agrupadas en el centro, la fuerza de las relaciones es baja y no llega a ser significativa, y en todo caso no se alcanza a distinguir un perfil del grupo. En particular se debe subrayar a los llamados independientes, quienes por alguna razón podrían esconder alguna inclinación partidaria, pero al menos en este análisis no aparece.

MODELOS DE REGRESIÓN MULTINOMIAL CON VARIABLES DE TIPO SOCIAL Y POLÍTICO

Para alcanzar un nivel de descripción de la identificación partidaria sofisticado se realizó un análisis de este concepto a partir de dos modelos de regresión logística multinomial. Los dos modelos corresponden a las variables de tipo social y política que se analizaron en el anterior apartado.

La intención de tener dos modelos se justifica en el sentido de que la identificación partidaria, y en particular la de los jóvenes, reviste una complejidad multifactorial que exige

un esfuerzo analítico para intentar encontrar una mejor explicación de este fenómeno (véase Aguilar, 2008).²² Los diversos factores que se analizaron en la sección de análisis de correspondencia son de diferente naturaleza, y se puede separar de acuerdo al contexto en el que se originan, así se tienen elementos que pueden corresponder a elementos más del tipo social, como la familia, el nivel socioeconómico, la región, y otros que responden enteramente al contexto político: preferencia por candidatos, ideología, opinión hacia los partidos políticos, entre otras. Lo que se tiene entonces es una serie de variables independientes que influyen en la construcción de la identificación partidaria de los jóvenes.

Ahora bien, toda vez que la naturaleza de la variable identificación partidaria (variable respuesta), al tener cinco categorías de referencia: PAN, PRI, PRD, Otros, Ninguno, y considerando que las categorías son independientes entre sí, se puede afirmar que la variable respuesta sigue una distribución multinomial. El encontrar una asociación que permita explicar la variable respuesta, así como sus respectivas probabilidades de selección, justifica el uso del modelo de regresión.

Los modelos utilizan una función liga logística cuyo requerimiento para evitar sobreparametrizaciones es considerar una categoría de referencia; en este caso se considera a las personas que manifestaron no tener ninguna identidad partidaria, es decir, los llamados “independientes”, debido a que al hacer esta diferencia una respecto del otro, las interpretaciones para la identidad partidaria estarían en términos de qué variables se consideran importantes para estar identificado con cierto partido y cuáles no, siempre y cuando sus coeficientes resulten significativos.

²² En un ejercicio previo al presente se logró establecer un modelo mixto en el sentido de que se trabajó con diferentes tipos de variables. El presente trabajo retoma la experiencia de ese análisis (Aguilar, 2015).

El signo para este coeficiente es importante y las interpretaciones son las siguientes: 1) Si el signo es positivo, significa que aporta de manera positiva a la función logaritmo, y por tanto, aporta a la probabilidad del evento que se encuentre en el numerador; 2) Si existe una aportación negativa en el logaritmo, la variable aporta información a la categoría de referencia (ubicada en el denominador de (1)) y en este caso se utiliza a la categoría independientes; 3) el caso cuando el valor del logaritmo es cero significa que el cociente entre las probabilidades es igual a 1, o bien, que las probabilidades de selección entre categorías son iguales.²³

MODELO DE REGRESIÓN CON VARIABLES DE TIPO SOCIAL

Es importante explicar que antes de llegar a este análisis se consideraron siete variables sustraídas de la ENCPJ 2012; estas fueron: identificación partidaria padres, rango de juventud, sexo, región, nivel socioeconómico, escolaridad y religiosidad, y como resultado de realizar un análisis “hacia atrás”, para probar el nivel de contribución de las variables explicativas para describir la variable identificación partidaria con los datos que proporciona la ENCPJ 2012 se obtuvieron tres variables significativas: *a*) identificación partidaria de los padres: esta variable se retoma de las variables de la identificación partidaria de ambos padres, en virtud de la gran asociación entre ellas (correlación de 0.85); debido a ello se retoma la variable identificación partidaria de las madres, esto porque, como se hizo notar en el análisis de la tabla de

²³ De aquí la importancia de los valores de los coeficientes para cada variable, y de igual manera, es importante mostrar cuáles son las probabilidades de selección estimadas para cada categoría de la variable respuesta (identidad partidaria).

contingencia de este trabajo ésta sobresale incluso más que el caso de la identificación partidaria de los padres; *b*) sexo: esta variable si bien no arrojó correlación en los análisis de correspondencia, en el modelo funciona respecto a la variable de referencia; *c*) región: la variable región se construyó con el objetivo de hacer énfasis en las diferencias que existen en la geografía político-electoral del país.²⁴

Para el caso de los jóvenes identificados con el PAN las tres variables consideradas para este modelo aportan a la identidad panista. La categoría identificación partidaria padres PAN, es decir, el tener padres con identificación panista, aporta a la probabilidad de selección de la identificación partidaria panista (3.054***): tener padres panistas, como señala la teoría clásica, es fundamental para que se forme una identidad similar en el hijo. Aunque también debe señalarse que la categoría identificación partidaria padres, PRI y PRD, tiene niveles de significancia a tomar en cuenta: 1.302*** y 1.127**, respectivamente. La categoría sexo hombre para los jóvenes identificados con el PAN tiene un valor negativo lo cual nos dice que aporta información la categoría de referencia, es decir, el sexo femenino. Por último, la variable región también caracteriza a la identidad panista de los jóvenes, particularmente las categorías Nor-

²⁴ La cantidad de categorías elegidas para el análisis se basó en que cumplieran con la cantidad muestral requerida para cada categoría de las variables explicativas. Los modelos arrojan resultados que revelan el nivel de significancia, o no, de cada categoría para la variable identidad partidaria de los jóvenes urbanos. Estos resultados permiten ubicar las categorías que mejor definen a cada perfil partidista. Se subraya en esta parte que la intención de los modelos es detectar las categorías y variables que caracterizan a cada perfil partidario. Por ser el primer ejercicio con este objeto de estudio, los jóvenes urbanos en México, se tendrá que seguir trabajando en futuras investigaciones para encontrar las características de lo que define una determinada identidad partidaria, y abonar en la metodología y técnicas para poder medir de mejor manera esta actitud política y su intensidad (la fuerza de la identificación partidaria).

te y Centro Occidente; estos datos son consistentes con el análisis de la tabla de contingencia y análisis de correspondencia hecho para la región en este trabajo, en el que efectivamente, los jóvenes panistas se concentran más en estas zonas del país.

Para el caso de los jóvenes urbanos identificados con el PRI, la variable que hace referencia a la identidad partidaria de los padres es también significativa (3.184). De todas las categorías analizadas, es esta la que aporta más para la probabilidad para la identificación con el PRI. Pero al igual que el PAN, las categorías identificación partidaria padres con PAN (1.093**) y PRD (1.590***) resultan significativas, aunque en menor medida.

Para el caso del PRI, la variable sexo no resultó significativa, pero sí la de región; es la categoría región Centro la que presenta significancia para la probabilidad de identificarse con el PRI (0.741*).

Respecto al PRD, en este modelo de regresión que tomó en cuenta sólo variables de tipo social, es la variable identificación partidaria de los padres la que más aporta: la categoría identificación partidaria padres PRD tiene relevancia (2.055***), y de igual manera la categoría identificación partidaria padres Otros (3.561***). Esta última categoría probablemente tuvo significancia porque en esa categoría está contenida la identificación de partidos de izquierda (PT y PMC).

MODELO DE REGRESIÓN CON VARIABLES DE TIPO POLÍTICO Y SOCIAL

Al igual que el modelo anterior, basado en las variables de tipo social, ahora se hará lo mismo tomando en cuenta variables de tipo político con algunas de tipo social. Para este caso se consideraron también siete variables sustraídas de la ENCPJ 2012; éstas fueron: identificación partidaria padres,

Modelo de regresión logística multinomial para variables sociales de la identificación partidaria de los jóvenes urbanos en México, 2012

<i>Identificación partidaria</i>		<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD</i>	<i>Otros</i>
Identificación	Intersección	-2.181	-2.062	-1.409	-2.032
partidaria padres	PAN	3.054***	1.093**	.986 **	1.025*
	PRI	1.302***	3.184***	1.042 **	1.767***
	PRD	1.127*	1.590***	3.057 ***	2.055***
	Otros	0.194	1.080	0.688	3.561***
	Independientes	1.092	0.714	0.270	0.384
Sexo	Hombres	-.587**	0.134	0.214	-.213
Región	Norte	.679*	0.240	-.412	-.307
	Centro Occidente	0.747*	0.593	-.705	0.096
	Centro	0.682	0.741*	0.547	0.124

Significancia de parámetros: * 0.05, ** 0.01, *** 0.001. N = 1088, R Cox-Snell = .513, clasificación = 60.1%. Bondad de ajuste < 0.001.

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

voto para diputados federales, rango de juventud, sexo, ideología, partido que mejor ha gobernado México y preferencia por el candidato a la presidencia. Asimismo, se realizó el mismo protocolo para llegar a un modelo de regresión: se hizo un análisis “hacia atrás” para probar el nivel de contribución de las variables explicativas a fin de describir la variable identificación partidaria con los datos que proporciona la ENCPJ 2012; con ellos se obtuvieron cuatro variables significativas: *a)* identificación partidaria de los padres: nuevamente esta variable resultó tener alta significancia para explicar la identificación partidaria; *b)* voto para diputado federal: como se mencionó en el análisis de correspondencia de esta variable, el voto que se dirige a los diputados tiene más un peso hacia el partido que de evaluación a la figura del candidato, lo que implica que es una variable que puede reflejar hacia qué partido político se inclina la persona; *c)* ideología: como se mencionó también en su respectivo apartado, la ideología con la que se autodefinen los jóvenes, al corresponder con la que tiene cada uno de los partidos políticos, es un reflejo de la existencia de dicha identificación partidaria; *d)* preferencia candidato: esta variable se refiere a la inclinación de voto que manifestaron los jóvenes tomando en cuenta no al candidato; la pregunta que se hizo fue: *De los cuatro candidatos a la presidencia ¿por quién votaría como primera opción?* Esta variable tiene una amplia justificación dentro de la literatura sobre la identificación partidaria, pues, los identificados tenderán a preferir al candidato de su partido por encima de otros.

De acuerdo al modelo, lo que caracteriza a los jóvenes identificados con el PAN, la que considera la preferencia de voto para los diputados del PAN es significativa (2.855***). Se confirma lo que menciona la teoría, acerca de que una manera en que se refleja el partidismo es el apoyo en las urnas, además de que esta práctica refuerza el vínculo entre el individuo y su partido (véanse Dinas, 2014; Converse, 1969).

La categoría ideología de derecha resultó ser muy significativa (2.855***), y por lo tanto, aporta a la probabilidad de selección de la identificación partidaria panista. Ello concuerda con la posición ideológico del PAN. El hecho de que resulte significativa esta categoría para los jóvenes de entre 18 y 29 años representa un hallazgo en el sentido de que desde que una edad temprana los mexicanos que se encuentran en áreas urbanas ya presentan un componente político sofisticado. Esto puede dar pie a repensar el peso real que tiene la ideología en el comportamiento electoral en México.

La última categoría que aporta al panismo es la de considerar a Josefina Vázquez Mota como opción para votar (2.278*). Ello significa que la identificación partidaria sí actúa como un filtro y permite darle a quien se identifica cierta percepción de los actores y fenómenos políticos que cuadren con sus creencias.

Para el caso de los jóvenes urbanos identificados con el PRI, la identificación partidaria de los padres tiene valor negativo, es decir, aporta a la variable de referencia, que en este caso es hacia este partido, y resulta significativa pero a favor de la variable de referencia, es decir los independientes (-0.952***).

Una categoría que resultó significativa fue la de la preferencia declarada para votar por un candidato a diputado del PRI (2.435***). Como se ha mencionado a lo largo de este capítulo: la práctica del voto en buena medida cristaliza la identificación partidista.

La ideología de derecha resultó también significativa para los priistas (1.922***). En este sentido los jóvenes urbanos panistas y priistas tienen algo en común: la ideología de derecha.

La última categoría que aporta a la identificación priista es la de intención de voto para el entonces candidato Enrique Peña Nieto (2.369**). La estrategia electoral del equipo de Enrique Peña Nieto logró articular muy bien una

Modelo de regresión logística multinomial para variables políticas de la identificación partidaria de los jóvenes urbanos en México, 2012

<i>Identificación partidaria</i>		<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD</i>	<i>Otros</i>
	Intersección	-3.638	-2.493*	-1.41	-4.135
Identificación partidaria padres	PAN	0.939	-0.66	0.524	0.106
	PRI	-0.285	0.659	0.446	0.477
	PRD	-0.724	0.041	1.844	0.345
	Otros	-1.577	0.024	0.993	2.144*
	Independientes	0.444	-1.054	-1.274	-0.637
Voto diputado federal	PAN	2.855***	0.571	-0.054	0.595
	PRI	1.29	2.435***	0.32	1.433
	PRD	0.599	1.087	1.934	1.874**
	Otros	0.953	0.386	-0.418	3.100***
	Ninguno	0.457	-0.62	-1.860	0.7
Ideología	izquierda	0.294	0.606	1.217	0.946*
	Derecha	1.353***	1.922***	1.205	0.889
	Centro	-0.254	1.074	0.814	1.607*

Preferencia candidato	Josefina Vázquez Mota	2.278*	-0.679	-1.900	0.577
	Enrique Peña Nieto	0.137	2.369**	-1.333	1.176
	Andrés Manuel López Obrador	0.878	-0.869	0.666	0.957
	Gabriel Quadri de la Torre	0.154	-1.651	-1.353	2.136*
	No va a votar	0.198	-1.321	-1.532	0.739
	El voto es secreto	1.769	0.785	-1.974	1.321

Fuente: Significancia de parámetros: * 0.05, ** 0.01, *** 0.001. N = 875, R Cox-Snell = .852, clasificación = 82.7%. Bondad de ajuste < 0.001.

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

campana en la que los jóvenes se pudieron identificar. Incluso esto es palpable en las diferentes encuestas preelectorales y encuestas de salida, en las que las cohortes de edad juveniles apoyaban esta candidatura.²⁵ Es interesante incluso en el sentido de que a pesar de que este candidato fue duramente criticado por los jóvenes del movimiento #Yo Soy132, el apoyo para Peña Nieto no menguó significativamente en este grupo de edad.

Ahora bien, respecto al PRD, la categoría identificación partidaria de los padres con el PRD resulta significativa (1.844**), lo que reitera la importancia de la influencia de los padres hacia la formación de las actitudes políticas de los jóvenes.

Una segunda categoría que resultó significativa para el PRD es la intención del voto para diputados de este partido (1.934**), lo que también reafirma la intención y práctica del voto como una característica importante de quienes desarrollan una identificación.

Finalmente, la variable ideología tiene dos categorías que aportan a este perfil partidario. Resulta interesante que en este modelo la categoría ideología de izquierda resulta significativa para el PRD (1.217**), lo que va muy bien con la tradicional manera de conceptualizar a este partido; sin embargo, también resultó con un nivel de significancia la categoría de derecha (1.205*). ¿Cómo se puede entender esto? No es posible especular por la aún poca evidencia y poco desarrollo que existen acerca de esta variable en México. Finalmente los resultados obtenidos, al menos en este trabajo, arrojan evidencia en el sentido de que sí debe tomarse en cuenta esta variable, más allá de si realmente los jóvenes y los mexicanos en general tienen tendencias ideológicas consolidadas.

²⁵ Encuesta de salida realizada por el CIDE, 2014. Consulta a base de datos en SPSS el 28 de marzo de 2014: <<http://www.biiacs.cide.edu/>>.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Una herramienta de alto valor en el campo del comportamiento electoral es la ENCPJ 2012, ya que generó una base de datos única en su tipo para nuestro país, y en particular para los objetivos que se plantearon en este trabajo, que permitieron realizar una serie de análisis estadísticos para encontrar rasgos generales de una dimensión importante del comportamiento electoral: la identificación partidaria de los jóvenes urbanos mexicanos. El estudio de la identificación partidaria se encuentra en el centro de las diversas preguntas que a menudo se realizan para tratar de entender el comportamiento político de los ciudadanos. En este sentido la identificación partidaria de los jóvenes representa un reto analítico pues se trata de captar actitudes políticas que están en proceso de formación.

Uno de los objetivos que se planteó esta investigación fue superar algunos de los principales problemas que se tienen al momento de medir esta actitud, pues desde el diseño de la propia ENCPJ 2012, no se estaba pensando en medir a la identificación partidaria de los jóvenes de manera tradicional, sino que se exploraron las diversas dimensiones empíricas de este vínculo afectivo entre jóvenes y partidos políticos. Esto llevó a revisar y repensar la teoría ya clásica sobre este enfoque. Y de igual manera, aunque de forma breve, se revisó el concepto de juventud en el contexto del mundo de la política, pues son evidentemente parte central del estudio.

En consecuencia, lo que se obtuvo es que el desafío metodológico era, por decirlo de alguna forma, doble, pues por un lado se buscaba mejorar la medición de una actitud política tan especial como la identificación en una población muy diversa. Además de que se encontraba, la juventud, en un contexto especial de efervescencia como fueron las elecciones presidenciales de 2012.

De acuerdo a las diferentes interpretaciones estadísticas (análisis de tablas de contingencia, análisis de correspondencia múltiple y modelos de regresión) se pudo pulsar el peso que tienen una serie de factores que en buena medida construyen una identidad partidaria en los jóvenes.

De los análisis realizados se lograron destacar características importantes de la identificación partidaria de la población estudiada. Primero, el hallazgo de que existen diferencias entre los jóvenes que se identifican con los partidos PAN, PRI y PRD: hay una identidad clara entre cada uno de ellos al observar independencia en cada una de las categorías. En otras palabras, existen contenidos y características distintivas entre lo que es ser simpatizante de cada uno de los tres principales partidos políticos en México. El hecho de encontrar en este grupo de edad ya ciertos perfiles partidistas habla de la continuidad que hay de las prácticas políticas (de una generación a otra). Incluso el hecho de que la mayoría de los jóvenes urbanos entrevistados se agrupen en las tres principales fuerzas partidistas puede ayudar a entender la composición del sistema de partidos al permitir o no el surgimiento de nuevas fuerzas políticas.

Un segundo hallazgo es que los jóvenes que no se identifican con ningún partido político, los llamados independientes, también se encuentran separados de los jóvenes que se identifican con algún partido político. Este conjunto de jóvenes por sí mismo representa un reto analítico para futuras investigaciones, pues representa el mayor grupo de jóvenes, lo que puede determinar en buena medida que en las futuras elecciones estos jóvenes se caractericen más por un voto volátil, o bien, sean más propensos a abstenerse de participar. En todo caso, los independientes representan en sí mismos un problema de estudio, pues esta independencia, como se observó en el desarrollo del capítulo, se traduce en diferentes comportamientos que pueden ser contradictorios y

no es fácil hacer una generalización de que reflejan un alejamiento de lo político y de los procesos electorales, pues también hay jóvenes que optan por vías no institucionales para actuar políticamente.

Un tercer hallazgo, de acuerdo al análisis de correspondencia realizado, es que los jóvenes priistas y panistas comparten ciertas características, como por ejemplo la ideología (centro-derecha), quedando claramente diferenciados bajo esta variable los jóvenes perredistas (izquierda). De manera clara aquí también se abre otra agenda de estudio, pues la ideología en México es difícil de medir y, por lo tanto, explicar sus implicaciones electorales.

En cuarto lugar, el peso de los padres confirma la importancia que tienen como agentes que forman las actitudes políticas de sus hijos. El reto en este sentido es seguir analizando con diversas estrategias metodológicas las implicaciones de esta influencia.

Un quinto punto importante a destacar es el conjunto de variables que hablan de una interacción directa entre jóvenes y partidos políticos, como la práctica del voto, que resultan muy significativas para entender la identificación partidaria: una probable interpretación es que si los jóvenes reiteran el sentido de su voto en futuras elecciones estarían afianzando, consolidando, su identidad partidaria. Asimismo, la figura del candidato, la cual podría restarle peso al partido político, también aporta para entender este vínculo de los jóvenes con los partidos políticos.

Debe señalarse también que el proceso de investigación permitió definir el peso de las variables de acuerdo a su naturaleza o contexto: social y político. Hacer esta separación permite entender cómo cada ambiente influye en la construcción de la identificación de los jóvenes, y hasta cierto punto de qué manera lo hace teniendo cierto conjunto de variables que de acuerdo a las herramientas estadísticas son significativas.

Para finalizar, la investigación estuvo basada en los datos de la ENCPJ 2012, una encuesta única por sus características, y por ende los datos que ofrece son valiosos para diversos campos de la ciencia política. En este sentido, el análisis ofrecido en este capítulo representa un avance para entender la relación entre jóvenes y partidos políticos, una relación que reviste una gran importancia porque de la naturaleza de ésta dependerá en buena medida el desarrollo de los procesos electorales, la conformación y consolidación del sistema de partidos, e incluso la posibilidad de consolidación del sistema político democrático en México.

BIBLIOGRAFÍA

- ABRAMSON, Paul (1983), *Las actitudes políticas en Norteamérica*, Buenos Aires, Grupo Editorial Latinoamericano.
- AGRESTI, A. (2002), *Categorical Data Analysis*, 2a. ed., Nueva York, John Willey & Sons.
- AGUILAR LÓPEZ, Jesús (2008), “Identificación partidaria: apuntes teóricos para su estudio”, *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, vol. 4, núm. 2, pp. 15-46.
- (2013), “La participación de los jóvenes como candidatos al Poder Legislativo en el proceso electoral de 2012”, *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, vol. 9, núm. 2, pp. 79-112.
- (2015), “Identificación partidaria de los jóvenes mexicanos en el proceso electoral 2012”, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, Nueva Época, año LX, núm. 223, enero-abril, pp. 95-132.
- ALONSO, Jorge (2013), “Cómo escapar de la cárcel de lo electoral: el Movimiento #YoSoy132”, *Desacatos. Revista de Antropología Social*, núm. 42, mayo-agosto, pp. 17-40.
- ANDERSEN, E. (1994), *The Statistical Analysis of Categorical Data*, 3a. ed. Nueva York, Springer-Verlag.
- BELTRÁN, Ulises (2009), “Ideología y polarización en la elección de

- 2006”, *Política y Gobierno*, volumen temático *Elecciones en México*, pp. 83-106.
- BOURDIEU, Pierre (1990), “La ‘juventud’ no es más que una palabra”, *Sociología y cultura*, México, Comisión Nacional de Cultura y Artes/Grijalbo, pp. 163-173.
- BUDGE, Ian, Ivor CREWE y Dennis J. FARLIE (2010), *Party Identification and Beyond. Representations of Voting and Party Competition*, Reino Unido, ECPR Press.
- CAMPBELL, Angus, Philip E. CONVERSE, Warren E. MILLER y Donald E. STOKERS (1960), *The American Voter*, Chicago y Londres, The University of Chicago Press.
- CASSEL, Carlo A. (1982), “Predicting Party Identification, 1956-1980: Who are the Republicans and who are the Democrats?”, *Political Behavior*, vol. 4, núm. 3, pp. 265-282.
- CASTILLO, Antonio M. Jaime (2000), “Familia y socialización política: la transmisión de orientaciones ideológicas en el seno de la familia española”, *REIS*, núm. 92, pp. 71-92.
- CONVERSE, Philip (1969), “Of time and Partisian Stability”, *Comparative Political Studies*, vol. 2, pp. 139-171.
- CUNA PÉREZ, Enrique (2012), “Ciudadanía social y juventud en México: crisis, exclusión y desinterés del gobierno de Felipe Calderón, 2006-2010”, en María Eugenia VALDÉS VEGA (coord.), *Los problemas nacionales durante el gobierno de Felipe Calderón*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa/Miguel Ángel Porrúa, pp. 107-144.
- DALTON, Russell (2013), *The Apartisan American. Dealignment and Changing Electoral Politics*, Washington, DC, Sage, CQ-Press.
- DINAS, Elias (2014), “Does Choice Bring Loyalty? Electoral Participation and the Development of Party Identification”, *American Journal of Political Science*, vol. 58, núm. 2, abril, pp. 449-465.
- DURAND PONTE, Víctor Manuel y Marcia SMITH MARTINS (1997), “La educación y la cultura política en México: una relación agotada”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 59, núm. 2, pp. 41-74.
- El Colegio de México y Berumen (2013), “Reporte metodológico y de campo de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política de Jóvenes 2012”, en Instituto Nacional Electoral, Centro para

el Desarrollo Democrático. Disponible en: <http://www.ife.org.mx/portal/site/ifev2/Detalle_Acerca_del_IFE_CDD/?vgnnextoid=ef492ceebf655210VgnVCM1000000c68000aRCRD>. Consulta-
do el 28 de marzo de 2014.

ERIKSON, Robert S., Michael B. MACKUEN y James A. STIMSON (2006), *The Macro Polity*, Nueva York, Cambridge University Press.

ESTRADA LUIS (2006), “Determinantes y características de los independientes en México”, *Política y Gobierno*, vol. XIII, núm. 1, primer semestre de 2006, pp. 149-173.

FEIXA PAMPOLS, Carles (1999), *El reloj de arena*, México, Secretaría de Educación Pública, Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud.

FERNÁNDEZ PONCELA, Anna M. (2003), *Cultura política y jóvenes en el umbral del nuevo milenio*, México, Instituto Mexicano de la Juventud.

FUNES, María Jesús (1999), “Jóvenes y acción voluntaria. La edad como factor condicionante en la acción participativa”, *Revista de estudios de juventud*, núm. 45, junio, España, Instituto de la Juventud, Ministerio de Trabajos Sociales, pp. 87-102.

GÓMEZ TAGLE, Silvia (2009), *¿Cuántos votos necesita la democracia? La participación electoral en México 1961-2006*, México, Instituto Federal Electoral.

GÓMEZ TAGLE, Silvia y María Eugenia VALDÉS VEGA (coords.) (2000), *La geografía del poder y las elecciones en México*, México, Instituto Federal Electoral/Plaza y Valdés.

GREENACRE, M. y R. PARDO (2006), “Subset Correspondence Analysis: Visualizing Relationships Among a Selected set of Response Categories from a Questionnaire Survey”, *Sociological Methods & Research*, vol. 35, pp. 193-218.

——— (2007), *Correspondence Analysis in Practice*, 2a. ed., Nueva York, Chapman & Hall.

GROENDYK, Eric W. (2013), *Competing Motives in the Partisan Mind. How Loyalty and Responsiveness Shape Party Identification and Democracy*, Nueva York, Oxford University Press.

GUARDADO RODRÍGUEZ, Jenny (2009), “La identidad partidaria en México. Las dimensiones políticas de la competencia en las

- elecciones presidenciales de 2000 y 2006”, *Política y Gobierno*, volumen temático, *Elecciones en México*, pp. 137-175.
- GUINOT, C. *et al.* (2001), “Use of Multiple Correspondence Analysis and Cluster Analysis to Study Dietary Behavior: Food Consumption Questionnaire in the SU.VI.MAX Cohort”, *European Journal of Epidemiology*, vol. 17, núm. 6, pp. 505-516.
- HARROP, M. y W. MILLER (1987), *Elections and Voters*, Nueva York, McMillan Press.
- HESS, Robert D. y Judith V. TORNEY (2009), *The Development of Political Attitudes in Children*, Chicago, Aldine.
- JENNINGS, M. Kent y Richard G. NIEMI (1968), “The Transmission of Political Values from Parent to Child”, *The American Political Science Review*, núm. 62, pp. 169-184.
- (1974), *The Political Character of Adolescence*, Princeton, Princeton University Press.
- LEMESHOW, S. y D. HOSMER (2000), *Applied Logistic Regression*, 2a. ed., Nueva York, John Wiley & Sons.
- LEVI, Giovanni y Jean-Claude SCHMITT (1996), *Historia de los jóvenes* (tomo II), España, Taurus.
- MARGULIS, Mario y Marcelo URRESTI (1998), “La construcción social de la condición de juventud”, M. MARGULIS *et al.*, “*Viviendo a toda*”: *Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Santa Fé de Bogotá, Colombia, Universidad Central DIUC, pp. 3-21.
- MARTÍNEZ VILCHIS, José (2013), “Juventud y Política: fortalecimiento de una democracia incluyente”, *Espacios Públicos*, vol. 16, núm. 38, septiembre-diciembre, pp. 9-21.
- MILLER, WARREN E., y J. MERRIL SHANKS (1996), *The New American Voter*, Cambridge, Harvard University Press.
- MORENO, Alejandro (2009), *La decisión electoral. Votantes, partidos y democracia en México*, México, H. Cámara de Diputados LX Legislatura/Miguel Ángel Porrúa.
- (2003), *El votante mexicano*, México, Fondo de Cultura Económica.
- MORENO, Alejandro y Patricia MÉNDEZ (2007), “La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México”, *Política y Gobierno*, vol. XIV, núm. 1, primer semestre, pp. 43-75.

- PACHECO MÉNDEZ, Guadalupe (2000), *Caleidoscopio electoral. Elecciones en México, 1979-1997*, México, Fondo de Cultura Económica.
- SOMUNAO, María Fernanda (2014), “Las identidades partidistas de los mexicanos y la elección de 2012”, en Gustavo MEIXUEIRO y Alejandro MORENO, *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*, México, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, ITAM.
- SOMUNAO Ventura, Ma. Fernanda y Reynaldo Yunuen ORTEGA ORTIZ (2003), “La identificación partidista de los mexicanos y el cambio electoral, 1994-2000”, *Foro Internacional*, vol. 43, núm. 1 (171), enero-marzo, pp. 10-38.
- TAGUENCA BELMONTE, Juan Antonio y Bernabé LUGO NERIA (2011), “Percepción de la democracia de los jóvenes mexicanos”, *Política y Gobierno*, vol. XVIII, segundo semestre, pp. 179-230.
- URTEAGA, Maritza (2011), *La construcción juvenil de la realidad. Jóvenes mexicanos contemporáneos*, México, Universidad Autónoma Metropolitana/Juan Pablos Editores.
- WOLDENBERG, José, Pedro SALAZAR y Ricardo BECERRA (2001), *La mecánica del cambio político en México*, México, Cal y Arena.

¿COMUNICANDO DESAFECCIÓN?
EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Y LAS CAMPAÑAS EN EL COMPROMISO CÍVICO
DE LA JUVENTUD EN 2012

ONIEL FRANCISCO DÍAZ JIMÉNEZ*
CARLOS MUÑIZ**

INTRODUCCIÓN

Al igual que otros actores, como la familia o la escuela, los medios de comunicación y las campañas electorales cumplen con un papel relevante en los procesos de socialización y aprendizaje político de los ciudadanos en las democracias contemporáneas. Sin embargo, existe un intenso debate teórico acerca de los efectos de los mensajes de los medios de

* Doctor en Ciencia Política y Estudios Internacionales por la Universidad de Birmingham, Reino Unido. Profesor-investigador en el Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno, en la División de Derecho, Política y Gobierno de la Universidad de Guanajuato. Líneas de investigación: Gobierno y política comparada, Métodos cuantitativos y cualitativos de investigación, Elecciones, partidos políticos y sistemas de partidos, Comunicación política y opinión pública. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores (nivel 1). Correo electrónico: <oniel.diaz@ugto.com>.

** Doctor en Comunicación por la Universidad de Salamanca, España. Profesor titular de la Facultad de Ciencias Políticas y Administración Pública de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Es coordinador del Laboratorio de Comunicación Política (Lacop). Línea principal de investigación: Efectos de los contenidos mediáticos. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores (nivel 1). Correo electrónico: <carlos.munizm@uanl.mx>.

comunicación y de las campañas en las actitudes y el comportamiento político de los ciudadanos. Por un lado, las teorías del malestar mediático sostienen que existe un impacto negativo de dichos mensajes sobre las actitudes políticas cívicas de la ciudadanía, mientras que las teorías de la movilización cognitiva hablan de un efecto positivo y benéfico sobre el compromiso cívico. Empero, la mayoría de las investigaciones se han centrado en las democracias avanzadas, sin analizar si las suposiciones de la movilización y las teorías del malestar tienen sustento en el contexto de democracias en desarrollo, como la mexicana. El presente capítulo abordará ambas posturas a la luz de los datos de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes (ENCPJ 2012), realizada por El Colegio de México (Colmex). El objetivo del estudio es evaluar el impacto de diversos tipos de exposición a medios y a mensajes de campaña sobre las actitudes y la participación política de los jóvenes durante la elección de 2012.

Consideramos que el análisis de los efectos de los medios y de las campañas en democracias emergentes como la mexicana es relevante ya que, en contraste con el modelo de los “efectos limitados” acerca de la influencia de los mensajes mediáticos en el comportamiento político, investigaciones recientes muestran que los resultados de las campañas y de los medios sobre las actitudes y el comportamiento político de los mexicanos son significativos y sustanciales debido a características específicas del contexto político e informativo, el cual se caracteriza por elevados niveles de concentración mediática, limitadas fuentes de información política, patrones de consumo mediático predominantemente orientados hacia el entretenimiento entre las audiencias, así como por la ausencia de fuertes lealtades partidistas entre el electorado.

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES

Chaffee define a las campañas electorales como “esfuerzos organizados de operaciones de comunicación para conseguir un objetivo político, a través de las cuales se busca influir, persuadir y movilizar al electorado” (1981: 182). Las campañas electorales cumplen diversas funciones relevantes en las democracias contemporáneas al incrementar el flujo y los niveles de información e interés político de las personas sobre diversos temas relevantes de políticas públicas. Las campañas también pueden movilizar a los ciudadanos para que se involucren en el proceso electoral de diferentes maneras; por ejemplo, éstos buscan en los medios noticias sobre los eventos de los candidatos; discuten con sus familiares o amigos los temas que éstas proponen; asisten a eventos organizados por los equipos de los candidatos; donan dinero para financiarlas, y en ocasiones se unen a ellas como activistas. En la medida en que los ciudadanos se informan y se interesan más por los eventos de las campañas, es más probable que voten el día de la elección. Las campañas son fenómenos complejos y multidimensionales; en este sentido, autores como Pippa Norris (2002a: 127, 2005: 5) y De Vreese (2010: 120) proponen un modelo analítico de cuatro elementos para clarificar su estudio: 1) el ambiente contextual, conformado por el marco regulatorio, la estructura del sistema de medios de comunicación y del sistema de partidos dentro de cada país; 2) las organizaciones de campaña (partidos y candidatos), con los objetivos estratégicos que éstas intentan comunicar al electorado; 3) los canales de comunicación basados en el contacto directo con la gente (*traditional people-intensive channels*), en los medios masivos (*modern broadcasting channels*) y en internet (*internet channels*), empleados por estas organizaciones para transmitir sus mensajes políti-

cos, y 4) los efectos de estos mensajes en los públicos objetivo (figura 1).¹

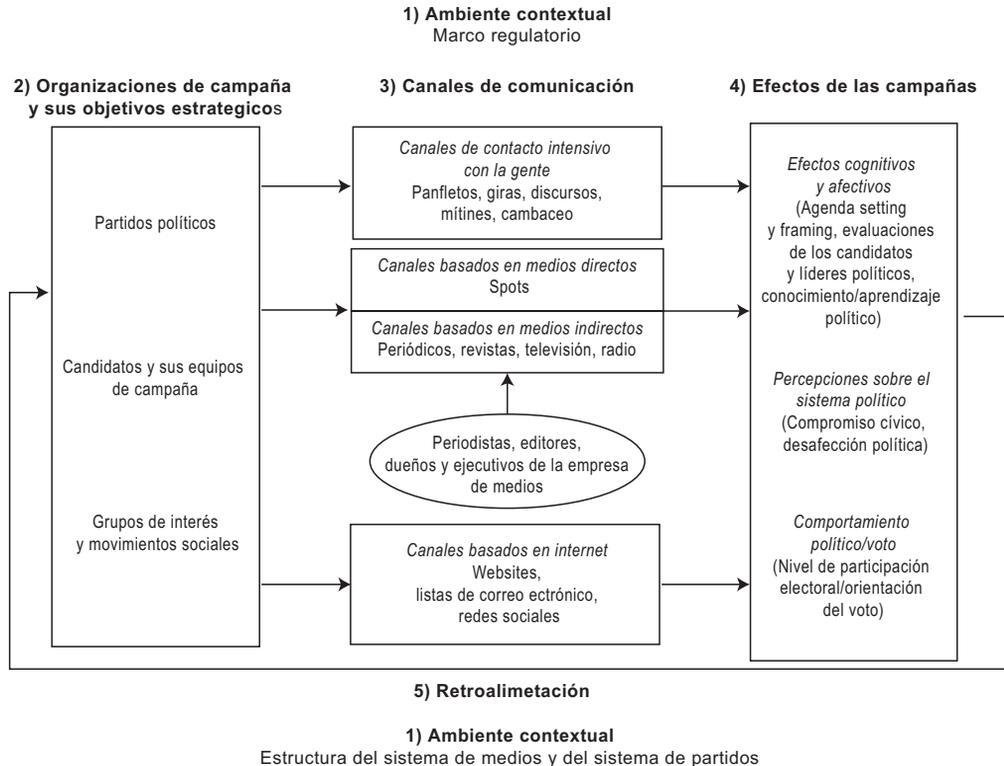
No obstante la relevancia de todas las áreas de análisis mencionadas, el estudio de los efectos de las campañas es, quizás, el área que más interés ha despertado tanto en la ciencia política como en los estudios de comunicación de masas (Bryant y Zillmann, 1994; Farrell y Schmitt-Beck, 2002; Brady y Johnston, 2006). Con el fin de clarificar el análisis de los efectos de las comunicaciones de campaña, Claes H. de Vreese (2010) ofrece una tipología que los divide en cognitivos y afectivos (efectos sobre el conocimiento/aprendizaje político, de *agenda-setting* y *framing*, y sobre las evaluaciones de los líderes políticos); aquellos relacionados con las actitudes de las personas hacia el sistema político (eficacia política y cinismo político) y, por último, los que actúan sobre el comportamiento político (involucramiento político, la participación electoral y la orientación del voto) (cuadro 1). Este trabajo se centra en los efectos de las comunicaciones de campaña sobre un conjunto de comportamientos y actitudes políticas de los mexicanos en la elección presidencial de 2012, usualmente etiquetados bajo el concepto de compromiso cívico en la literatura especializada.

LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS Y LAS CAMPAÑAS EN MÉXICO

Al igual que en muchas democracias avanzadas y emergentes alrededor del mundo (véase Bowler y Farrell, 1992; Butler

¹ En función de la efectividad de las campañas, se puede estudiar un quinto elemento conocido como “circuito de retroalimentación dinámica”, relativo a la forma en que las organizaciones aprenden de las respuestas de su público objetivo y, en consecuencia, ajustan sus objetivos y estrategias (Norris, 2002: 127).

Figura 1. Modelo de comunicaciones de campaña y su ambiente contextual



[225]

Fuente: Adaptado de Norris (2002a: 127; 2005: 5) y De Vreese (2010: 120).

Cuadro 1. Una tipología de los efectos de los medios y las campañas

	<i>Efectos cognitivos y afectivos</i>	<i>Percepciones del sistema político</i>	<i>Comportamiento político</i>
<i>Agenda-setting y framing</i>	×		
Evaluaciones de los líderes políticos	×		
Aprendizaje/Conocimiento político	×		
Desafección política		×	
Eficacia política		×	
Involucramiento político			×
Participación política			×
Orientación del voto			×

Fuente: Adaptado de De Vreese (2010: 120).

y Ranney, 1992; Swanson y Mancini, 1996; Gunther y Mughan, 2000; Plasser y Plasser, 2002; Schafferer, 2006; Schmitt-Beck, 2007), los medios de comunicación, en particular la televisión, juegan un papel cada vez más relevante como intermediarios electorales entre partidos y votantes en México. Por esta razón, los principales partidos políticos han profesionalizado sus tácticas y estrategias de campaña durante la transición democrática (Wallis, 2001; Langston y Benton, 2009; Díaz Jiménez, 2015), adoptando un modelo híbrido que combina prácticas tradicionales basadas en el contacto directo con los votantes (*people-intensive campaigning*), características del periodo autoritario de partido dominante,² con técnicas más modernas centradas en el uso de consultores políticos profesionales, la investigación de la opinión pública, internet y medios de comunicación de masas (*media-intensive campaigning*), sobre todo en elecciones presidenciales.

Aunque los efectos de las comunicaciones de campaña basadas en medios constituyen aún un tema que genera amplio debate entre los estudiosos de la comunicación política y del comportamiento electoral, numerosos estudios demuestran que el modelo de los “efectos limitados”, que influyó fuertemente en la investigación sobre el impacto de los medios y de las campañas en el comportamiento político en democracias establecidas, puede no ser del todo adecuado para explicar el impacto de los medios y las comunicaciones de campaña en nuevas democracias como la mexicana, caracterizadas por bajos niveles de identificación partidista, alta concentración mediática y limitadas fuentes de información política para los ciudadanos (Lawson, 1999, 2002, 2004a, 2004b; Moreno, 1999, 2002, 2004, 2009a, 2009b; Poiré,

² Por ejemplo, giras de eventos masivos de varios meses por los estados de la República (Lomnitz *et al.*, 2010) y tácticas de movilización electoral sustentadas en redes de intercambio clientelar.

1999; Lawson y McCann, 2005; Beltrán, 2007; Valenzuela y McCombs, 2007; Flores-Macías, 2009; Greene, 2009; Valdivia y Beltrán, 2009).

No obstante, al igual que en el caso estadounidense, los hallazgos de tales estudios son aún contradictorios: mientras unas investigaciones muestran efectos significativos y sustanciales de las comunicaciones de campaña en las actitudes y el comportamiento político, otros análisis difieren en cuanto a la existencia o la magnitud de tales efectos. Asimismo, algunas áreas de la investigación han sido poco desarrolladas, como el efecto de las comunicaciones de campaña sobre dimensiones relevantes del compromiso cívico de los mexicanos, incluyendo sus niveles de participación electoral, participación comunitaria, conocimiento político, confianza y eficacia políticas.

COMUNICACIONES DE CAMPAÑA Y COMPROMISO CÍVICO EN MÉXICO

Una creciente literatura en comunicación política tiene que ver con la modernización y la mediatización de las comunicaciones de campaña contemporáneas (Farrell, 1996; Swanson y Mancini, 1996; Norris, 2002a), y sus efectos sobre la participación y el compromiso cívico de los ciudadanos (Norris *et al.*, 1999; Newton, 1999; Norris, 2000a y b, 2001, 2002c). No hay un acuerdo entre los expertos en cultura y participación política sobre el significado y el contenido del concepto de compromiso cívico (o compromiso político), pero por lo general se entiende como un conjunto bastante amplio y multidimensional de actitudes y comportamientos que incluyen:

lo que la gente sabe acerca de la política, sus vínculos de capital social (medido por la confianza social y la membresía en

organizaciones), su apoyo al sistema político (incluyendo actitudes como la eficacia política y la confianza en el gobierno), y los tipos más comunes de activismo político (incluyendo la discusión política, la participación electoral y el activismo en las campañas) (Norris, 2002c: 3).

En su revisión de los patrones de compromiso cívico y la participación ciudadana en México, desde una perspectiva comparada, Pippa Norris (2002b) señala que, en comparación con otros países de América Latina, el caso mexicano mostraba un promedio relativamente bajo de participación electoral durante los años noventa. Respecto a los indicadores de capital social, los mexicanos exhibían un nivel de involucramiento moderadamente activo (superior al promedio en América Latina) en asociaciones de afiliación voluntaria y organizaciones comunitarias, pero un bajo nivel de confianza interpersonal, así como una confianza moderada en las instituciones políticas, poca fe en los ideales democráticos y bajos niveles de aprobación del desempeño de la democracia. La autora concluyó que aún estaba por verse la capacidad que, en décadas futuras, tendrían las tendencias en el largo plazo del desarrollo humano y los cambios institucionales experimentados en el país como parte del proceso de democratización, incluyendo la creciente competencia electoral y partidista, la alternancia en el gobierno, una presidencia más acotada, entre otros, en generar una renovación del compromiso cívico, la participación ciudadana y la confianza en el proceso político entre la población mexicana, particularmente en las generaciones más jóvenes. Sin embargo, a poco más de una década del análisis de Norris, la situación no parece haber cambiado sustancialmente.

Estudios recientes, como la Encuesta Nacional sobre Calidad de la Ciudadanía, IFE, 2013 (INE, 2014), dan cuenta de los aún limitados niveles de compromiso cívico y partici-

pación ciudadana de los mexicanos. Respecto al capital social, casi la mitad de los encuestados respondió que no pertenecía, ni ha pertenecido, a alguna organización/asociación de ningún tipo. El nivel de confianza interpersonal sigue siendo bajo, así como también lo es la confianza en instituciones políticas y sociales. Sólo 27% de los encuestados dijo que se podía confiar en la mayoría de las personas y, en general, el nivel de confianza hacia las instituciones/organizaciones políticas y sociales no supera 50% de los encuestados, salvo tres casos: el ejército (62%), los maestros (56%) y las iglesias (55%). En cuanto a la eficacia política externa, poco más de 72% de la población cree que sus opiniones no les importan a los políticos, y 71% está en desacuerdo con la frase: “la gente como yo tiene influencia sobre lo que hace el gobierno”. Finalmente, pese a que 53% de la población mexicana prefiere la democracia sobre otras formas de gobierno (un decremento de 5 puntos respecto a la medición de la ENCPJ 2012), el país aún se encuentra por debajo del promedio de apoyo a la democracia en comparación con otros países de América Latina, así como en relación con otras democracias, tanto consolidadas como en proceso de consolidación (INE, 2014). El problema de la baja calidad de la ciudadanía parece ser un fenómeno generalizado entre la población mexicana, dado que hay pocas diferencias entre los jóvenes menores a 25 años de edad y el resto de la población con respecto a sus patrones de compromiso cívico (Reimers y Cárdenas, 2010) (véase también Vivero Ávila y Díaz Jiménez en este volumen). No obstante, los bajos niveles de involucramiento político son más preocupantes en el caso de los jóvenes porque, a diferencia de las generaciones de mayor edad, que fueron socializadas políticamente bajo el régimen autoritario del PRI, estos fueron políticamente socializados durante la etapa final de la transición democrática o bien durante la era plenamente competitiva y multipartidista del sistema de partidos.

Por ejemplo, de acuerdo con la Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012 (ENCUP, 2012), la mayoría de los entrevistados (65%) declararon tener poco interés en la política, cifra que aumentó con respecto a la encuesta anterior. La situación es aún más preocupante en el caso de la población joven de 18 a 29 años: 67% muestra poco interés en la política, 17% manifiesta no tener ningún interés, y sólo 15% se interesa en temas políticos. Estos números son muy similares a los mostrados por otros estudios de opinión pública como la Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012, según la cual 89.6% de los encuestados dijo estar poco o nada interesado en la política y 37.4% afirmó que no confiaba en los políticos porque son deshonestos.

Por su parte, la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) muestra que sólo 1% de los encuestados se interesa por las secciones de política en los diarios, los cuales son utilizados principalmente con fines de entretenimiento. En lo que respecta a su participación en organizaciones sociales, entre 90 y 97% jamás ha formado parte de organizaciones culturales, estudiantiles, deportivas, religiosas, de partidos políticos o sindicatos (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013). Con respecto a su participación electoral, 86% considera que el voto es poco o nada efectivo como forma de presionar a las autoridades. De acuerdo con datos oficiales del IFE sobre la participación electoral en la elección presidencial de 2012, la población mayor a 80 años y la población joven de 20 a 29 años son quienes menos asistieron a las urnas (49.56 y 53.11% de participación electoral, respectivamente) (INE, 2014).³ Otros estudios muestran que los niveles de compromiso cívico entre los jóvenes mexicanos se han mantenido bajos pero estables, sobre todo

³ La excepción entre la población joven la constituyen sólo aquellos de 18 a 19 años que votaron por primera vez en esa elección, con una tasa de participación electoral de 62% (INE, 2014).

respecto a las formas de participación política más allá del ámbito electoral. No obstante, sus niveles de satisfacción con la democracia han declinado ligeramente en el periodo de 2001 a 2008, así como la confianza hacia las instituciones políticas como la presidencia, los gobernadores y alcaldes y la policía (Reimers y Cárdenas, 2010).

Los bajos niveles de compromiso político entre la juventud no son un problema exclusivo del contexto mexicano. Por ejemplo, Delli Carpini (2000) señala un declive significativo en el compromiso cívico de los jóvenes en Estados Unidos. En comparación con los segmentos poblacionales de mayor edad o con los adultos jóvenes de épocas anteriores, los jóvenes estadounidenses de hoy (18-29 años) son significativamente menos confiados de sus conciudadanos, menos interesados en política o en asuntos públicos, están menos satisfechos con el funcionamiento de la democracia, son menos concedores de las instituciones y los procesos políticos, y menos propensos a leer un periódico o ver las noticias, menos probables de registrarse para votar, menos propensos a participar en la política más allá de votar, menos atraídos a colaborar con organizaciones comunitarias diseñadas para solucionar problemas públicos a través de la acción colectiva o el proceso de formulación de políticas públicas y, en general, menos probables de conectar los esfuerzos individuales para ayudar a resolver problemas públicos con formas de acción colectiva y de participación cívica más tradicionales.

Las causas que subyacen al deterioro generalizado en el compromiso cívico y la participación ciudadana son diversas, complejas y multidimensionales (para una revisión de los factores que inciden en la desafección política véase Hay, 2007). Diversos estudios han apuntado hacia una plétora de factores que han contribuido a este fenómeno, entre los que destacan:

[las] experiencias muy arraigadas de la gran depresión y de las dos guerras mundiales que afectaron los años formativos

de las generaciones anteriores y posteriores a la guerra; el proceso de globalización que erosiona las facultades y la autonomía del Estado-nación; la atención de los medios de comunicación a los escándalos que corroen la fe y la confianza en las instituciones tradicionales y las figuras representativas de la autoridad; el fin de las enormes divisiones ideológicas entre izquierda y derecha en los principales partidos con el fin de la guerra fría, la ‘muerte del socialismo’ y el surgimiento de los partidos *catch-all*; la proliferación de grupos y causas con un objetivo único que generan la fragmentación de las demandas y las agendas políticas multidimensionales en el sistema político y dificultan que el gobierno satisfaga los intereses diversos; y las mayores expectativas de la ciudadanía y la falta de resultados del gobierno para cumplir estas expectativas en la prestación de los servicios básicos (Norris, 2002b: 4).

TEORÍAS ACERCA DEL IMPACTO DE LOS MEDIOS Y LAS CAMPAÑAS SOBRE EL COMPROMISO CÍVICO

El impacto de la exposición a los medios y a las comunicaciones de campaña modernas en el compromiso y la participación cívica de los ciudadanos es un tema que genera amplio debate y constituye una agenda de investigación en desarrollo. Dos perspectivas teóricas contrarias han ofrecido explicaciones al respecto: las teorías del “malestar mediático” (*media malaise*) o “videomalestar” (*videomalaise*), y las teorías de la movilización (*mobilisation theories*).

Teorías del malestar mediático

El enfoque teórico del *media malaise* sostiene que la exposición a los medios de comunicación en general, sobre todo al entretenimiento en televisión, así como a comunicaciones

de campaña que implican personalización y negatividad (tanto en la publicidad política como en la cobertura informativa de las elecciones) tienen un impacto negativo en el compromiso cívico y producen desafección política, entendida como un creciente cinismo, alienación y disminución de la confianza en el gobierno y en la política por parte de los ciudadanos. Esta perspectiva teórica tuvo sus orígenes en Estados Unidos, en los trabajos de Kurt Lang y Gladys Lang (1966) y Michael Robinson (1976). Los Lang señalaron el declive del compromiso político de los ciudadanos en Estados Unidos como proceso paralelo a la expansión y la consolidación de la televisión como fuente predominante de información política. Una década más tarde, Robinson propondría el término *videomalaise* (videomalestar) para nombrar los efectos negativos de la preferencia por la televisión sobre la prensa escrita como medio de información política para los estadounidenses.

De acuerdo con Robinson, la cobertura informativa (en especial la televisiva) de los asuntos públicos, con un marcado sesgo negativo y antiinstitucional, tenía un impacto negativo en dimensiones centrales del compromiso político de los ciudadanos, particularmente en la confianza política y la eficacia política interna, con lo cual tendía a producir ciudadanos políticamente desafectos. Posteriormente, diversas investigaciones han profundizado en las consecuencias negativas de los cambios en la comunicación política en Estados Unidos sobre el compromiso político de los ciudadanos en ese país (Patterson, 1993; Cappella y Jamieson, 1997; Cappella, 2002). De acuerdo con estos estudios, tendencias modernas en la cobertura informativa —sobre todo durante las campañas electorales—, como resultado del proceso de desregulación y liberalización del sistema de medios norteamericano, tales como el encuadre (*framing*) estratégico, realizado con un enfoque interpretativo más que descriptivo, proyectan la competencia política como una ca-

rrera de caballos (*horse-race*), resaltan los aspectos negativos de los candidatos por encima de sus méritos y cualidades, y se enfocan en los eventos y las controversias de campaña, los escándalos políticos, en lugar de en sus propuestas y temas de política pública (*issue frame*), y están relacionados con el declive en los niveles de compromiso político de los ciudadanos observados en Estados Unidos (Patterson, 1993; Cappella, 2002).⁴

Los estudios desde este enfoque son muy diversos. Algunos trabajos analizan los efectos de los encuadres estratégicos y la creciente negatividad de la cobertura informativa de la política en la confianza política (Robinson, 1976; Patterson, 1993; Sabato, 1993; Kerbel, 1995; Cappella y Jamieson, 1997; Fallows, 1997), y las imágenes negativas del gobierno y la política, que son predominantes en el entretenimiento mediático (Lichter *et al.*, 1999; Lichter *et al.*, 2000); otros se centran en el impacto de la publicidad negativa en la participación político-electoral (Ansolabehere e Iyengar, 1995), y otros más se enfocan en los efectos negativos del entretenimiento televisivo en el capital social de las personas (Putnam, 1995, 2000) (para una profunda revisión de la literatura véase Delli Carpini, 2004).⁵

⁴ Por ejemplo, mediante el uso de experimentos, Cappella y Jamieson (1997) analizaron el impacto diferenciado que el tipo de encuadre mediante el cual se presenta la información político-electoral en los medios informativos puede producir en el interés y la participación política de los ciudadanos. De acuerdo con sus análisis, la cobertura informativa desarrollada a partir del encuadre estratégico (*strategic frame*) —centrado en los aspectos negativos de la campaña, el enfrentamiento entre candidatos, los resultados de los sondeos y las encuestas de opinión, etc.—, en lugar de uno temático (*issue frame*) —centrado en las propuestas de los partidos y candidatos acerca de los asuntos y problemas públicos—, genera en los ciudadanos mayor desconfianza y cinismo político.

⁵ Cabe mencionar que aunque esta perspectiva teórica tuvo sus orígenes y ha sido desarrollada principalmente en Estados Unidos (Earl

Teorías de la movilización

Contrario a las teorías del malestar mediático, el enfoque de movilización otorga un papel positivo a la expansión de los medios de comunicación como fuentes principales de información política en las sociedades modernas. Para los teóricos de la movilización cognitiva, la expansión de los medios de comunicación, combinada con el aumento generalizado en los niveles de educación, está positivamente relacionada con la movilización política y el compromiso cívico de los ciudadanos (Holtz-Bacha, 1990; Norris, 1996, 2000b; Newton, 1999). La exposición mediática tiende a movilizar políticamente a las personas porque aumenta sus niveles de interés y conocimiento político, así como sus sensaciones subjetivas de eficacia y confianza política. El enfoque también destaca el efecto de la interacción entre variables como la educación y la exposición a los medios de comunicación (Norris, 2000a y b). Los estudios desde esta perspectiva teórica muestran, con datos analizados de Estados Unidos y Europa occidental, que la exposición a los mensajes de los medios de comunicación en general (incluyendo las noticias y diversas comunicaciones de campaña como la publicidad política, el internet, entre otros), contribuye a que los ciudadanos estén mejor documentados en términos políticos, aumenta la confianza en el gobierno y en el sistema político, y ayuda a que sean más participativos en términos electorales (Newton, 1999; Norris, 2000b, 2001, 2002c).

Bennett *et al.*, 1999; Valentino *et al.*, 2001; Avery, 2009; Hanson *et al.*, 2010), también ha sido puesta a prueba en el contexto de las democracias de Europa Occidental (Holtz-Bacha, 1990; Newton, 1999; De Vreese, 2005; De Vreese y Elenbaas, 2008; Elenbaas y De Vreese, 2008; Jackson, 2011; Pedersen, 2012) con resultados mixtos que, al igual que en el caso norteamericano, no son del todo consistentes.

Quizás la más importante de las teorías de la movilización en el campo de la comunicación política comparada sea la teoría del “círculo virtuoso” entre consumo mediático y compromiso político, debido a la evidencia empírica en la cual se sustenta (Norris, 2000b). Con base en el análisis comparativo de datos provenientes de Estados Unidos y Europa Occidental, Norris sostiene que la exposición a las comunicaciones de campaña en general no es un factor que contribuya al declive del compromiso político. Por el contrario, los ciudadanos expuestos de forma consistente a las noticias y a las comunicaciones de campaña están mejor informados políticamente, confían más en el gobierno y las instituciones políticas, y son también más participativos electoralmente.

En este sentido, la relación entre comunicaciones políticas y compromiso cívico funciona como un mecanismo circular, de doble direccionalidad, en el cual la gente con mayores niveles de interés e información política, confianza social/política, y participación política, serán los que más se expongan a los mensajes políticos provenientes de los partidos y los equipos de campaña de los candidatos, así como a la información sobre las campañas que fluye a través de los medios de comunicación impresos y electrónicos, internet y las redes sociales; a su vez, aquellos que están más expuestos a las comunicaciones de campaña se vuelven más activos y comprometidos políticamente hablando. Por su parte, es poco probable que los individuos con bajos niveles de compromiso y participación cívica se expongan a la información política y mensajes de campaña en los medios, en buena medida porque desconfían de esos contenidos mediáticos. Por lo tanto, el impacto de las comunicaciones de campaña en estos individuos no es ni positivo ni negativo, sino simplemente inexistente.

Efectos según el tipo de canal/contenido mediático

Sin embargo, la evidencia presente en otros estudios muestra que los efectos mediáticos y de las campañas en el compromiso cívico pueden depender del tipo de medio/canal de comunicación política al cual se exponga el ciudadano-elector (generalmente distinguiendo entre los medios de comunicación electrónicos e impresos), así como del tipo de contenido al cual se expongan las personas (ya sea noticias o entretenimiento). Por ejemplo, de acuerdo con Robert Putnam (1995, 2000) la exposición a noticias en los periódicos tiende a aumentar el capital social y la movilización política de los ciudadanos, en contraste con las consecuencias negativas de ver programas de entretenimiento en televisión, los cuales tienden a incrementar los niveles de desafección política. Según Putnam, el declive del activismo cívico en Estados Unidos se debe, en parte a un incremento en el número de horas que los individuos se exponen a la televisión, ya que en consecuencia reducen el tiempo para interactuar con otros individuos. En este mismo sentido, para Putnam esta variable de tiempo de exposición a la televisión ha hecho que las personas confíen menos en otros, debido a que los programas de televisión tienden a sobreestimar los aspectos negativos de la realidad (Putnam, 1995).

De manera similar, el análisis de Cristina Holtz-Bacha (1990) acerca de los efectos de la exposición a contenidos políticos y de entretenimiento en los medios de comunicación, tanto electrónicos como impresos, en la participación y las actitudes políticas de los ciudadanos en Alemania, muestra que la desafección y la baja participación política ocurría predominantemente entre aquellos individuos que se relacionaban con el entretenimiento en los medios impresos y electrónicos. En contraste, tanto el contacto con las noticias y programas informativos en televisión, como la lectura de la sección de política en los periódicos, incentiva-

ban el compromiso político. “La exposición a la información de naturaleza política, tanto en la televisión como en los medios impresos, está relacionada con una visión menos alienada de lo político y con mayores niveles de participación política. Por el contrario, la alienación y la baja participación tienden a estar asociadas con la exposición a contenidos relacionados con el entretenimiento en medios escritos y televisivos” (Holtz-Bacha, 1990: 81).

El análisis de Newton (1999) sobre el caso del Reino Unido alcanzó conclusiones similares. Su investigación ofrece evidencia de un impacto diferenciado de la exposición a la televisión según su contenido: mientras que las noticias en televisión tienden a informar y movilizar; la exposición a la televisión general mostró una asociación débil con los indicadores de desafección política. Sin embargo, el estudio también proporciona evidencia más fuerte que apoya la teoría de la movilización, debido a que la lectura de los periódicos resultó estar significativamente y muy fuertemente asociada con mayores niveles de conocimiento político, mayores niveles de interés hacia la política y comprensión de la política. De manera similar, Shah *et al.* (2001) sostienen que mientras algunos contenidos de entretenimiento provocan una disminución de la participación cívica, el uso informativo de los medios se asocia positivamente con la participación política. En resumen, de manera similar a lo que sostiene la teoría de los usos y gratificaciones de los medios (Katz *et al.*, 1974), estas investigaciones sugieren que los efectos positivos o negativos de un medio están asociados al contenido y el uso que hagan las audiencias del medio, más que con el tipo de medio *per se*.

Internet

Los estudios de los efectos del internet en el involucramiento político arrojan resultados mixtos. Mientras que para

Putnam (2000) el impacto del uso de internet es similar al de la televisión, en el sentido de erosionar más que promover el compromiso cívico, otros análisis consideran que las interacciones comunicativas a través de internet son un complemento de las interacciones personales y generan una mayor participación política (Wellman *et al.*, 2001).

Estudios sobre América Latina y México

Algunos estudios comparados de pocos países que han incluido casos de las nuevas democracias de Europa Central y Oriental y América Latina (entre los cuales no se encuentra México) tienden a apoyar las teorías de la movilización (Schmitt-Beck y Voltmer, 2007; Voltmer y Schmitt-Beck, 2006; Curran *et al.*, 2014). Algo similar ocurre con los estudios previos centrados solamente en América Latina. Por ejemplo, el estudio de Booth (2014) sobre los factores que afectan positivamente la participación comunitaria en América Latina muestran que el consumo de noticias a través de los medios de comunicación tiene un efecto positivo de movilización; los que ven, escuchan y leen noticias se involucran más en organizaciones voluntarias (organizaciones relacionadas con la escuela, organizaciones comunitarias, la Iglesia y los grupos profesionales). En este sentido la exposición a los medios de comunicación de masas parece incentivar la participación en dos sentidos: 1) el conocimiento de las noticias anima a la gente a unirse y 2) la adhesión a las organizaciones conduce a una mayor atención a los medios de comunicación.⁶ Otro estudio, cuya evidencia apoya las

⁶ Cabe señalar que el estudio de Booth (2014) hace referencia a la exposición a los medios en “general”, la cual fue analizada a partir de un índice compuesto por las preguntas: ¿Qué tan frecuentemente... 1) Escucha noticias por la radio?, 2) Mira noticias por TV; 3) Lee noticias en los periódicos y 4) Lee noticias vía internet?

teorías de la movilización es el de Díaz Domínguez (2015), el cual muestra que el consumo de noticias políticas incrementa la confianza en el gobierno. Otros análisis (Moreno, 2003, 2009b) han mostrado que la exposición a la información de las campañas también puede generar aumentos significativos en el interés, el aprendizaje y el involucramiento político de los electores en México.

Las aportaciones del caso mexicano

Desde una perspectiva de comunicación política comparada el estudio del caso mexicano resulta interesante para la literatura sobre la relación entre comunicaciones de campaña y compromiso cívico, debido a que provee evidencia empírica sobre un nuevo sistema democrático, en un campo principalmente basado en casos de democracias occidentales avanzadas, usualmente caracterizadas por diversos factores que atemperan el impacto de los medios y las campañas en las actitudes y el comportamiento político, tales como: grados considerables de institucionalización en sus sistemas de partidos, vínculos de carácter ideológico-programático entre políticos y ciudadanos, lealtades partidistas fuertes entre el electorado, diversidad de fuentes de información política y, en ocasiones, sectores de medios impresos y de radiodifusión pública fuertes.

En este sentido, el análisis del impacto de los mensajes políticos a través de distintos canales de comunicación política sobre el involucramiento político en una nueva democracia como la mexicana puede ser un estudio de caso relevante debido a que se trata de un país con un sistema de partidos con niveles de identificación partidaria que van de bajos a moderados entre la población, así como un sistema de medios predominantemente privado y altamente concentrado, particularmente en el sector de televisión

abierta, el cual ofrece una limitada pluralidad de fuentes de información para las audiencias, cuyos patrones de consumo mediático están orientados principalmente hacia el entretenimiento. Todos ellos factores que, de acuerdo con la literatura especializada, pueden favorecer efectos negativos de la exposición a los medios y a las campañas en el compromiso cívico.

CANALES DE COMUNICACIÓN EN LA CAMPAÑA PRESIDENCIAL DE 2012

Las campañas electorales implican una serie de mensajes dirigidos a grupos determinados de electores; para ello se emplean tres canales principales de comunicación política: *a)* los tradicionales, basados en el contacto directo con las personas (*people-intensive channels*); *b)* los modernos medios de comunicación de masas (*media-intensive channels*), y *c)* las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, especialmente el internet (*internet channels*) (Norris, 2005). Este estudio se centra principalmente en los efectos de los canales relacionados con el uso de medios de comunicación electrónicos (la radio, la televisión, los medios impresos) y el internet. Los partidos y candidatos tienen dos vías de acceso a los medios, una de ellas es a través de los canales directos de comunicación (también llamados controlados), por los que pueden controlar el contenido de sus mensajes (por ejemplo: *spots*). La otra forma es por medio de los llamados canales indirectos (o mediados), que ofrecen los medios de comunicación al realizar la cobertura noticiosa durante las campañas. Revisaremos a continuación el contenido y los efectos de tales canales en el contexto de la elección presidencial de 2012.

Canales indirectos (cobertura informativa en medios impresos y electrónicos)

Estudios acerca de la cobertura mediática de las campañas en la elección presidencial 2012 (Juárez Gámiz, 2013) muestran diferencias relevantes en el tratamiento de la información sobre los candidatos según el tipo de medio. Por ejemplo, la cobertura televisiva que recibieron todos los candidatos fue predominantemente positiva y pese a que la cobertura mostró una tendencia más favorable hacia el candidato de la coalición PRI-PVEM, esto no fue en detrimento de sus rivales.⁷ El estudio afirma que “lo neutral es el nuevo estándar de negatividad en televisión, puesto que la sola presentación visual de los candidatos facilita su reconocimiento y posicionamiento visual” (Juárez Gámiz, 2013: 186). Por el contrario, la cobertura de las campañas en la prensa escrita, y sobre todo en la radio, resultaron ser más negativas. Las noticias en la radio fueron las más críticas, las más editoriales y con mayor negatividad, para todos los candidatos por igual (Juárez Gámiz, 2013: 186-187).⁸ Por su parte, la cobertura en la prensa escrita fue considerablemente más favorable para el candidato de la izquierda que para sus rivales, Josefina Vázquez Mota y Enrique Peña Nieto, quienes consistentemente registraron más notas negativas que AMLO durante la campaña (Juárez Gámiz, 2013: 188).

⁷ De acuerdo con el monitoreo oficial del IFE/UNAM de las 29 993 piezas informativas (no opinativas, de análisis o de debate) transmitidas en televisión, 99% no tuvieron valoración. Del 1% de piezas informativas valoradas, hubo 163 valoraciones positivas y 313 valoraciones negativas (IFE, 2012).

⁸ El monitoreo del IFE/UNAM muestra que de las 106 470 piezas informativas (no opinativas, de análisis o de debate) transmitidas en radio, 96.7% no tuvieron valoración por los conductores o reporteros de los noticiarios. Del 3.3% de las piezas informativas valoradas, hubo 2 140 valoraciones positivas y 3 632 valoraciones negativas (IFE, 2012).

Respecto a la cobertura de las campañas en internet, Muñiz (2015) realizó un análisis de contenido de las noticias publicadas durante la campaña presidencial en las versiones digitales de cinco periódicos de alcance nacional: *El Universal*, *Reforma*, *La Jornada*, *Excélsior* y *Milenio*. Su estudio muestra un predominio del encuadre de juego estratégico (*strategic game-frame*), en detrimento del encuadre o tratamiento temático (*issue-frame*), en la cobertura informativa realizada por esos diarios. Además, si bien se observaron ligeras diferencias entre algunos de ellos, en general el uso predominante del juego estratégico constituyó un patrón de cobertura común en todos los periódicos analizados.

No obstante la amplia cobertura informativa durante el proceso electoral, algunos análisis sobre el impacto de la exposición a noticias durante la elección de 2012 muestran bajos niveles de atención (y recordación) por parte de los ciudadanos respecto de las noticias sobre los eventos de las campañas (Maldonado Sánchez y Ortega de la Roquette, 2013). El porcentaje de personas que recordó haber visto, oído o leído las noticias más relevantes de la semana relacionadas con los actores políticos en competencia, independientemente del medio por el cual se enteraron de tales noticias, fue de apenas 20%, proporción que aumentó a una de cada cuatro personas durante el periodo formal de 90 días de campaña. En general, las noticias sobre el proselitismo y eventos de campaña, así como sobre el proceso electoral, fueron las que tuvieron el mayor porcentaje de recordación entre la población, seguidas de las noticias de ataque/escándalo. No obstante, mientras que para EPN, JVM y GQT las noticias relacionadas con su proselitismo fueron de las más recordadas, en el caso de AMLO, 40% de las noticias que tuvieron mayor nivel de recordación fueron de ataque o escándalos.

Canales directos (anuncios televisivos)

Una de las tendencias más relevantes del proceso de profesionalización de las campañas es el uso intensivo de publicidad política en los medios de comunicación de masas (Díaz Jiménez, 2015). Los medios se consolidaron, a partir de la elección intermedia de 1997, como los principales intermediarios entre electores y partidos en México. Por lo tanto, de 1997 a 2006, los partidos invirtieron más de la mitad de sus presupuestos de campaña en *spots* pagados en radio y, principalmente, en televisión (Lozano, 2006; Lawson, 2008). Sin embargo, la reforma electoral de 2007-2008 cambió de manera significativa el modelo de acceso a medios, prohibiendo la compra de publicidad política en radio y televisión, y estableciendo, en su lugar, tiempos oficiales que se distribuyen de manera gratuita entre los partidos. El objetivo de la reforma fue reducir los elevados costos de las campañas electorales, así como garantizar mayor equidad en el acceso a medios para todos los partidos (Córdova, 2011).

Con la reforma, el subsidio estatal indirecto (acceso a medios) para los partidos y candidatos se convirtió en uno de los más generosos en el mundo y los esfuerzos y comunicaciones de campaña en la contienda electoral de 2012 tuvieron la mayor penetración de audiencia en la historia de las campañas presidenciales en México (Delphos, 2013). En cumplimiento con el marco legal del acceso a medios para los partidos políticos establecido en la reforma de 2007-2008, el IFE administró, desde el inicio de la precampaña hasta el día de la elección, los 48 minutos diarios de los tiempos oficiales del Estado en radio y televisión, que divididos en *spots* de 30 segundos contabilizaron un total de 19 840 931 anuncios para los partidos nacionales (IFE, 2012). La autoridad electoral logró una eficiencia de alrededor del 97% en el pautaje de la publicidad política de los partidos durante las diferentes etapas del proceso electoral. Este he-

cho fue calificado a menudo como una “spotización” de las campañas por académicos y comunicadores.

Un análisis basado en datos de medición de audiencias (con datos de IBOPE-AGB México) acerca de los *spots* transmitidos en 10 canales de televisión que en conjunto alcanzan un 85% del *share* de audiencia en el país (Delphos, 2013) encontró que como consecuencia del nuevo modelo de acceso a medios, los partidos en 2012 alcanzaron un total de inserciones siete veces mayor al registrado en las contiendas presidenciales de 2000 y 2006,⁹ aunque con un número de versiones más limitado. Los partidos pasaron de 10 045 anuncios (con 245 versiones) en 2006 a 70 277 *spots* (con 172 versiones) en 2012. En este sentido, el grupo Delphos argumenta que si bien la distribución de los anuncios televisivos de acuerdo con el nuevo marco regulatorio de las campañas causó que todos los partidos políticos alcanzaran a prácticamente la totalidad del electorado,¹⁰ esta asignación fue excesiva, privilegio la repetición en detrimento de la planeación estratégica de medios, y provocó una sobreexposición de las audiencias a las comunicaciones de campaña. Los datos del estudio muestran que los anuncios de los partidos “superaron en más de 3 000% el número de *spots* al aire que coloca una marca comercial convencional” (Delphos, 2013: 329).

[...] los cuatro candidatos presidenciales, de forma individual, alcanzaron a más de 98% del universo de la audiencia nacional que cuenta con 18 años cumplidos o más. Esos posibles votantes fueron impactados alrededor de 753 veces por los *spots* de los candidatos a lo largo de las distintas etapas de la contienda. [...] conviene considerar que una norma efectiva

⁹ Por su parte, el IFE alcanzó un pautaje efectivo del 95.3% en la administración de *spots* de los partidos en los canales comprendidos en el estudio.

¹⁰ Cada uno de los candidatos presidenciales alcanzó a más del 98% del universo de la audiencia nacional con edad para votar (Delphos, 2013).

en la publicidad convencional de las marcas que pagan por anunciarse en televisión es lograr que su público objetivo vea el mensaje entre tres y cinco veces durante su tiempo de pausado en los distintos canales (Delphos, 2013: 329).

No obstante, cabe señalar que fueron los jóvenes de entre 18 a 29 años el grupo de edad que estuvo menos expuesto a la publicidad política. El mayor alcance de los anuncios políticos se dio en el segmento de 30 a 44 años de edad con un promedio de 12 millones de personas alcanzadas.

Contenido de la publicidad

Diversos análisis de contenido de los *spots* en la elección de 2012 muestran un alto contenido de negatividad y encuadres de tipo estratégico en la publicidad política (Arellano Toledo y Jara Elías, 2013; Juárez Gámiz y Brambila, 2013). Por ejemplo, el estudio de Juárez Gámiz y Brambila (2013) encontró que la mayor parte de las versiones producidas por los partidos durante la elección desplegaron un encuadre del tipo “estrategias electorales” (55.5%), en detrimento de encuadres temáticos relativos a la seguridad pública (14.6%), la política social (13.6%), y la economía (13%).¹¹ Respecto a la publicidad negativa (o de ataque), el análisis muestra que la mayor parte de las versiones producidas por los partidos fueron de tipo promocional (89%), 6.5% fueron de tipo

¹¹ La mayoría de ellos pertenecen al subrubro de *estrategia-contexto* (35%), es decir, *spots* con temas referentes al uso de factores y circunstancias que ocurren durante la campaña electoral acerca de los candidatos y partidos que compiten en ella (escándalos, declaraciones, protestas, etc.). Otro 17% de las versiones producidas fueron de tipo *valorativo-personal* (atributos insustanciales que partidos y candidatos o terceros se adjudican, ya sea positivos o negativos), y el restante 11.1% fueron encuadres referentes a otro tipo de estrategias.

negativo y sólo 4.5% de tipo comparativo. No obstante, otro análisis realizado por los autores de esta investigación y centrado solamente en los *spots* producidos por las campañas de los candidatos presidenciales (aquellas con mayor alcance entre el electorado) encontró un número mayor de *spots* de ataque producidos a lo largo de la elección. Del total de *spots* producidos, 82% fueron de tipo promocional, mientras que 18% fueron de ataque, siendo la campaña de JVM la que más recurrió a la publicidad negativa (véase la gráfica 14).¹²

Alcance y recepción de la publicidad negativa

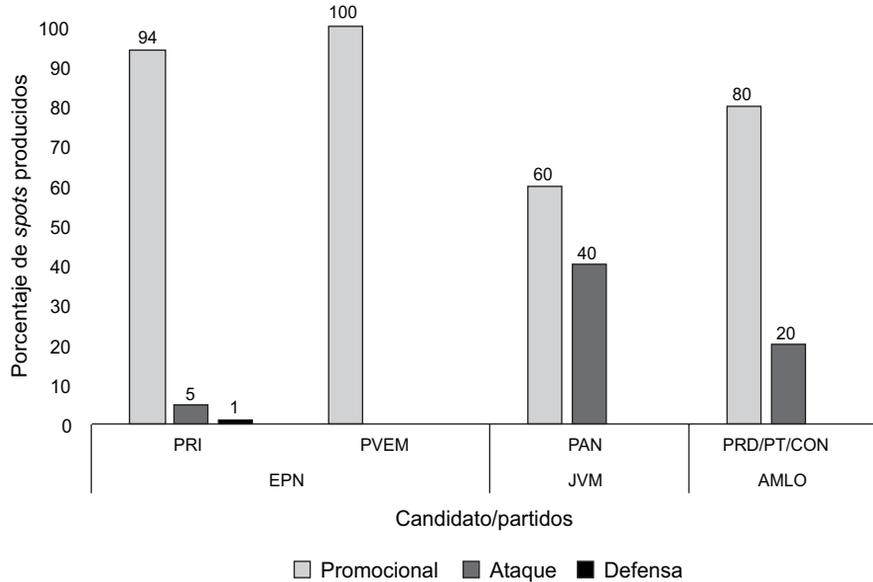
En lo que respecta al alcance de la publicidad negativa en 2012, el análisis de Delphos (2013) muestra que, al igual que en las elecciones de 2000 y 2006, la negatividad en la publicidad logró llegar a un sector muy significativo del electorado.

El total de *spots* negativos durante la campaña fue de 12 186, equivalente a 17.3% del total de *spots* emitidos durante los 90 días de la elección. El dato arroja un alcance para la publicidad negativa de 35.2 millones de personas, lo que en términos porcentuales implica 95.7% de personas con 18 años cumplidos o más (Delphos, 2013: 350).¹³

¹² Mientras que la campaña de EPN produjo un total de 86 *spots*, de los cuales 94% mantuvieron un mensaje promocional, 4.7% fueron de ataque y fue el único partido que presentó un mensaje de defensa, 1.2%. En el caso de la candidata del PAN, de los 50 *spots* producidos, 60% fueron de carácter positivo y el resto de ataque (40%). Respecto a la campaña de AMLO, de las 15 diferentes versiones de *spots* que realizó, 80% fueron promocionales y 20% de ataque. Por último el PVEM, sólo produjo *spots* de carácter promocional.

¹³ Las campañas negativas alcanzaron a más de 63% del electorado, con frecuencias de entre 3 y 8 impactos (Delphos, 2013).

Gráfica 1. Tipos de anuncios televisivos por partido/candidato en la elección presidencial de 2012



[619]

Fuente: Elaboración propia con base en el análisis de contenido de los *spots* de los candidatos presidenciales en la elección de 2012.

Sin embargo, un análisis de los efectos de los *spots* en la elección de 2012, a partir de un monitoreo continuo de actividades de mercadotecnia (*tracking*) (Martínez, Cárdenas y Barrueta, 2013), muestra que los esfuerzos de campaña de los candidatos, realizados a través de canales directos de comunicación, generaron un grado alto de saturación y hartazgo entre los electores. El gran número y la excesiva repetición de los *spots* transmitidos, así como su falta de creatividad, provocaron que éstos fueran percibidos de manera negativa por las audiencias. El estudio evaluó la recepción de las audiencias a partir de una muestra de 47 *spots* de las campañas de comunicación de los cuatro candidatos presidenciales. La recepción y efectividad de los *spots* fue analizada con base en los estándares utilizados para evaluar la publicidad comercial (*Norma México*) a partir de una metodología desarrollada a lo largo de varios años por la consultoría especializada Millward Brown. De acuerdo con el estudio, los anuncios fueron muy notorios para el público. Del total de anuncios, 60% de la gente declaró haber visto alguno de ellos.

Desafortunadamente para los esfuerzos de campaña de los candidatos, sus anuncios llegaron “a tener cuatro veces más asociaciones negativas que los comerciales de marcas de consumo” (Martínez, Cárdenas y Barrueta, 2013: 228). Respecto a los *spots* negativos, al igual que el resto de los anuncios de la campaña, fueron evaluados como débiles y provocaron incluso mayor rechazo y hartazgo entre la gente, que “manifestó estar cansada de verlos (29% en *spots* negativos versus 24% en los *spots* electorales en general) (Martínez, Cárdenas y Barrueta, 2013: 231). El estudio concluyó que “[l]a información proporcionada por los *spots* políticos tiene una diferencia entre 2 y 3 veces menos que lo que alcanzan los anuncios comerciales en aspectos como novedad de la información, relevancia, diferencia y credibilidad” (Martínez, Cárdenas y Barrueta, 2013: 244).

Respecto a internet y las redes sociales como canal de comunicación política, los autores del estudio señalan que la cobertura de las campañas en este medio aún presenta un trecho importante para crecer en México. Empero, también destacan que los internautas que participaron en el estudio se mostraron muy atentos a los mensajes de campañas y con alta predisposición a la participación política (más del 90% de ellos manifestaron una alta disposición para votar el día de la elección). No obstante, también advierte que el uso de las redes sociales por parte de los candidatos evidenció una falta de entendimiento acerca de la naturaleza de este canal de comunicación política y su relación con el electorado, debido a que las redes fueron utilizadas “para destruir más que para entablar una interacción e involucramiento con los usuarios” (Martínez, Cárdenas y Barrueta, 2013: 245).

En resumen, los estudios revisados en esta sección sugieren que la considerable negatividad, la personalización y el énfasis en el juego estratégico de las comunicaciones de campaña, tanto directas como indirectas, en la elección presidencial de 2012 (en buena medida a partir del cambio en el modelo de regulación de la comunicación política en la reforma electoral de 2007-2008), pudieron haber contribuido a la erosión del involucramiento político de los jóvenes mexicanos en esa elección. Por ejemplo, Rubén Jara, coordinador del equipo Delphos, sostiene que la elección de 2012 demuestra que el ambiente contextual de las campañas en México, a partir del nuevo marco regulatorio de la publicidad política, disminuye el potencial de los canales directos de comunicación electoral a través de los cuales los partidos, los candidatos y sus estrategias de campaña buscan informar, movilizar y persuadir a los electores. “Esto que se le llama la ‘spotización’ parece servir muy poco a incentivar el involucramiento de los ciudadanos en las campañas, lo cual no beneficia en general al sistema democrático” (Jara Elías, 2013: 28).

HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Las comunicaciones de campaña en la elección presidencial de 2012 incentivaron o erosionaron la cultura cívica de los jóvenes mexicanos? Con base en la revisión de la literatura, se plantean las siguientes hipótesis sobre el impacto de la exposición a diversas fuentes de información durante las campañas (*spots*, noticieros y programas de análisis político y de entretenimiento en televisión, radio, periódicos y revistas, anuncios de algún partido político, internet/redes sociales, el contacto por los partidos/candidatos) en el compromiso político de los jóvenes en las zonas urbanas metropolitanas del país, incluyendo sus niveles de: información y conocimiento político, pertenencia a organizaciones sociales, confianza en las instituciones político-electorales, sentimientos de eficacia política, de discusión acerca de los eventos de campaña (tales como los debates presidenciales) y de disposición a votar.

- H1: Malestar mediático. La exposición a diversas fuentes de información política durante las campañas, especialmente al info-entretenimiento, las noticias/programas de análisis y a los *spots* (tanto en la prensa como en la televisión), está asociada a bajos niveles de compromiso cívico y altos niveles de desafección política de los jóvenes.
- H2: Movilización. La exposición a diversas fuentes de información durante las campañas, especialmente a las noticias (incluyendo las noticias/programas de análisis en televisión) tenderá a aumentar los niveles de información, eficacia y confianza política y, por lo tanto, de compromiso y participación política de los jóvenes.
- H3: Tipo de canal de comunicación de campaña. La exposición a comunicaciones de campaña por medio

de la televisión, ya sea a *spots*, noticias/programas de análisis o programas de entretenimiento, así como al internet y las redes sociales, se traducirá en mayores niveles de desafección política, que la exposición a comunicaciones de campaña vía los medios impresos.

- H4: Forma de comunicación de campaña. La exposición a los *spots* y al entretenimiento en televisión resultará en mayores niveles de desafección política en los jóvenes que la exposición a las noticias/programas de análisis, ya sea en televisión o en la prensa escrita.

METODOLOGÍA-INSTRUMENTO

Para la realización de este trabajo se utilizaron datos de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), la cual busca profundizar en las actitudes y la participación política de la población de entre 18 y 29 años de edad que reside en las ciudades y áreas metropolitanas más importantes del país en el contexto de la elección presidencial de 2012, con particular énfasis en la legitimidad y la confianza de los jóvenes en el proceso electoral y en las instituciones políticas involucradas en la elección, tales como los candidatos, los partidos y las instituciones electorales.

Variables

Variables independientes

Exposición a noticias y a entretenimiento en televisión. Se midió a través de variables *dummies* con base en la pregunta: “¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la

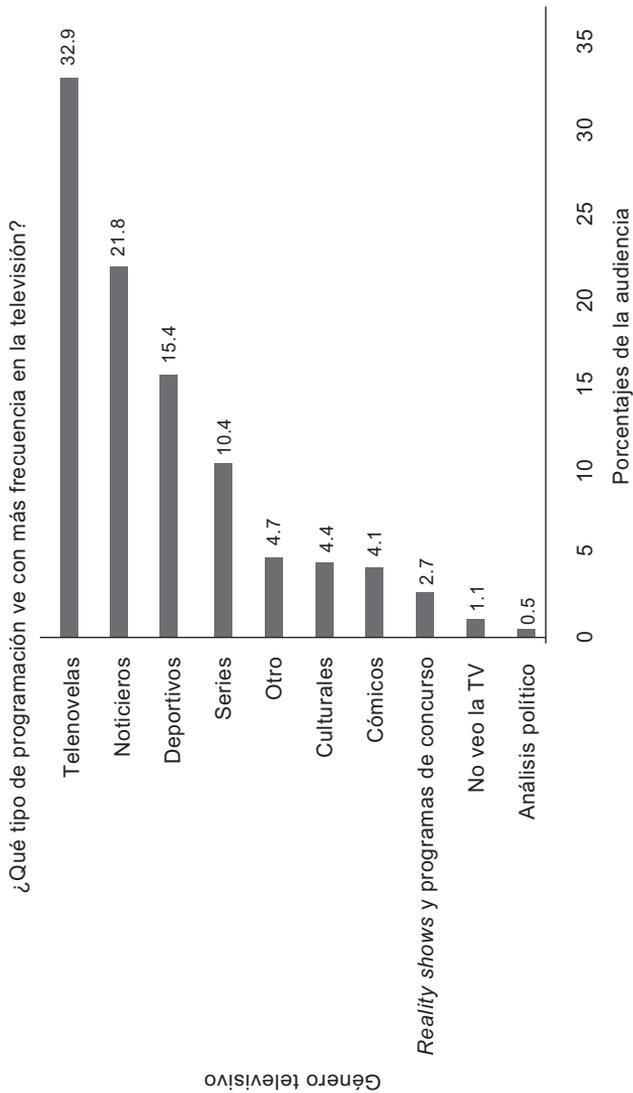
televisión? (Primera mención)". Las opciones de respuesta: Telenovelas, deportivos, *reality shows*/programas de concurso, cómicos y series se recodificaron como "Entretenimiento" = 1, Otros géneros/No veo TV = 0; las opciones de respuesta: Noticieros y Programas de análisis político se recodificaron como "Noticieros/Análisis político" = 1, Otros géneros/No veo TV = 0. Los datos confirman la orientación hacia el entretenimiento de las audiencias jóvenes en México (gráfica 2).

Exposición a medios de comunicación electrónicos, impresos, internet y redes sociales como fuentes de información durante la campaña. Se midió a través de variables *dummies* con base en la pregunta: "¿A través de que medio se ha enterado de lo que pasa en esta campaña presidencial 2012? (Primera mención)": 1. La televisión en *spots*, 2. La televisión en noticieros y programas sobre política, 3. Periódicos nacionales, 4. Periódicos locales, 5. Radio, 6. Revistas, 7. Anuncios de algún partido político, 8. Conversación con familiares, 9. Conversación con amigos o vecinos, 10. Conversaciones con compañeros de trabajo, 11. Internet, 12. Redes sociales. Las respuestas se recodificaron como: el medio de interés en cuestión, por ejemplo: la televisión en *spots* = 1, Otros medios/fuentes de información = 0. Como se puede apreciar, la mayor parte de los jóvenes mexicanos se informaron de los eventos de la campaña presidencial por medio de *spots* televisivos. En contraste, el porcentaje de encuestados que siguieron las campañas a través de las noticias en televisión e internet fue significativamente menor (gráfica 3).

Variables dependientes

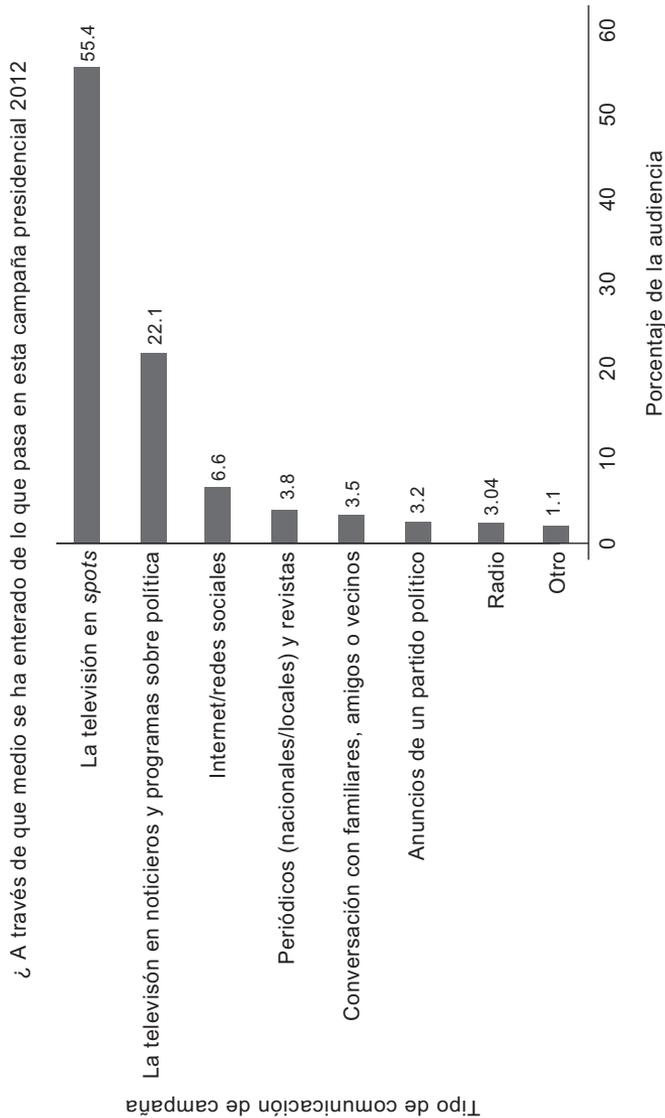
- *Conocimiento político*: se evalúa con un índice aditivo de tres ítems diseñados para medir el nivel de información de los jóvenes sobre los cargos públicos a elegir durante la campaña.

Gráfica 2. Exposición a la televisión en la elección presidencial de 2012



Fuente: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes (ENCPJ 2012).

Gráfica 3. Exposición a comunicaciones de campaña en la elección presidencial de 2012



Fuente: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes (ENCPJ 2012).

- *Eficacia política interna*: se construyó una escala con base en las opciones: Cuando hay un problema en su calle o en su barrio, ¿qué tan efectivas son las siguientes acciones?: 1. Pedir ayuda a un político o funcionario influyente, 2. Presionar con el voto a las autoridades, 3. Participar en una organización vecinal para presionar a los políticos, 4. Publicar cartas en los periódicos o hacer denuncias ante los medios, 5. Quejarse ante las autoridades, 6. Pedir apoyo a una organización civil, 7. Juntar firmas con los vecinos.
- *Eficacia política externa*: se construyó una escala con base en las preguntas: “¿Qué tanto se preocupan por atender sus demandas quienes lo gobiernan?”, y “¿Cree que los políticos y el gobierno están interesados en los jóvenes?”.
- *Capital social (participación en organizaciones)*: se construyó una escala con base en el número de organizaciones sociales a las que los encuestados declararon pertenecer o participar.
- *Confianza política*: se construyó una escala de confianza política con base en las preguntas sobre el grado de confianza que los jóvenes tenían en diversas instituciones a cargo de la integridad del proceso electoral.¹⁴
- *Discusión política interpersonal*: se construyó un índice aditivo de tres ítems con base en el número de agentes de socialización, con los que los encuestados discutieron sobre los eventos de la campaña (debates).
- *Participación electoral*: se utilizó una variable dicotómica con base en la pregunta: “¿Piensa ir a votar este 1 de julio?”.

¹⁴ El Instituto Federal Electoral, el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación, la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales, el Instituto Electoral Local y el Tribunal Electoral Local.

VARIABLES DE CONTROL

Variables sociodemográficas: sexo, edad, educación, nivel socioeconómico (AMAI) e identificación partidista. Las variables edad, escolaridad y nivel socioeconómico se trataron como variables continuas, donde valores más altos representan mayores niveles de la variable en cuestión. Las variables sexo e identificación partidista son *dummies* donde Hombre = 1, Mujer = 0, y Con identificación partidista = 1, Sin identificación partidista = 0, respectivamente.

Validación de escalas

Con la finalidad de validar los indicadores que se utilizaron en el estudio, se procedió a realizar un análisis de fiabilidad de las escalas para determinar si estaban bien construidas y explicaban bien el constructo que se deseaba medir. Para ello se analizó, en primer lugar, la escala que mide el conocimiento político. Antes que nada se realizó un análisis factorial exploratorio por componentes principales, el cual reveló la existencia de un único factor en la escala, integrada por tres ítems, que explicó 64% de la varianza. El valor del índice de adecuación de la muestra de Káiser-Meyer-Olkin (KMO), que permite evaluar la idoneidad de los elementos para la realización de un análisis factorial con ellos, fue de 0.60, y el del test de esfericidad de Bartlett de 2476.312 ($p < 0.000$), lo cual indica que los reactivos utilizados son adecuados para realizar la prueba estadística. En otras palabras, todas las variables relacionadas con la medición del conocimiento político son aceptables y se asocian a un único factor que explica 64% de la varianza. Para evaluar la consistencia interna de la escala, se procedió a calcular el estadístico Alfa de Cronbach; éste puede tomar el valor mínimo de cero cuando las variables evaluadas no se relacionan en-

tre ellas, o el de uno cuando éstas miden perfectamente la misma dimensión o concepto. El valor obtenido ($\alpha = 0.69$) muestra la unidimensionalidad del indicador, lo que implica que los ítems se combinan efectivamente para medir el nivel de conocimiento político de los jóvenes.

De igual manera se procedió con las escalas que miden la pertenencia a organizaciones, se realizó un análisis factorial, el cual arrojó un valor de $KMO = .0.81$, test de esfericidad de Bartlett de 5055.379 ($p < 0.000$), con tres factores relevantes que explican 45% de la varianza, lo que nos aseguró que los ítems son los adecuados para el constructo. La prueba Alfa de Cronbach (consistencia interna) arrojó un resultado de 0.68. Respecto a las escalas que miden la eficacia política (interna y externa), se calculó su consistencia interna con un valor de KMO de 0.87, test de esfericidad de Bartlett de 10754.410 ($p < 0.000$), con dos componentes que consiguieron explicar 57% de la varianza. La escala construida a partir del primer factor (eficacia interna) tuvo un valor de Alfa de Cronbach de 0.87, y la escala construida a partir del segundo factor (eficacia externa) tuvo un valor de Alfa de Cronbach de 0.72, lo cual nos permite tener confianza de que ambas escalas son adecuadas para medir los sentimientos de eficacia política de los jóvenes entrevistados.

También se revisó si la escala que mide la confianza en las instituciones político-electorales estaba bien conformada; se procedió de igual manera con un análisis factorial, el cual reveló un solo factor en la escala integrada por cinco ítems, que explicó 73% de la varianza; el cálculo del KMO arrojó como resultado un valor de 0.87 ($p < 0.000$), y el test de esfericidad de Bartlett, de 8844.852 ($p < 0.000$), lo cual indica que los ítems son los adecuados para el análisis. Las variables de confianza en las instituciones político-electorales también se relacionan de manera satisfactoria entre sí. Con el fin de corroborar tal relación, se realizó una prueba

de Alfa de Cronbach, la cual arrojó un resultado de 0.90, valor muy alto para reforzar que la escala está bien construida. Por otro lado, en relación con la escala de discusión sobre política, el análisis por componentes principales mostró una estructura unifactorial en la escala integrada por tres ítems, que explica 65% de la varianza. El valor del índice de Kaiser-Meyer-Olkin fue de 0.60 y el test de esfericidad de Bartlett, de 2624.476 ($p < 0.000$), así como un valor de Alfa = 0.73, lo cual da cuenta de la validez de la escala para medir ese constructo.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El cuadro 2 presenta los promedios en las escalas de compromiso cívico por tipo de televidente, sin introducir ninguna variable de control sociodemográfica o actitudinal. En general, salvo dos dimensiones de compromiso cívico (conocimiento político y discusión sobre política), las pruebas ANOVA de diferencia de medias muestran que los contrastes entre los tres grupos no son significativos. En ambas dimensiones, los resultados parecen ser más consistentes con las teorías de la movilización: el público joven más orientado a las noticias en televisión muestra los valores más altos de conocimiento político y de discusión política. El cuadro 3 presenta los promedios en las escalas de los indicadores de diversas dimensiones de compromiso cívico por tipo de exposición a diferentes fuentes de información durante las campañas, sin ninguna variable de control. Con excepción de las escalas que miden los sentimientos de eficacia política, las pruebas ANOVA de diferencia de medias muestran disimilitudes significativas entre los distintos tipos de exposición a fuentes de información política durante las campañas, en todas las dimensiones de compromiso político consideradas en el análisis. En algunas dimensiones de compromiso cívico, las diferencias significativas entre grupos parecen ser más consistentes con las teorías

de la movilización:¹⁵ las audiencias jóvenes, más orientadas a informarse sobre las campañas en internet y en las redes sociales, así como en los medios impresos, muestran valores más altos de conocimiento político, discusión política y capital social, respecto de los grupos de jóvenes que obtienen información de las campañas principalmente de otros canales de comunicación política.

Con excepción de la exposición a los medios impresos, el uso de internet y las redes sociales parecen estar relacionados con mayores niveles de conocimiento político, discusión política y pertenencia/participación en organizaciones, ante prácticamente todos los demás canales de comunicación política utilizados durante las campañas, incluyendo tanto los canales basados en los medios electrónicos (radio y televisión en *spots* y programas de noticias/análisis político), como los canales más tradicionales, basados en el contacto con la gente. Solamente en una dimensión de compromiso político, el grupo de personas que obtienen información político-electoral de internet y las redes mostró niveles significativamente más bajos frente a los jóvenes que se informan por las noticias y los programas de análisis político en la televisión: la confianza en las instituciones-político electorales. Un hallazgo interesante que merece mayor investigación. Por su parte, aquellos jóvenes que se informan en medios impresos se mostraron con mayor predisposición a votar el día de la elección respecto a los que lo hacen por los demás canales de comunicación, con excepción del internet/redes sociales y la radio.

¹⁵ Algunos estudios desde la perspectiva de movilización, realizados en el contexto de las democracias occidentales, han encontrado una fuerte relación entre la lectura de diarios y los niveles de conocimiento político (Newton, 1999; Norris, 2000a y b, 2001). En este sentido, la prueba ANOVA diferencia de medias refuerza esta conclusión, demostrando que, en términos de conocimiento político, hubo una diferencia significativa entre los valores promedio del grupo de lectores de medios impresos y los grupos que utilizan otros medios.

Cuadro 2. Promedios de los indicadores de compromiso cívico por tipo de televidente

<i>Tipo de televidente</i>	<i>Conocimiento</i>	<i>Capital social</i>	<i>Actitudes políticas</i>			<i>Activismo político</i>	
	<i>Conocimiento político</i>	<i>Militancia/ participación en organizaciones</i>	<i>Eficacia política (interna)</i>	<i>Eficacia política (externa)</i>	<i>Confianza política</i>	<i>Discusión política</i>	<i>Participación electoral</i>
Entretenimiento	2.28	0.65	4.92	1.61	5.75	1.35	0.92
Noticias/análisis	2.42	0.56	5.13	1.64	5.72	1.53	0.92
No veo tv	1.85	0.67	4.26	1.36	5.03	1.41	0.90
<i>Total</i>	<i>2.31</i>	<i>0.63</i>	<i>4.96</i>	<i>1.62</i>	<i>5.74</i>	<i>1.39</i>	<i>0.92</i>
Sig.	***	–	–	–	–	***	–
Rango de la escala de Alfa Cronbach	0-3	0-12	0-16	0-4	0-10	0-3	0-1
N	3 235	3 195	2 899	3 201	2 605	3 235	2 858

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

Nota: *** $P \leq 0.001$, ** $P \leq 0.01$, * $P \leq 0.05$.

¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión? Primera mención.

Cuadro 3. Promedios de los indicadores de compromiso cívico por exposición a diferentes tipos de comunicaciones de campaña

Tipo de exposición a fuentes de información durante la campaña	Conocimiento	Capital social	Actitudes políticas			Activismo político	
	Conocimiento político	Militancia/ Participación en organizaciones	Eficacia política (interna)	Eficacia política (externa)	Confianza política	Discusión política	Participación electoral
Televisión (spots)	2.33	0.59	5.08	1.58	5.67	1.38	0.93
Televisión (noticieros/programas de análisis político)	2.19	0.59	4.69	1.71	6.03	1.31	0.89
Periódicos (nacionales/locales) y revistas	2.54	0.87	5.51	1.69	5.77	1.65	0.98
Radio	2.22	0.85	5.26	1.62	5.30	1.39	0.93
Internet/Redes sociales	2.65	0.98	4.89	1.55	5.22	1.89	0.92
Anuncios de algún partido político	2.23	0.41	5.21	1.65	5.36	1.05	0.84
Conversación con familiares, amigos o vecinos	2.19	0.51	4.59	1.51	5.38	1.21	0.83
Total	2.32	0.63	4.98	1.61	5.71	1.40	0.92
Sig.	***	***	-	-	**	***	***
Rango de la escala	0-3	0-12	0-16	0-4	0-10	0-3	0-1
Alfa de Cronbach	0.696	0.675	0.868	0.721	0.905	0.737	-
N	3 384	3 342	3 030	3 345	2 731	3 384	3 384

Fuente: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

Nota: *** $P \leq 0.001$, ** $P \leq 0.01$, * $P \leq 0.05$.

¿A través de qué medio se ha enterado de lo que pasa en esta campaña presidencial 2012? Primera mención.

Es posible que las diferencias mostradas entre grupos no fueran reales, debido a la influencia de variables sociodemográficas y actitudinales previas; por lo tanto, se procedió a realizar un análisis de regresión múltiple, con controles sociodemográficos y actitudinales. El cuadro 4 presenta los resultados de una serie de modelos de regresión lineal y logística (para el caso de la participación electoral) que incluye controles sociodemográficos, como el género, la edad, la escolaridad, el nivel socioeconómico, y actitudinales, como la identidad partidista. Los resultados de los modelos demuestran que, incluso después de introducir variables de control en ellos, la mayor parte de las variables de comunicaciones de campaña están significativa y positivamente asociadas a casi todos los indicadores de compromiso cívico.

Pese a los supuestos de las teorías del malestar de los medios, en general, los resultados del análisis no dan mucho soporte a esta perspectiva teórica. Los coeficientes de regresión muestran que prácticamente no hay casos donde las asociaciones estadísticamente significativas entre la exposición a diferentes fuentes de información durante las campañas y los múltiples indicadores de compromiso político sean negativas, incluso en el caso de formas de comunicación de campaña, que en otros contextos se ha encontrado que pueden ser dañinas para el involucramiento y la participación política de los ciudadanos, como la exposición a publicidad política (*spots*).¹⁶ Las asociaciones entre las diversas fuentes de información durante las campañas y los indicadores de compromiso político son positivos en todos los casos, excepto por las asociaciones entre el contacto directo de los partidos y la confianza

¹⁶ Esto contrasta con otros estudios como el de Norris (2002), según el cual la exposición a los spots se asoció negativamente con la confianza en el gobierno de Estados Unidos, lo cual sugiere que la negatividad en la publicidad política pudo haber erosionado la confianza en el gobierno en ese país.

política. Por el contrario, los *spots* parecen estar significativa y positivamente relacionados con los niveles de conocimiento político, la discusión sobre política y la participación electoral.

De las diversas fuentes de información política examinadas, el impacto de las variables de exposición a noticias en televisión, como fuente de información sobre las campañas, se muestra como el más consistente, resultando significativo y con sentido positivo en todos los indicadores de compromiso político considerados en el estudio, excepto por la pertenencia a organizaciones sociales y la eficacia política interna. Por su parte, la exposición a información de la campaña mediante los medios impresos (periódicos y revistas) demostró ser un predictor positivo de todos los indicadores de compromiso político, excepto en los casos de la confianza política y la eficacia política (interna y externa). El uso de la radio como fuente de información de las campañas solo está positivamente relacionado con la militancia en organizaciones voluntarias. Por lo tanto, la evidencia aquí presentada no proporciona ningún soporte para las generalizaciones más amplias sobre los efectos negativos de la exposición a la cobertura noticiosa de las campañas electorales, tal y como lo postulan las teorías del malestar mediático.

Del mismo modo, después de incluir variables de control, el uso de internet y de las redes sociales como fuentes de información sobre las campañas también mostró efectos positivos en tres de los siete indicadores de compromiso cívico: el conocimiento político, la participación comunitaria y la discusión política. En contraste con los supuestos de las teorías del *media malaise*, particularmente las tesis de Putnam, la exposición al entretenimiento en televisión está positiva y significativamente relacionada con los niveles de participación comunitaria. Sin embargo, la exposición al entretenimiento televisivo no estuvo significativamente relacionada con el resto de los indicadores de compromiso político. El impacto de otros canales de comunicación de cam-

Cuadro 4. Modelos de regresión múltiple de indicadores de compromiso cívico por tipo de exposición a comunicaciones de campaña con controles sociales, 2012

Tipo de exposición a medios/ comunicaciones de campaña	Conocimiento		Capital social		Actitudes políticas				Activismo político					
	Conocimiento político		Militancia/ Participación en organizaciones	Eficacia política (interna)		Eficacia política (externa)		Confianza política		Discusión política		Participación electoral		
	B	Error estándar	B	Error estándar	B	Error estándar	B	Error estándar	B	Error estándar	B	Error estándar	B	Error estándar
TV entretenimiento	-0.017	0.131	0.093*	0.045	-0.105	0.153	0.017	0.041	0.174	0.110	-0.017	0.038	0.167	0.145
Spots en tv	0.257***	0.056	0.107	0.074	0.332	0.263	0.039	0.067	0.263	0.192	0.276***	0.063	0.926***	0.195
Noticias en tv	0.119*	0.061	0.108	0.082	-0.057	0.286	0.176*	0.074	0.619**	0.209	0.189**	0.069	0.458*	0.212
Periódicos y revistas	0.380***	0.094	0.315*	0.125	0.723	0.431	0.131	0.113	0.348	0.314	0.407***	0.106	2.002**	0.614
Radio	0.107	0.103	0.322*	0.138	0.393	0.481	0.050	0.124	-0.119	0.350	0.201	0.117	0.787	0.436
Internet/Redes sociales	0.422***	0.080	0.333**	0.107	0.189	0.371	0.017	0.096	-0.182	0.272	0.515***	0.091	0.729*	0.321
Contactado por algún partido	0.134*	0.059	0.309***	0.079	0.141	0.265	-0.099	0.072	-0.523**	0.197	0.176**	0.068	0.031	0.270
<i>Controles sociales y actitudinales</i>														
Sexo (hombre)	0.050	0.031	0.137**	0.042	0.028	0.141	-0.053	0.037	-0.115	0.103	0.146***	0.035	-0.103	0.136
Edad	0.015***	0.004	-0.018**	0.006	0.038*	0.020	-0.004	0.005	-0.017	0.014	0.011*	0.005	0.015	0.019
Escolaridad	0.187***	0.019	0.143***	0.025	0.069	0.085	-0.014	0.023	0.011	0.063	0.301***	0.021	0.214*	0.083
NSE AMAI	0.060***	0.015	0.086***	0.021	-0.031	0.070	0.034	0.019	0.080	0.051	0.100***	0.018	0.039	0.068
Identificación partidista	0.190***	0.035	0.078	0.046	1.273***	0.158	0.506***	0.042	0.878***	0.117	0.422***	0.039	1.403***	0.134
R cuadrado	0.081		0.047		0.026		0.048		0.033		0.033		0.051 ^a	
R cuadrado ajustado	0.078		0.044		0.022		0.044		0.028		0.028		0.115 ^b	
Constante	0.906		0.089		2.867		1.236		4.865		4.865		-0.346	
N	3468		3342		3096		3426		2788		3468		3033	

Fuente: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

Nota: ***P < 0.001, **P < 0.01, *P < 0.05, a = R cuadrado de Cox y Snell, b = R cuadrado de Nagelkerke.

paña basados en la interacción directa con los votantes, como el contacto de partidos y candidatos, demostró ser también significativo en cuatro dimensiones de participación cívica. En los casos del conocimiento político, el capital social y la discusión política el efecto resultó positivo; la única excepción fue la confianza en las instituciones político-electorales, dimensión en la cual el impacto del contacto directo por los partidos fue negativo.

En resumen, los resultados sugieren fuertemente que la información sobre las campañas que fluye a través de los medios de comunicación (canales de comunicación indirectos) funciona de una manera similar a la información proveniente de los canales de comunicación política más directos, como el contacto de los partidos y las organizaciones de campaña de los candidatos; ambos incentivan los niveles de compromiso cívico de los jóvenes, más que los de desafección política. No obstante, cabe señalar que mientras que el impacto de las variables de exposición a medios y a las campañas en las dimensiones de conocimiento político, capital social y activismo político resultó ser estadísticamente significativo, su impacto en las actitudes políticas de los jóvenes se mostró más limitado.

Participación electoral

Una de las dimensiones más importantes del compromiso cívico y la participación política de los ciudadanos en una democracia es la participación electoral. Al igual que en el caso de la relación entre las comunicaciones políticas contemporáneas y otras dimensiones del compromiso cívico, como la eficacia y la confianza política, el impacto de los mensajes políticos de los medios y las campañas en la participación electoral han suscitado un intenso debate académico. Mientras que diversas investigaciones, basadas en las teorías del *media malaise*,

sostienen que las comunicaciones políticas modernas, especialmente aquellas que se caracterizan por la personalización y la negatividad (tanto en la cobertura de noticias como en la publicidad política), pueden generar mayor cinismo político, polarizar al electorado e incentivar el abstencionismo (Ansolabehere e Iyengar, 1995), otros estudios, basados en las teorías de la movilización, sostienen que existe una asociación más bien positiva entre la exposición a comunicaciones de campaña, especialmente la exposición a noticias, y la participación electoral (Norris, 2000b, 2001).

Estudios previos sobre el caso mexicano ofrecen evidencia del impacto diferenciado de los canales directos e indirectos de comunicación política sobre la participación electoral de los ciudadanos. Por un lado, de acuerdo con Moreno (2003, 2009b), la exposición a noticias fue la variable de mayor importancia para explicar la probabilidad de votar en la elección presidencial de 2000, superando incluso el impacto de la intensidad del partidismo de los electores. Ver noticias también incentivó la participación electoral en la elección presidencial de 2006, aunque en menor medida, respecto a 2000. Por otro lado, la percepción de la negatividad en la publicidad política de las campañas favoreció el abstencionismo de los electores en la elección de 2000 (Moreno, 2009b), un hallazgo que, de acuerdo con el autor, parece consistente con el estudio de Ansolabehere e Iyengar (1995) sobre las consecuencias adversas de la publicidad negativa en la participación electoral en Estados Unidos. Sin embargo, el estudio de Guerrero y Arellano (2012) sostiene que los efectos de la publicidad negativa en la participación electoral fueron más limitados en la elección presidencial de 2006. De acuerdo con su análisis, de la totalidad de anuncios negativos transmitidos por los dos candidatos punteros (Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador) y sus partidos en esa elección, sólo los *spots* de López Obrador tuvieron un efecto significativo y positivo (aunque moderado) en la participación electoral.

De manera similar a los estudios basados en la teoría de la movilización, este trabajo encuentra evidencia de un efecto movilizador de la exposición a los medios y las comunicaciones de campaña sobre la participación electoral de los jóvenes. Los resultados del modelo de regresión logística presentados en el cuadro 4 muestran que, aun controlando por variables sociodemográficas como la edad, el género, la educación y el nivel socioeconómico, variables de comunicación como la exposición al internet y a las redes sociales, a los medios impresos, las noticias y los *spots* en televisión se constituyeron como predictores significativos de la predisposición de los jóvenes a votar en la elección presidencial de 2012. Estos resultados son similares a los de otros estudios sobre el impacto de los medios en la participación electoral de la población en general (Temkin y Flores-Ivich, 2014), según los cuales la televisión como fuente de información político-electoral fue un predictor significativo de voto en la pasada elección presidencial. El análisis de los autores también muestra que la exposición a la televisión fue un predictor de la participación electoral en la elección presidencial de 2006. Sin embargo, la exposición a los periódicos estuvo negativamente asociada con el voto en esa elección.

El cuadro 5 muestra un resumen de los modelos de regresión con controles sociales y actitudinales. Ciertamente, los resultados no son igualmente consistentes a través de todos los indicadores de compromiso político. No obstante, la dirección de la asociación consistentemente positiva de casi todos los coeficientes de regresión sugiere fuertemente que, en la mayor parte de los casos, la exposición a comunicaciones de campaña promueve —en lugar de disminuir— el compromiso cívico de los jóvenes en México. Sin embargo, los resultados también indican que no se deben exagerar los supuestos acerca de los efectos de los medios de comunicación; en la mayoría de los casos, las asociaciones significativas entre la exposición a comunicaciones de campaña y los

Cuadro 5. Resumen de los modelos de regresión, con controles sociales, 2012

<i>Tipo de exposición a medios/ comunicaciones de campaña</i>	<i>Conocimiento</i>	<i>Capital social</i>	<i>Actitudes políticas</i>			<i>Activismo político</i>	
	<i>Conocimiento político</i>	<i>Militancia/ Participación en organizaciones</i>	<i>Eficacia política (interna)</i>	<i>Eficacia política (externa)</i>	<i>Confianza política</i>	<i>Discusión política</i>	<i>Participación electoral</i>
TV entretenimiento		+					
Spots en TV	+					+	+
Noticias en TV	+			+	+	+	+
Periódicos/Revistas	+	+				+	+
Radio		+					
Internet/redes sociales	+	+				+	+
Contactado por partido	+	+			-	+	
Controles sociales y actitudinales							
Sexo (hombre)		+				+	
Edad	+	-				+	
Escolaridad	+	+				+	+
NSE AMAI	+	+				+	
Identificación partidista	+		+	+	+	+	+

Fuente: Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

indicadores de compromiso cívico fueron más bien débiles o moderadas. Como muchos otros estudios han reportado, factores sociodemográficos, como la educación y la edad, también probaron ser predictores importantes de la participación cívica.

CONCLUSIONES

Los estudiosos de la comunicación política están preocupados por la relación entre las comunicaciones modernas de campaña y el declive en los niveles de compromiso cívico en las democracias contemporáneas. Aunque algunas investigaciones sostienen que las comunicaciones de campaña centradas en los medios de comunicación pueden producir desafección política (teorías del malestar de los medios de comunicación), otros análisis han encontrado evidencia de asociaciones positivas, aunque moderadas, entre la exposición a los mensajes de campaña e indicadores de compromiso cívico (teorías de movilización). Sin embargo, la mayoría de las investigaciones sobre el tema se basan en la experiencia de las democracias establecidas y no en democracias emergentes. Sobre la base de un análisis multivariado de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes (ENCPJ 2012), examinamos el impacto de diferentes tipos de exposición a fuentes de información política durante la campaña presidencial de 2012 sobre diversos componentes del compromiso cívico de los jóvenes mexicanos. En este sentido, el trabajo arroja tres hallazgos relevantes:

Primero, los datos analizados en este estudio muestran, en general, bajos niveles de compromiso político entre los jóvenes urbanos en México, incluyendo sus niveles de conocimiento político, confianza política, eficacia política, pertenencia a organizaciones sociales, discusión política y participación electoral.

Segundo, respecto a los patrones de exposición a medios y a comunicaciones de campaña, los datos revelan un público joven, en general, poco atento a la información política y orientado principalmente al entretenimiento mediático. Sin embargo, la evidencia de nuestro análisis sugiere que el predominio del contenido de entretenimiento en las preferencias de las audiencias juveniles no resulta necesariamente dañino para sus patrones de compromiso político. No obstante los argumentos y evidencia relevante de las teorías del malestar mediático acerca de las consecuencias negativas de la exposición al entretenimiento televisivo en el involucramiento político de los ciudadanos (véase Putnam, 2000), los resultados del análisis de regresión no revelan efectos negativos de la exposición a programas de entretenimiento en la televisión en los múltiples indicadores de compromiso cívico incluidos en el estudio. Por el contrario, el entretenimiento televisivo resultó estar positiva y significativamente asociado con los niveles de participación comunitaria de los jóvenes.

Finalmente, la evidencia del estudio también muestra que la información de las campañas proporcionada por los partidos a través de los tres tipos de canales de comunicación política considerados en el estudio (canales de contacto intensivo con la gente, canales basados en medios masivos y canales basados en internet) tiende a reforzar, en lugar de erosionar, el compromiso cívico de los jóvenes, incluyendo sus niveles de conocimiento político, capital social, eficacia política, confianza política y participación electoral. Sin embargo, respecto a los canales de comunicación basados en el contacto directo con la gente, la evidencia apunta a que la confianza política de los jóvenes disminuye al ser contactados por partidos y candidatos. Estos resultados son interesantes y merecen mayor investigación al respecto, puesto que una de las funciones de los esfuerzos de campaña realizados por partidos y candidatos es incentivar y no debilitar

la confianza de los electores en las instituciones político-electorales.

En relación con los canales de comunicación política basados en el uso intensivo de medios masivos, los datos demuestran que, pese a haber presentado un grado considerable de negatividad, personalización y encuadres de tipo estratégico, tanto los canales directos (*spots*), como los indirectos (información proporcionada por los medios durante las campañas) cumplen también una función muy importante para los ciudadanos. En contraste con los postulados de las teorías del malestar de los medios, la evidencia presentada en este estudio demuestra que, después de introducir controles sociodemográficos y actitudinales, tanto la exposición a la publicidad política como a la información de las campañas proveniente de los periódicos, la radio y las noticias en televisión, no tuvieron ningún efecto negativo significativo sobre la participación ciudadana en la elección presidencial de 2012. Por el contrario, cuando se detectaron efectos significativos de la exposición a ambos tipos de comunicación política sobre los múltiples indicadores de participación cívica de los jóvenes, estos fueron siempre en sentido positivo. Contrario a las tesis de Putnam sobre el impacto negativo del uso del internet en el involucramiento político de los ciudadanos en Estados Unidos, la evidencia de este análisis muestra que, al igual que en el caso del impacto de los canales de comunicación de campaña, establecidos en el uso intensivo de medios, los canales de comunicación política basados en internet y las redes sociales también tienen un impacto positivo y significativo en el compromiso político de los ciudadanos jóvenes en México.

En conclusión, los resultados de esta investigación no proporcionan evidencia significativa acerca de una relación negativa entre la exposición a los medios y a diferentes tipos de comunicaciones de campaña y los indicadores de in-

volucramiento político. En cambio, sí ofrecen evidencia de algunos efectos modestos de movilización política relacionados con la exposición a los medios y a las campañas electorales. Los resultados de este estudio son, por lo tanto, más consistentes con las teorías de la movilización en general, y en particular con la teoría del círculo virtuoso, según la cual, al reducir la complejidad de la política, la información de las campañas en los medios de comunicación incrementa los niveles de conocimiento político de los jóvenes, refuerza su capital social, incentiva sus sentimientos de confianza y eficacia política, promueve la participación electoral y el activismo político.

BIBLIOGRAFÍA:

- ANSOLABEHERE, Stephen y Shanto IYENGAR (1995), *Going Negative: How Attack Ads Shrink and Polarize the Electorate*, Nueva York, Free Press.
- ARELLANO TOLEDO, Marco y José Rubén JARA ELÍAS (2013), “Estrategias de spoteo en el contexto de una nueva reforma”, en José Rubén JARA ELÍAS y Alejandro GARNICA ANDRADE (eds.), *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, México, Delphi, pp. 31-140.
- AVERY, James M. (2009), “Videomalaise or Virtuous Circle?: The Influence of the News Media on Political Trust”, *The International Journal of Press/Politics*, vol. 14, núm. 4, octubre, pp. 410-433, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- BELTRÁN, Ulises (2007), “The Combined Effect of Advertising and News Coverage in the Mexican Presidential Campaign of 2000”, *Political Communication*, vol. 24, núm. 1, febrero, pp. 37-63, Estados Unidos, International Communication Association/American Political Science Association.
- BENNETT, Stephen Earl (1999), “Video Malaise Revisited: Public

- Trust in the Media and Government”, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 4, núm. 4, septiembre, pp. 8-23, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press.
- BERELSON, Bernard, Paul FELIX LAZARSFELD y William N. MCPHEE (1954), *Voting; A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago, University of Chicago Press.
- BOOTH, John A. (2014), “Sociedad civil en los espacios y tiempos recientes: América Central y México”, en A. NATAL y A. M. ÁLVAREZ (eds.), *La sociedad civil en Centroamérica a una generación del conflicto armado. ¿Avances o retrocesos?*, Colima, Universidad de Colima, pp. 49-92.
- BOWLER, Shaun y David M. FARRELL (comps.) (1992), *Electoral Strategies and Political Marketing*, Basingstoke, Macmillan.
- BRADY, HENRY E. y Richard JOHNSTON (comps.) (2006), *Capturing Campaign Effects*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- BRYANT, Jennings y Dolf ZILLMANN (1994), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hillsdale, NJ, L. Erlbaum Associates.
- BUTLER, David y Austin RANNEY (comps.) (1992), *Electioneering: A Comparative Study of Continuity and Change*, Oxford, Clarendon Press.
- CAPPELLA, Joseph N. (2002), “Cynicism and Social Trust in the New Media Environment”, *Journal of Communication*, vol. 52, núm. 1, enero, pp. 229-241, Estados Unidos, International Communication Association.
- CAPPELLA, Joseph N. y Kathleen HALL JAMIESON (1997), *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*, Nueva York, Oxford University Press.
- CHAFFEE, Steven H. (1981), “Mass Media in Political Campaigns: An Expanding Role”, en Ronald E. RICE y William J. PAISLEY (comps.), *Public Communication Campaigns*, Beverly Hills, Sage Publications, pp. 181-198.
- CÓRDOVA, Lorenzo (2011), “Las razones y el sentido de la Reforma Electoral de 2007-2008”, en Lorenzo CÓRDOVA y Pedro SALAZAR, *Estudios sobre la Reforma Electoral 2007. Hacia un nuevo modelo*, México, TEPJF, pp. 47-70.

- CURRAN, J., S. COEN, S. SOROKA, T. AALBERG, K. HAYASHI, Z. HICHY, ... R. TIFFEN (2014), "Reconsidering 'Virtuous Circle' and 'Media Malaise' Theories of the Media: An 11-Nation Study", *Journalism*, 15(7): 815-833.
- DE VREESE, Claes H. (2005), "The Spiral of Cynicism Reconsidered", *European Journal of Communication*, vol. 20, núm. 3, septiembre, pp. 283-301, Reino Unido, Northumbria University.
- (2010), "Campaign Communication and Media", en Lawrence LEDUC, Richard G. NIEMI y Pippa NORRIS (comps.), *Comparing Democracies 3: Elections and Voting in the 21st Century*, Londres, Sage, pp. 118-140.
- DE VREESE, Claes H. y Matthijs ELENBAAS (2008), "Media in the Game of Politics: Effects of Strategic Metacoverage on Political Cynicism", *The International Journal of Press/Politics*, vol. 13, núm. 3, julio, pp. 285-309, Cambridge, Massachusetts, Harvard University.
- DELLI CARPINI, Michael X. (2000), "Gen.com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment", *Political Communication*, vol. 17, núm. 4, octubre, pp. 341-349, Estados Unidos, International Communication Association/American Political Science Association.
- (2004), "Mediating Democratic Engagement: The Impact of Communications on Citizens' Involvement in Political and Civic Life", en Lynda LEE KAID (comp.), *Handbook of Political Communication Research*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 395-434.
- DELPHOS (2013), "Balance 2012 y perspectiva de la comunicación electoral", en José Rubén JARA ELÍAS y Alejandro GARNICA ANDRADE (eds.), *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, México, Delphi, pp. 321-362.
- DÍAZ DOMÍNGUEZ, Alejandro (2015), "Efectos de los servicios de carrera estatales en la confianza en el gobierno", *Buen Gobierno*, núm. 18, enero-junio, pp. 48-64.
- DÍAZ JIMÉNEZ, Oniel Francisco e Igor VIVERO ÁVILA (2014), "¿Efectos limitados o poderosos? Una revisión a la investigación sobre los efectos de las comunicaciones de campaña en México",

- Revista Debates*, vol. 8, núm. 1, enero-abril, pp. 31-53, Brasil, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- DÍAZ JIMÉNEZ, Oniel Francisco (2015), “Marketing político y profesionalización de las campañas electorales del Partido Acción Nacional y el Partido de la Revolución Democrática (1994-2006)”, *Polis: Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial*, 11(4): 119-168.
- ELENBAAS, Matthijs y Claes H. DE VREESE (2008), “The Effects of Strategic News on Political Cynicism and Vote Choice among Young Voters”, *Journal of Communication*, vol. 58, núm. 3, septiembre, pp. 550-567, Estados Unidos, International Communication Association.
- FALLOWS, James M. (1997), *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, Nueva York, Vintage Books.
- FARRELL, David M. (1996), “Campaign Strategies and Tactics”, en Lawrence LEDUC, Richard G. NIEMI y Pippa NORRIS (comps.), *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, Thousand Oaks, CA, Sage, pp. 160-183.
- FARRELL, David M. y Rüdiger SCHMITT-BECK (comps.) (2002), *Do Political Campaigns Matter?: Campaign Effects in Elections and Referendums*, Londres, Routledge.
- FLORES-MACÍAS, Francisco (2009), “Electoral Volatility in 2006”, en Jorge I. DOMÍNGUEZ, Chappell H. LAWSON y Alejandro MORENO (comps.), *Consolidating Mexico’s Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press, pp. 191-208.
- GÓMEZ TAGLE, Silvia, Héctor TEJERA GAONA y Jesús AGUILAR LÓPEZ (2013), *Informe de la Encuesta “La cultura política de los jóvenes en México”*, México, Colmex.
- GRABER, DORIS A. (2004), “Methodological Developments in Political Communication Research”, en Lynda LEE KAID (comp.), *Handbook of Political Communication Research*, Mahwah, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, pp. 45-67.
- GREENE, KENNETH F. (2009), “Images and Issues in Mexico’s 2006 Presidential Election”, en Jorge I. DOMÍNGUEZ, Chappell H. LAWSON y Alejandro MORENO (comps.), *Consolidating Mexico’s*

Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective, Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press, pp. 246-267.

- GREENE, KENNETH F. (2011), "Campaign Persuasion and Nascent Partisanship in Mexico's New Democracy", *American Journal of Political Science*, vol. 55, núm. 2, abril, pp. 398-416, Estados Unidos, Midwest Political Science Association.
- GUERRERO, Manuel Alejandro y Marco ARELLANO TOLEDO (2012), *Campañas negativas en 2006: ¿cómo afectaron el voto?*, México, Universidad Iberoamericana.
- GUNTHER, Richard y Anthony MUGHAN (comps.) (2000), *Democracy and the Media: A Comparative Perspective*, Cambridge, Cambridge University Press.
- HANSON, Gary, Paul Michael HARIDAKIS, Audrey WAGSTAFF CUNNINGHAM, Rekha SHARMA y J. D. PONDER (2010), "The 2008 Presidential Campaign: Political Cynicism in the Age of Facebook, MySpace, and YouTube", *Mass Communication and Society*, vol. 13, núm. 5, noviembre, pp. 584-607, Estados Unidos, Mass Communication & Society Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication.
- HAY, Colin (2007), *Why we Hate Politics*, Cambridge, Polity Press.
- HOLTZ-BACHA, Christina (1990), "Videomalaise Revisited: Media Exposure and Political Alienation in West Germany", *European Journal of Communication*, vol. 5, núm. 1, marzo, Reino Unido, Northumbria University, pp. 73-85.
- IFE/UNAM (2012), *Monitoreo de Espacios Noticiosos en Radio y Televisión. Campaña Electoral para Presidente de la República 2011-2012*, México, IFE/UNAM.
- IGARTUA, Juan José y María Luisa HUMANES (2004), *Teoría e investigación en comunicación social*, Madrid, Síntesis.
- INE (2014), *Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México*, Mexico, INE/Colmex.
- IYENGAR, Shanto (1991), *Is Anyone Responsible?: How Television Frames Political Issues*, Chicago, University of Chicago Press.
- IYENGAR, Shanto y Donald R. KINDER (1987), *News that Matters: Television and American Opinion*, Chicago, University of Chicago Press.

- JACKSON, Dan (2011), "Strategic Media, Cynical Public? Examining the Contingent Effects of Strategic News Frames on Political Cynicism in the United Kingdom", *The International Journal of Press/Politics*, vol. 16, núm. 1, enero, pp. 75-101, Cambridge, Massachusetts, Harvard University.
- JARA ELÍAS, J. R. (2013), "Introducción", en José Rubén JARA ELÍAS y Alejandro GARNICA ANDRADE (eds.), *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, México, Delphi.
- JUÁREZ GÁMIZ, Julio (2013), "Índice de cobertura informativa: un análisis de contenido de las notas en los medios sobre los candidatos a la presidencia en 2012", en José Rubén JARA ELÍAS y Alejandro GARNICA ANDRADE (eds.), *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, México, Delphi, pp. 141-191.
- JUÁREZ GÁMIZ, J. y J. A. BRAMBILA (2013), "La publicidad televisiva en el proceso electoral federal de 2012 en Mexico", *Revista Mexicana de Derecho Electoral* (4): 303-319.
- KATZ, Elihu, Jay G. BLUMLER y Michael GUREVITCH (1974), "Utilization of Mass Communication by the Individual", en Jay G. BLUMLER y Elihu KATZ (comps.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Beverly Hills, Sage, pp. 19-32.
- KERBEL, MATTHEW Robert (1995), *Remote & Controlled: Media Politics in a Cynical Age*, Boulder, Westview Press.
- KLAPPER, Joseph T. (1960), *The Effects of Mass Communication*, Nueva York, Free Press.
- LANG, Kurt y Gladys ENGEL LANG (1966), "The Mass Media and Voting", en Bernard BERELSON y Morris JANOWITZ (comps.), *Reader in Public Opinion and Communication*, Nueva York, Free Press, pp. 217-235.
- LANGSTON, Joy y Alyson BENTON (2009), "'A ras de suelo': Apariciones de candidatos y eventos en la campaña presidencial de México", *Política y Gobierno*, número especial sobre las elecciones en México 16 (septiembre 2), pp. 135-176.
- LAWSON, Chappell (1999), "Why Cárdenas Won. The 1997 Elections in Mexico City", en Jorge I. DOMÍNGUEZ y Alejandro POIRÉ

- (comps.), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Londres, Routledge, pp. 147-173.
- (2002), *Building the Fourth Estate: Democratization and the Rise of a Free Press in Mexico*, Berkeley, University of California Press.
- (2004a), "Mexico's Great Debates: The Televised Candidate Encounters of 2000 and Their Electoral Consequences", en Jorge I. DOMÍNGUEZ y Chappell LAWSON (comps.), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Candidates, Voters, and the Presidential Campaign of 2000*, Stanford, CA, Stanford University Press, pp. 211-240.
- (2004b), "Television Coverage, Vote Choice, and the 2000 Campaign", en Jorge I. DOMÍNGUEZ y Chappell LAWSON (comps.), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Candidates, Voters, and the Presidential Campaign of 2000*, Stanford, CA, Stanford University Press, pp. 211-240.
- LAWSON, Chappell y James A. McCANN (2005), "Television News, Mexico's 2000 Elections and Media Effects in Emerging Democracies", *British Journal of Political Science*, vol. 35, núm. 1, enero, pp. 1-30, Reino Unido, University of Cambridge.
- LAWSON, Chappell (2008), "Election Coverage in Mexico", en J. STRÖMBÄCK y L. L. KAID (eds.), *The Handbook of Election News Coverage around the World*, Londres, Routledge, pp. 370-384.
- LAZARSELD, Paul Felix *et al.* (1944), *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, Nueva York, Duell, Sloan, and Pearce.
- LICHTER, S. Robert *et al.* (1999), *Images of Government in TV Entertainment*, Washington, DC, Center for Media and Public Affairs.
- (2000), "Government Goes Down the Tube: Images of Government in TV Entertainment, 1955-1998", *The Harvard International Journal of Press/Politics*, vol. 5, núm. 2, marzo, pp. 96-103, Cambridge, Massachusetts, Harvard University.
- LOMNITZ, Larissa Adler de *et al.* (2010), *Symbolism and Ritual in a One-Party Regime: Unveiling Mexico's Political Culture*, Tucson, AZ, University of Arizona Press.

- LOZANO, José Carlos (2006), "Political Advertising in Mexico", en L. L. KAID y C. HOLTZ-BACHA (eds.), *The SAGE Handbook of Political Advertising*, Thousand Oaks, CA, Londres, Sage, pp. 259-267.
- MALDONADO SÁNCHEZ, Jorge y César ORTEGA de la ROQUETTE (2013), "La recepción de los ciudadanos a las noticias de los candidatos", en José Rubén JARA ELÍAS y Alejandro GARNICA ANDRADE (eds.), *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, México, Delphi, pp. 248-320.
- MARTÍNEZ, Mauricio, Ignacio CÁRDENAS y Ricardo BARRUETA (2013), "Recepción e impacto de los spots y la mercadotecnia electoral en los votantes", en J. R. JARA ELÍAS y A. GARNICA ANDRADE (eds.), *Audiencias saturadas, comunicación fallida: el impacto de los spots y las noticias en la campaña presidencial 2012*, México, Delphi, pp. 193-247.
- McCOMBS, Maxwell E. y Donald L. SHAW (1972), "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, núm. 2, pp. 176-187, Estados Unidos, American Association for Public Opinion Research.
- MORENO, Alejandro (1999), "Campaign Awareness and Voting in the 1997 Mexican Congressional Elections", en Jorge I. DOMÍNGUEZ y Alejandro POIRÉ (comps.), *Toward Mexico's Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Nueva York, Routledge, pp. 114-146.
- (2002), "Partisan Cues, Candidate Images, and Political Messages: How Mexican Voters Assimilate Campaign Information", *Working Papers on Political Science*, núm. 3, México, Departamento de Ciencias Políticas, Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- (2003), *El votante mexicano: democracia, actitudes políticas y conducta electoral*, México, Fondo de Cultura Económica.
- (2004), "The Effects of Negative Campaigns on Mexican Voters", en Jorge I. DOMÍNGUEZ y Chappell LAWSON (comps.), *Mexico's Pivotal Democratic Election: Candidates, Voters, and the Presidential Campaign of 2000*, Stanford, CA, Stanford University Press, pp. 243-268.

- (2009a), “The Activation of Economic Voting in the 2006 Campaign”, en Jorge I. DOMÍNGUEZ, Chappell LAWSON y Alejandro MORENO (comps.), *Consolidating Mexico’s Democracy: The 2006 Presidential Campaign in Comparative Perspective*, Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press, pp. 209-228.
- (2009b), *La decisión electoral: votantes, partidos y democracia en México*, México, Miguel Ángel Porrúa.
- MUÑOZ, Carlos (2015), “La política como debate temático o estratégico. Framing de la campaña electoral mexicana de 2012 en la prensa digital”, *Comunicación y Sociedad*, enero-junio, pp. 67-95.
- MUTZ, Diana Carole *et al.* (comps.) (1996), *Political Persuasion and Attitude Change*, Ann Arbor, University of Michigan Press.
- NEWTON, Kenneth (1999), “Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?”, *British Journal of Political Science*, vol. 29, núm. 4, octubre, pp. 577-599, Cambridge, University of Cambridge.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1973), “Return to the Concept of Powerful Media”, *Studies of Broadcasting*, vol. 9, mayo-agosto, pp. 66-112.
- (1974), “The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion”, *Journal of Communication*, vol. 24, junio, pp. 43-51, Estados Unidos, International Communication Association.
- NORRIS, Pippa (1996), “Does television erode social capital?; A reply to Putnam”, *Political Science and Politics*, vol. 29, núm. 3, pp. 474-480.
- NORRIS, Pippa, John CURTICE, David SANDERS, Margaret SCAMMELL, y Holli SEMETKO (1999), *On Message: Communicating the Campaign*, Londres, Sage.
- (2000a), “The impact of television on civic malaise”, en Susan J. PHARR y Robert D. PUTNAM (comps.), *Disaffected Democracies: What’s Troubling the Trilateral Countries?*, Princeton, NJ, Princeton University Press, pp. 231-252.
- (2000b), *A Virtuous Circle: Political Communications in Post-industrial Societies*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (2001), “Political Communications and Democratic Politics”, en John BARTLE y Dylan GRIFFITHS (comps.), *Political*

- Communications Transformed: from Morrison to Mandelson*, Nueva York, Palgrave, pp. 163-180.
- (2002a), “Campaign communications”, en Lawrence LEDUC, Richard G. NIEMI y Pippa NORRIS (comps.), *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, Londres, Sage, pp. 127-147.
- (2002b), “Civic Engagement: Mexico in Comparative Perspective”, Harvard University. Disponible en: <www.pippa-norris.com>.
- (2002c), “Tuned Out Voters? Media Impact on Campaign Learning”, Politeia Conference, Bruselas.
- (2005), *Developments in Party Communications*, Washington, DC, National Democratic Institute for International Affairs.
- PATTERSON, Thomas E. (1993), *Out of Order*, Nueva York, A. Knopf.
- PEDERSEN, Rasmus Tue (2012), “The Game Frame and Political Efficacy: Beyond the Spiral of Cynicism”, *European Journal of Communication*, vol. 27, núm. 3, septiembre, pp. 225-240, Reino Unido, Northumbria University.
- PERSE, Elizabeth M. (2001), *Media Effects and Society*, Mahwah, NJ, L. Erlbaum Associates.
- PLASSER, Fritz y Gunda PLASSER (2002), *Global Political Campaigning: A Worldwide Analysis of Campaign Professionals and Their Practices*, Westport, CT, Praeger.
- POIRÉ, Alejandro (1999), “Retrospective Voting, Partisanship, and Loyalty in Presidential Elections: 1994”, en Jorge I. DOMÍNGUEZ y Alejandro POIRÉ (comps.), *Toward Mexico’s Democratization: Parties, Campaigns, Elections, and Public Opinion*, Londres, Routledge, pp. 24-56.
- POPKIN, Samuel L. (1991), *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*, Chicago, University of Chicago Press.
- PUTNAM, Robert D. (1995), “Tuning In, Tuning Out: The Strange Disappearance of Social Capital in America”, *PS: Political Science and Politics*, vol. 28, núm. 4, diciembre, pp. 664-683, Estados Unidos, American Political Science Association.
- (2000), *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Nueva York, Simon & Schuster.

- (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- REIMERS, Fernando y Sergio CÁRDENAS (2010), “Youth Civic Engagement in Mexico”, en L. R. SHERROD, J. TORNEY-PURTA y C. A. FLANAGAN (eds.), *Handbook of Research on Civic Engagement in Youth*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons, pp. 139-160.
- ROBINSON, Michael J. (1976), “Public Affairs, Television and the Growth of Political Malaise: The Case of ‘The Selling of the Pentagon’”, *American Political Science Review*, vol. 70, núm. 2, junio, pp. 409-432, Estados Unidos, American Political Science Association.
- SABATO, Larry (1993), *Feeding Frenzy: How Attack Journalism Has Transformed American Politics*, 2a. ed., Nueva York, Oxford, Free Press.
- SCHAFFERER, Christian (comp.) (2006), *Election Campaigning in East and Southeast Asia: Globalization of Political Marketing*, Aldershot, Ashgate.
- SCHMITT-BECK, Rüdiger (2007), “New Modes of Campaigning”, en Russell J. DALTON y Hans-Dieter KLINGEMANN (comps.), *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford, Oxford University Press, pp. 744-764.
- SCHMITT-BECK, Rüdiger y Katrin VOLTMER (2007), “The Mass Media in Third-Wave Democracies: Gravediggers or Seedsmen of Democratic Consolidation?”, en Hans-Jürgen PUHLE, Richard GUNTHER y José Ramón MONTERO (eds.), *Democracy, Intermediation, and Voting on Four Continents*, Oxford, Oxford University Press, pp. 75-134.
- Secretaría de Gobernación (2012), Quinta Encuesta Nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas. Disponible en: <<http://www.encup.gob.mx/>>.
- SHAH, Dhavan V. *et al.* (2001), “Communication, Context, and Community: An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences”, *Communication Research*, vol. 28, núm. 4, agosto, pp. 464-506, Estados Unidos, Syracuse University.
- SWANSON, David L. y Paolo MANCINI (comps.) (1996), *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*, Westport, CT, Praeger.

- TEMKIN, Benjamín y Georgina FLORES-IVICH (2014), “Exposición a medios de comunicación y participación electoral”, en Gustavo MEIXUEIRO y Alejandro MORENO (comps.), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*, México, Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública/Cámara de Diputados, pp. 265-281.
- VALDIVIA, Marcos y Ulises BELTRÁN (2009), “Dilemas de estrategia: ¿Tierra o aire? Redes sociales y decisión electoral”, *Política y Gobierno*, volumen temático sobre las elecciones en México, pp. 177-198, México, Centro de Investigación y Docencia Económicas.
- VALENTINO, Nicholas A. *et al.* (2001), “A Spiral of Cynicism for Some: The Contingent Effects of Campaign News Frames on Participation and Confidence in Government”, *Political Communication*, vol. 18, núm. 4, octubre, pp. 347-367, Estados Unidos, International Communication Association/American Political Science Association.
- VALENZUELA, Sebastián y Maxwell E. McCOMBS (2007), “Agenda-setting Effects on Vote Choice: Evidence from the 2006 Mexican Election”, Paper presented at the 57th Annual Conference of the International Communication Association, San Francisco, California, mayo, pp. 24-28.
- VOLTMER, K. y R. SCHMITT-BECK (2006), “New Democracies Without Citizens? Mass Media and Democratic Orientations – a Four Country Comparison”, en K. VOLTMER (ed.), *Mass Media and Political Communication in New Democracies*, Londres, Routledge, pp. 199-214.
- WALLIS, Darren (2001), “Outfoxing Leviathan: Campaigning Down Mexico Way”, *Journal of Public Affairs*, vol. 1, núm. 3.
- WELLMAN, Barry *et al.* (2001), “Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital?: Social Networks, Participation, and Community Commitment”, *American Behavioral Scientist*, vol. 45, núm. 3, noviembre, pp. 436-455, Estados Unidos, Sage Publications.
- ZALLER, John R. (1992), *The Nature and Origins of Mass Opinion*, Cambridge, Cambridge University Press.
- (1996), “The Myth of Massive Media Impact Revived: New

Support for a Discredited Idea”, en Diana CAROLE MUTZ, Paul M. SNIDERMAN y Richard A. BRODY (comps.), *Political Persuasion and Attitude Change*, Ann Arbor, MI, University of Michigan Press, pp. 17-79.

CONFIGURACIÓN CIUDADANA E IMAGINARIOS PARTICIPATIVOS EN LOS JÓVENES MEXICANOS

EMANUEL RODRÍGUEZ DOMÍNGUEZ*

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, la participación política de los jóvenes en México, y en otras partes de América Latina, ha empezado a ocupar un lugar preponderante en el desarrollo de la democracia, al grado que su cuestionamiento, abstención o participación en las votaciones puede incidir de manera considerable en los resultados de una elección. Asimismo, hoy en día es común que los jóvenes implementen repertorios de acción contestatarios, itinerantes e intermitentes para manifestar su descontento ante los crecientes niveles de desigualdad social, derivados de una política económica que los excluye de la posibilidad de incorporarse productivamente a la sociedad.¹ Desafortunadamente, la mayoría

* Doctor en Ciencias Antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana, Profesor-investigador del Centro de Estudios Antropológicos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Línea principal de investigación: El análisis de la cultura política, la gobernabilidad urbana y las luchas por el derecho a la ciudad. Correo electrónico: <emanuel.rodriguex@gmail.com>

¹ En el diagnóstico “Invertir para transformar: la juventud como protagonista del desarrollo”, realizado en 2014 por la Comisión Económica

de las veces dichas prácticas políticas no trascienden el ámbito de la protesta o el voto, pues los jóvenes no han logrado generar una estructura organizativa de largo aliento que pueda incidir en las acciones del Estado y sus políticas públicas. Vale decir que tampoco el andamiaje estatal ha tenido la disponibilidad de abrir canales de diálogo con los jóvenes, para generar acciones gubernamentales enfocadas a resolver sus demandas y necesidades.

El actuar de los jóvenes ante las estructuras partidario-gubernamentales no puede ser estandarizado mediante tipologías o visiones normativas, las cuales regularmente asumen el rango de edad o las cuestiones institucionales como elementos que constriñen los imaginarios participativos de los jóvenes y, por tanto, condicionan sus prácticas políticas. Un balance general de las investigaciones sobre la participación política de los jóvenes realizadas en América Latina (Pérez Islas, 2006) refleja la existencia de una gran cantidad de informes regionales, estados del arte, encuestas nacionales y publicaciones periódicas que han tratado de romper con las visiones que asumían la categoría de juventud en relación con la delimitación etaria de un “segmento social” (en la cual no se ha llegado a un acuerdo definitivo sobre los rangos de edad que definen lo que es “ser” joven), para dar paso a su concepción como categoría sociológica que remite a una serie de elementos que estructuran socialmente las relaciones y las prácticas de estos actores, estableciendo diversos sujetos históricos y configurando múltiples tipos de juventudes (Pérez Islas, 2005; Urteaga, 2005).

para América Latina (CEPAL), la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ) y el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), se establece que 34.4% de los mexicanos de 15 a 29 años de edad viven en pobreza. Además, de acuerdo a la Encuesta Nacional de la Juventud del 2010, de los 36.2 millones de jóvenes que hay en nuestro país, 7.2 millones no estudian y tampoco trabajan; de este total, 75% son mujeres.

El replanteamiento en los estudios de juventudes también ha reconfigurado la forma como se abordan los comportamientos de los jóvenes en las diversas arenas políticas del ámbito local, nacional y global. Con ello se han superado las limitaciones que asumían una visión estatista de la participación de los jóvenes, lo cual implicaba concebirla únicamente en el marco de la política formal (partidario-electoral), adoptando una visión estructural en donde las instituciones de los “adultos” definen las reglas que condicionan la participación política de los jóvenes (Clark y Percy-Smith, 2006; Fisher, 2012; McFarland y Thomas, 2006). La mayoría de estas investigaciones se basaban en los indicadores de encuestas nacionales de valores, para despolitizar a los jóvenes por sus bajos índices de capital social, su desafección participativa y su desinterés en la política.

En contraposición al estudio estructural de la participación juvenil surgieron nuevas perspectivas de análisis que destacaban la agencia de los actores sociales al interactuar con las estructuras del Estado o en las relaciones de poder que afectaban su vida cotidiana. Dentro de este enfoque destacan, por un lado, las investigaciones que atendieron la participación política juvenil en los movimientos sociales, centrando su atención en las acciones contenciosas o formas de acción colectiva que implementaban los jóvenes para manifestar su descontento con las estructuras estatales o el sistema político (Alvarado y Vommaro, 2010; Monsiváis, 2002). Por otro, sobresalen los estudios que mediante una mirada etnográfica analizaron los vínculos entre las identidades juveniles y las prácticas político-culturales que no cruzan por las esferas de la política formal, sino que configuran culturas juveniles que emergen tensamente interpelando los procesos globales mediante nuevos imaginarios contraculturales, donde se expresan nuevas y distintas formas de construcción de lo político (Valenzuela, 2002; Feixa, 1999). De esta forma los jóvenes, desde sus imaginarios

simbólicos y sus prácticas contestatarias, interpelan a las institucionales convencionales de la política (gubernamentales y partidarias), planteándoles el desafío de crear nuevos canales de diálogo.

Lo presentado hasta este momento refleja una paradoja en un estudio sociológico de la participación política de los jóvenes. Por un lado, están las conceptualizaciones normativas que ponderan los elementos estructurales para definir las capacidades participativas de los actores sociales. Por otro, se encuentran los enfoques que consideran en su marco de análisis la capacidad de agencia y los elementos socioculturales para definir marcos de acción e identidades políticas. Sin embargo, son menos comunes los debates que se han dado a la tarea de articular estas dos posiciones, con el objetivo de evaluar la relación de los jóvenes con las estructuras partidario-gubernamentales, sin normalizar sus prácticas políticas.

Precisamente, los debates en torno a la configuración sociocultural de la ciudadanía juvenil nos permiten superar la visión dicotómica que ha predominado en el análisis de la participación política de los jóvenes, sin soslayar que la ciudadanía es una categoría que remite a los derechos y obligaciones que todo joven adquiere por el simple hecho de ser miembro de una sociedad particular (Monsiváis, 2002). La visión sociocultural complementa esta visión normativa, al postular que dichos derechos y obligaciones son negociados de múltiples maneras por los actores, dependiendo tanto de los grupos de referencia en los que se desenvuelven, como de los imaginarios políticos que orientan sus acciones (Rodríguez, 2014).

Considerando lo anterior, un enfoque amplio de la ciudadanía pone atención en los sentidos, prácticas y discursos que van emergiendo en torno a las demandas y exigencias de los jóvenes al ser “sujetos de derechos”, profundizando en las múltiples formas en que estos actores se vinculan a la cons-

trucción del orden político, para identificar y fortalecer aquellos sentidos, prácticas y discursos más inclusivos, democráticos y participativos. No obstante, tampoco debe obviar que en los espacios en donde se desenvuelven los jóvenes se reproducen prácticas verticales, autoritarias y de desafección política. En consecuencia, la participación de los jóvenes en la esfera pública no tiene un rumbo predefinido, sino que oscila entre prácticas regresivas a la democracia y acciones que fortalecen la incidencia ciudadana en los asuntos públicos. Esta paradoja en las relaciones entre jóvenes, actores gubernamentales y partidos permite analizar la forma en que la configuración de la ciudadanía juvenil se sitúa en un *continuum* entre el individualismo-igualitario y la jerárquica-grupal.

Partiendo del supuesto de que los jóvenes ni son homogéneos, ni representan una categoría cerrada y definible a partir de unos cuantos rasgos, pues en su actuar político son heterogéneos, complejos y portadores de proyectos diferenciales (Reguillo, 2003: 12), el presente trabajo utilizará los datos contenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes (ENCPJ 2012) (Colmex, UAM, UdeGto, 2012), para explicar cuáles son los imaginarios participativos de los jóvenes urbanos mexicanos y qué relación tienen con sus prácticas políticas. Asimismo, se busca entender cuáles son los sentidos de las ciudadanías de los jóvenes urbanos y qué direcciones están tomando en su interacción con la estructura Estado (¿son más influyentes y democráticas o reproducen prácticas regresivas a la democracia?).

Desde nuestro punto de vista es posible medir las formas de subjetividad política y la configuración amplia de la ciudadanía en los jóvenes urbanos mexicanos mediante sus valoraciones expresadas en la encuesta. Para sustentar lo anterior, el presente trabajo desarrolla, en primer lugar, una breve discusión sobre el tema de las ciudadanías y las prácticas políticas en relación con la categoría de juventu-

des. En segundo lugar, se analizan y recodifican las respuestas obtenidas en el marco de la encuesta para construir índices multivariados sobre la participación política no institucional de los jóvenes entrevistados, sus grados participativos y su percepción de la efectividad al actuar en los ámbitos públicos. Estos índices servirán de base para explicar las expectativas participativas que suscriben los jóvenes urbanos mexicanos al relacionarse con los representantes del Estado.

JUVENTUDES, CIUDADANÍAS Y SENTIDOS PARTICIPATIVOS

El estudio de jóvenes desde una perspectiva política debe considerar quién o quiénes están socializando para la vida democrática, entendida de manera mucho más compleja que el ejercicio del voto; dónde están los satisfactores socioemocionales que los hacen participar; dónde los espacios inclusivos de incidencia directa en las acciones estatales; dónde los procesos articuladores que integran en la esfera pública los diversos esfuerzos democráticos en el país. Reconocer la densidad (y la complejidad) de un tejido social conformado por una multiplicidad de actores sociales que están dinamizando día a día el país requiere estudiar las formas organizativas que plantean propuestas de gestión y de acción, aunque éstas escapen a las formas tradicionales de concebir el ejercicio político y a sus escenarios habituales (Reguillo, 2003, 2005).

De esta forma la participación política de los jóvenes no está vinculada a parámetros preestablecidos de comportamiento, sino que se debe entender desde su propio contexto, sin dejar de lado sus valoraciones sobre el poder y la política, en las cuales se pueden expresar visiones positivas y regresivas de la democracia. De este modo, el estudio de

las ciudadanías juveniles busca reflexionar en torno a la manera en que la política afecta a los jóvenes y cómo ellos transforman y construyen nuevas formas de hacerla y vivirla. Dicho proceso abarca las prácticas políticas mediante las cuales los poderes públicos delimitan, contienen, observan, describen y planean intervenciones sobre la juventud, sin descuidar cómo, a su vez, la juventud reacciona, se adapta, se aísla, resiste o finalmente participa en las luchas de poder.

Considerando lo anterior, en el presente trabajo no se plantea la existencia de una categoría normativa de la ciudadanía, participación o cultura política (que construya una ciudadanía juvenil o una cultura política de los jóvenes), sino que se retoma una dimensión sustantiva de la construcción cotidiana de la ciudadanía y la participación en el espacio público, en la que los jóvenes se constituyen como actores políticos que hacen valer sus derechos políticos, económicos y sociales para participar democráticamente en las decisiones colectivas del gobierno y el Estado, pero ello no los absuelve de reproducir prácticas autoritarias y antidemocráticas en su actuar político.

En general la participación se visualiza como un elemento que muestra el interés de los ciudadanos en lo político. De ahí que algunas conceptualizaciones del término refieren específicamente a que los habitantes de un territorio intervengan en las actividades públicas, representando intereses particulares (no individuales) y, a la vez que cumplan con sus obligaciones, ejerzan sus derechos (Ziccardi, 2000). En este sentido, algunos estudios indican que la participación puede fungir como eje ordenador de las agendas políticas derivadas de la acción pública, además de ser un factor importante en la definición de la vida democrática de una comunidad y, por lo tanto, en su cultura política.

No obstante, como lo establecen Krotz y Winocur (2007), es necesario matizar las capacidades analíticas del concep-

to de participación ciudadana, pues sus categorizaciones, en algunos casos, se tornan muy estrechas y arrastran problemas que prefiguran y estandarizan el escenario de análisis, al omitir los factores estructurales o culturales que matizan la acción política; es el caso de las cuestiones de identidad, clase o género. Por esta razón, la presente investigación analiza las circunstancias en las cuales los jóvenes, al decidir participar o no, reproducen, modifican o construyen nuevas significaciones en relación con las estructuras de poder y, a su vez, cómo estos procesos derivan en acciones concretas dentro del ámbito político. Para lograr lo anterior, se contextualizan los procesos de participación de los jóvenes dentro de un espacio de negociación en donde se entrecruzan imaginarios y prácticas políticas,² los cuales tienen como propósito influir eficazmente en el sistema político.

La eficacia de las acciones políticas implementadas por los involucrados en un área política particular depende de la correlación de cuatro condiciones: *a*) los efectos derivados de la constitución de campos significativos —la cultura—; *b*) las características particulares de la participación ciudadana —la acción—; *c*) los beneficios que adquieren los actores políticos al establecer determinadas prácticas políticas —la intencionalidad—, y *d*) la porosidad del sistema político —el contexto—. Enmarcar analíticamente las acciones políticas desarrolladas en los ámbitos de condensación de la acción pública bajo el trinomio cultura/contexto/acción posibilita el análisis de los matices culturales que impregnan los imaginarios y las prácticas políticas establecidas por los actores en dichos entramados sociales.

² Las prácticas políticas son acciones cuyos contenidos se aprenden, reproducen y modifican por la interacción entre cultura y política. Son prácticas que sintetizan imaginarios e intencionalidades políticas (Tejera, 2009).

Las nociones arriba expuestas constituyen la antesala para presentar la discusión conceptual sobre la ciudadanía y las prácticas políticas de los jóvenes. Estas categorías son fundamentales para comprender cómo los imaginarios sociales de los jóvenes urbanos mexicanos están matizados por la multiplicidad de arreglos y prácticas cotidianas, en donde las relaciones de poder expresan y desarrollan múltiples intercambios de significado entre ciudadanía, gobierno y partidos políticos. Dichos imaginarios son procesos subjetivos que devienen en un campo organizado de prácticas culturalmente organizadas entre actores sociales y campos de posibilidad definidos a nivel micro y macrosocial. Bajo este planeamiento, la construcción de imaginarios políticos es un proceso “central a todas las formas de agencia, es un hecho social en sí mismo y es el componente fundamental del nuevo orden global” (Appadurai, 2001: 45).

Para abordar los sentidos participativos de los jóvenes en su interacción con las estructurales gubernamentales y partidarias utilizo una visión amplia de ciudadanía (Da Matta, 2002; Lechner, 2000; Lomnitz, 2000). Esta perspectiva me permite entender los múltiples sentidos de los contenidos de la participación política, al considerar que dichas acciones están mediadas por dinámicas de desigualdad y diferenciación asociadas a relaciones de clase, prestigio y jerarquía. Con ello complemento el carácter normativo de la ciudadanía (Marshall y Bottomore, 1998), mediante un esquema sociocultural que la concibe como un proceso dinámico en constante reconfiguración en los espacios de la vida cotidiana; es decir, en donde los actores sociales aceptan, negocian o degradan los sentidos que configuran su cultura ciudadana. Esta idea de la ciudadanía en relación con la trama social no debe ser confundida con una despolitización del individuo. En todo caso representa la politización del entorno local o la ciudadanización de lo político; es decir, de aquellas acciones de la vida cotidiana en donde los actores

sociales reflejan un mayor grado de agencia en su interacción con las instituciones formales e informales que representan el poder (Lechner, 2000).

Es innegable que los contenidos de la ciudadanía derivan de los deberes y derechos que tiene un individuo con respecto al Estado. De ahí que la conceptualización formal de este término mantiene cierto núcleo duro y un marco normativo institucional que establece los derechos (civiles, políticos y sociales) que adquiere un individuo por ser parte de un Estado-nación particular (Marshall y Bottomore, 1998). Pero esta conceptualización de la ciudadanía tiene un sesgo reduccionista que imposibilita entender las condiciones culturales que matizan los arreglos políticos establecidos entre gobernantes y gobernados, pues la explicación regularmente queda restringida al ámbito de los derechos electorales que otorga la ley a cualquier ciudadano, lo cual conlleva el riesgo de vaciar esta categoría de contenido. Así, como bien apunta Lomnitz (2000), para entender la configuración sociocultural de la ciudadanía, es necesario desarrollar una interpretación de las definiciones legales e institucionales de este término y su negociación o degradación en la interacción social cotidiana. En efecto, en los últimos años el ejercicio de la ciudadanía se ha desplazado paulatinamente del marco estatal-institucional hacia otras instancias de acción política y espacios de concentración, en donde se expresan nuevos actores y colectivos sociales que conciben de manera diferente su rol de ciudadanos.

La Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) permite analizar las nuevas formas de subjetividad política en los jóvenes mexicanos sin constreñirlas a los elementos estructurales que limitan su participación o fomentan su desafección política, porque en las valoraciones captadas en sus apartados se manifiestan múltiples imaginarios participativos, que responden a diversos cam-

Figura 1. Niveles de negociación de la ciudadanía en sentido amplio



[297]

Fuente: Elaboración propia.

pos o arenas de incidencia ciudadana en la política (entornos institucionales, procesos electorales, relaciones ciudadanía-gobiernos locales, transparencia y rendición de cuentas, entre otros). No obstante, la participación juvenil no ocurre en escenarios ideales, ya que no depende sólo de la agencia de estos actores, al estar matizada por las ventanas de incidencia ciudadana de un contexto político particular.

Los imaginarios participativos de los jóvenes urbanos mexicanos, en consecuencia, pueden generar prácticas políticas cuya dirección oscila en múltiples sentidos; es decir, en su actuar pueden coexistir, o entrar en tensión, prácticas políticas participativas y democráticas, y prácticas corporativas y autoritarias. Ello depende, como lo describiremos a continuación, de la valoración que tienen los jóvenes de las estructuras del Estado, los elementos socioculturales que matizan sus imaginarios políticos y la densificación de los lazos sociales que les proveen sus grupos de referencia. Sin embargo, estos imaginarios no sólo dependen de las valoraciones culturales de los actores y sus niveles de capital social, pues también están acotados por los campos de posibilidad participativa que les permiten las estructuras de poder local.

Justamente, el diseño metodológico de la encuesta, basado en áreas político culturales, permitió obtener información sobre los jóvenes urbanos mexicanos de 18 a 29 años (es decir, votantes potenciales), y de la población adulta que habita en los mismos domicilios, con el fin de comparar las preferencias políticas y la forma como se relacionan con el poder los ciudadanos jóvenes y adultos, en el contexto de la elección presidencial de 2012. Con base en dicha información, a continuación mostraremos cómo la configuración de la ciudadanía juvenil tiene un carácter multidireccional, ya que la percepción de los jóvenes puede ser mediada por una amplia gama de alternativas o situaciones sociales derivadas de un *continuum* entre una lógica horizontal-igualitaria

en la que avistan mayores *expectativas participativas*³ y una lógica vertical-jerárquica en la que suscriben una *desafección partidario-gubernamental*.⁴

PARTICIPACIÓN POLÍTICA NO INSTITUCIONAL E IMAGINARIOS PARTICIPATIVOS DE LOS JÓVENES URBANOS MEXICANOS

En este apartado se analizan los aspectos de la participación de los jóvenes que no tienen como marco de referencia instituciones u organizaciones políticas, para entender hasta qué punto el desencanto de los jóvenes con los partidos políticos es producto de su indiferencia a participar en los ámbitos de incidencia de la vida pública o, por el contrario, lo que está aconteciendo en los contextos urbanos del país es que los partidos no satisfacen las expectativas de los jóvenes y éstos canalizan su interés en la política o sus inquietudes para resolver problemas individuales y colectivos hacia otros espacios de acción colectiva.

Los niveles de participación política no institucional de los jóvenes urbanos mexicanos se pueden inferir a través de su capacidad asociativa, ya sea por colaborar en organizaciones, clubes y asociaciones locales, como en grupos cívicos. La capacidad asociativa, entendida también como capital social (Putnam, 1993), alude directamente a las características de la organización social en la que se participa, como por ejemplo redes, normas y confianza que facilitan la coo-

³ Reflejadas, por ejemplo, en su alta disposición a participar en los procesos electorales (48%; ENCPJ 2012, pregunta 68) o denunciar algún delito electoral (69%; pregunta 101 de la ENCPJ 2012).

⁴ Expresada en su reticencia a participar o militar en algún partido político (98%; ENCPJ 2012, pregunta 62) y su propensión a establecer relaciones clientelares con tal de obtener atención gubernamental (7.3%; ENCPJ 2012, pregunta 70).

peración y la coordinación en beneficio mutuo. Asimismo, un indicador que complementa los grados de participación política no institucional de los jóvenes son los repertorios de acción colectiva (protestas, paros laborales, rebeliones y movimientos sociales), que implementan de manera discontinua o contenciosa en alguna coyuntura política (Tilly, 2000); es decir, aquellas manifestaciones espontáneas que no expresan rutinas diarias y articulan las demandas de un grupo o sector social con los propios intereses de los jóvenes, para generar acciones que cuestionen a la autoridad política.

Considerando lo anterior, el cuadro 1 muestra el resultado de la recodificación de las interrogantes de la encuesta relacionadas con la participación de los jóvenes en organizaciones sociales (ENCPJ 2012, pregunta 23), así como la relacionada con los repertorios de acción colectiva que se implementan al exigir la solución a un problema o demanda (ENCPJ 2012, pregunta 26). Dicha recodificación da como resultado un índice de participación política no institucional que permite deducir los grados participativos de los jóvenes urbanos mexicanos y es la base predictiva de los análisis multivariados que se presentan a continuación.

Los resultados del cuadro 1 confirman los bajos índices de capital social y la alta desafección participativa que prevalece entre los jóvenes urbanos mexicanos, pues casi 6 de cada 10 entrevistados manifestaron no participar en organizaciones sociales, ni acudir a marchas u otras acciones de protesta. El severo déficit de capital social entre los mexicanos y su desafección hacia los repertorios de acción colectiva es una constante tanto en la última *Encuesta Nacional de Cultura Política* (SEGOB, 2012) como en el *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México* (IFE-Colmex, 2014). En estos estudios, por ejemplo, el grado de asociacionismo es relativamente bajo y el tipo de agrupaciones que predominan se encuentra en la triada de organismos religiosos, de padres de familia y deportivos. Mientras que las organi-

Cuadro 1. Índice de participación política no institucional
de jóvenes urbanos mexicanos

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
No participa de organizaciones, ni de manifestaciones	2 051	59.1	59.1	59.1
Participa de manifestaciones, pero no de organizaciones	260	7.5	7.5	66.6
Participa de organizaciones, pero no de manifestaciones	793	22.9	22.9	89.5
Participa de organizaciones y de manifestaciones	364	10.5	10.5	100.0
<i>Total</i>	<i>3 468</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 23 y 26 recodificadas.

zaciones políticas, sociales, sindicales, tienen poco aprecio y una membresía cada vez más decreciente, ello en parte es producto de su descrédito como interfaces de incidencia política; más adelante volveremos a este punto.

El cuadro 2 muestra los grados participativos de los jóvenes urbanos mexicanos producto de la codificación de los índices de participación política no institucional de la siguiente manera: *a)* Nulo, si no participa en organizaciones y manifestaciones; *b)* Moderado, si participa en una organización o en alguna manifestación o protesta; y *c)* Alto, si utiliza ambos repertorios de acción entre sus estrategias de participación política. Los resultados obtenidos permiten establecer que 30.4% de los entrevistados tiene un imaginario participativo moderado, ya sea porque forma parte de una organización o porque acudió a una manifestación. Por su parte, sólo uno de cada 10 jóvenes refleja una expectativa participativa alta, al admitir tanto su membresía en una organización, como su tendencia a involucrarse en acciones contenciosas que le permitan expresar su descontento con la autoridad política. Vale decir que el tipo de asociacionismo predominante entre los jóvenes urbanos que sí participan en la esfera pública está vinculado en 19.8% a su pertenencia a organizaciones deportivas, culturales o artísticas

Cuadro 2. Grados participativos de los jóvenes urbanos mexicanos

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Nulo	2 051	59.1	59.1	59.1
Moderado	1 053	30.4	30.4	89.5
Alta	364	10.5	10.5	100.0
<i>Total</i>	<i>3 468</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 23 y 26 recodificadas.

(ENCPJ 2012, pregunta 23). En cuanto a sus repertorios de acción colectiva, predominan el uso crítico de las redes sociales virtuales con el 9.3%, la asistencia a marchas o plantones con 5.4%, y su intervención en un paro laboral o una huelga con 5.2 % (ENCPJ 2012, pregunta 26).

Los procesos de asociacionismo y acción colectiva que potencian la participación política no institucional de los jóvenes urbanos mexicanos pueden fomentar escenarios horizontales (caracterizados por el consenso y la deliberación) o verticales (definidos por el autoritarismo y la subordinación) al vincularse con las estructuras partidario-gubernamentales. No obstante, las mediciones de capital social ponderan directamente las colectividades en donde predominan las relaciones del primer tipo y los efectos positivos (confianza, reciprocidad y compromiso cívico) de su densificación e institucionalización, cuyos beneficios económicos y políticos son el abaratamiento de los costos de transacción y la disminución de la incertidumbre al cooperar y participar en asuntos comunes. Por ello valdría la pena explicar mediante un análisis multivariado por qué entre los jóvenes mexicanos se está perdiendo la confianza asociativa para participar colectivamente en estructuras que, en teoría, servirían para mejorar sus condiciones de vida y la de los entornos en los que se desarrollan.

Una primera hipótesis a comprobar tiene que ver con la correlación que pudiera existir entre los índices de participación política no institucional y los rangos de edad de los jóvenes entrevistados. El cuadro 3 muestra que hay una relación significativa decreciente entre la participación en manifestaciones y organizaciones sociales; es decir, en la etapa final de la juventud es cuando más propensos son los jóvenes a tener bajos grados de asociacionismo y de incidencia colectiva, pues entre los 25 y los 29 años de edad es cuando menos participan en asociaciones u organizaciones del ámbito local. Paradójicamente, para comprobar una segunda hipótesis se

Cuadro 3. Índice de participación política no institucional
según rangos de edad

		<i>Rangos de edad</i>			<i>Total</i> (%)
		<i>18 a 19 años</i> (%)	<i>20 a 24 años</i> (%)	<i>25 a 29 años</i> (%)	
Índice de participación política no institucional	No participa en organizaciones, ni en manifestaciones	55.8	57.6	63.1	59.1
	Participa en manifestaciones, pero no en organizaciones	5.1	8.3	8.1	7.5
	Participa en organizaciones, pero no en manifestaciones	27.3	22.6	20.2	22.9
	Participa en organizaciones y en manifestaciones	11.8	11.4	8.5	10.5
<i>Total</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 23 y 26 recodificadas.

aplicó la misma correlación utilizando los grados de escolaridad recodificados (cuadro 4);⁵ este análisis bivariante expresó una relación inversa a la que obtuvimos al analizar los rangos de edad, pues entre más avanzado es el nivel de estudios de los jóvenes urbanos su desafección participativa disminuye casi en 30%, al grado que se involucran más en organizaciones sociales, marchas y protestas o en ambos repertorios de acción colectiva.

Ahora bien, para explicar los bajos índices de participación política de los jóvenes urbanos mexicanos es necesario conocer los motivos que expresan para no participar en las organizaciones o asociaciones de su localidad (cuadro 5). Estos indicadores nos permiten ahondar en los factores que inducen a 59.2% de los entrevistados a no participar en ninguna organización social, ni interesarse por asistir a marchas o protestas. Asimismo, nos permiten entender por qué 7.5% de jóvenes urbanos prefieren los repertorios de acción contestataria en sus prácticas políticas, en detrimento de su integración a grupos u organizaciones sociales del ámbito local.

Las valoraciones expresadas en el cuadro 5 muestran que la desconfianza, el desinterés y las opiniones negativas hacia las organizaciones, clubes, asociaciones y grupos cívicos, son los principales factores que promueven los bajos niveles de asociacionismo entre los jóvenes urbanos mexicanos. Los mismos datos también reflejan que los bajos índices de capital social entre dichos actores están asociados, por un lado, a la inexistencia de canales o mecanismos para que éstos participen o se asocien en el ámbito local (15.7%). Por otro, está la justificación de carecer de tiempo para in-

⁵ Los grados escolares fueron recodificados a partir de agrupar las respuestas de la pregunta 13 de la ENCPJ 2012 en: Sin estudios (No estudio); Básica (Primaria y Secundaria); Media superior (Preparatoria o Bachillerato, Normal y Carrera técnica); Superior (Profesional) y Posgrado (Maestría o doctorado).

Cuadro 4. Índice de participación política no institucional según rangos de escolaridad

		<i>Rangos de escolaridad</i>					
		<i>Sin estudios (%)</i>	<i>Básica (%)</i>	<i>Media superior (%)</i>	<i>Superior (%)</i>	<i>Posgrado (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Índice de participación política no institucional	No participa en organizaciones, ni en manifestaciones	73.7	71.4	56.9	42.1	48.1	59.2
	Participa en manifestaciones, pero no en organizaciones		6.7	6.8	11.0	9.1	7.5
	Participa en organizaciones, pero no en manifestaciones	26.3	17.5	24.3	29.1	24.7	22.8
	Participa en organizaciones y en manifestaciones		4.4	12.1	17.7	18.2	10.5
<i>Total</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 13, 23 y 26 recodificadas.

Cuadro 5. Motivos por los que no participa en alguna organización social

<i>Respuestas</i>	<i>Porcentaje válido (%)</i>
No confío en los organizadores	6.4
No me interesan las cuestiones sociales	12.0
No creo que sirva para nada	6.0
Nunca he tenido la oportunidad	15.7
No tengo tiempo	24.6
No respondió	2.0
Total	66.7

Fuente: ENCPJ 2012, pregunta 25.

volucrarse en actividades que les permitan densificar sus relaciones sociales (24.6%). Si bien esto pudo ser un reflejo del individualismo que prima en la actualidad entre los jóvenes, también muestra que uno de los retos para aumentar el capital social entre ellos radica en la promoción de esquemas asociativos en el ámbito local que respondan y atiendan sus necesidades (recreativas, culturales, educativas, laborales y, desde luego, políticas).

La percepción sobre la efectividad de la participación política no institucional que tienen los jóvenes urbanos mexicanos es otro elemento que matiza su desafección participativa. La recodificación de la pregunta 57 de la ENCPJ 2012,⁶ sobre la efectividad, tanto de las acciones de coopera-

⁶ El índice de percepción de la efectividad considera sólo las opciones de la pregunta 76 de la ENCPJ 2012, en las que los entrevistados expresaron su aprobación sobre la efectividad de las acciones sociales que se enlistan en la casilla para solucionar algún problema que les afecta directamente, las cuales van desde pedir ayuda a un político o funcionario público hasta manifestarse en la calle para obtener una solución. Los grados de efectividad se calcularon de manera proporcional a las sumato-

ción social, como de los repertorios de acción contenciosa, que implementan los jóvenes urbanos para presionar a las autoridades en la búsqueda de la solución de un problema que afecta a sus entornos cotidianos, coincide con los bajos índices de capital social que manifiesta este sector, pues 65.3% de los entrevistados considera que los mecanismos de participación política no institucional tienen una efectividad baja o moderada. Incluso, los imaginarios de los jóvenes que tienen elevados índices de capital social y altos grados participativos expresan pocas expectativas respecto a la efectividad de las acciones colectivas que implementan, ya que sólo 4.5% considera que su participación en organizaciones o sus estrategias de acción contenciosa tienen una alta efectividad para obtener una respuesta positiva de las autoridades.

La desafección participativa de los jóvenes urbanos mexicanos arroja resultados paradójicos al vincularla con su desaprobación de los partidos políticos y de la democracia electoral en general. El cuadro 7 asocia la identificación partidaria de los jóvenes con sus respectivos índices de participación política no institucional. En los datos podemos observar que, a pesar de no estar interesados en formar parte de estructuras organizacionales o asociativas, ni de asistir a marchas o manifestaciones, un porcentaje considerable de los jóvenes que tienen nulos grados participativos sí se identifican con algún partido político (39.1%). Por su parte, la misma correlación muestra que los jóvenes identificados tanto con el PRD (5.4%), como con el PRI (6%), son los más propensos a involucrarse en organizaciones que les

rias de menciones en las que los jóvenes expresaron su aprobación, quedando de la siguiente manera: *a)* Baja efectividad, si suscribía menos de tres acciones de participación; *b)* Moderada efectividad, si sus respuestas oscilaban entre tres y cinco respuestas positivas; y *c)* Alta efectividad, si consideraba útiles seis o más acciones de las enlistadas.

Cuadro 6. Correlación del índice de participación política no institucional con el índice de la percepción de efectividad de la participación

		<i>Índice de la percepción de efectividad de la participación</i>			<i>Total (%)</i>
		<i>Baja efectividad (%)</i>	<i>Moderada efectividad (%)</i>	<i>Alta efectividad (%)</i>	
Índice de participación política no institucional	No participa en organizaciones ni en manifestaciones	24.7	14.4	20.0	59.1
	Participa en manifestaciones, pero no en organizaciones	2.1	2.3	3.1	7.5
	Participa en organizaciones, pero no en manifestaciones	8.6	7.3	7.0	22.9
	Participa en organizaciones y en manifestaciones	2.5	3.4	4.6	10.5
<i>Total</i>		<i>37.9</i>	<i>27.4</i>	<i>34.7</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 23, 26 y 76 recodificadas.

Cuadro 7. Índice de participación política no institucional por identificación partidaria

		<i>¿Con cuál de los partidos se identifica más?</i>					
		<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD</i>	<i>Otros</i>	<i>Ninguno</i>	<i>Total</i>
		<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>partidos</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>
Índice de participación política no institucional	No participa en organizaciones, ni en manifestaciones	10.0	17.5	11.6	4.5	15.1	58.7
	Participa en manifestaciones, pero no en organizaciones	1.1	2.1	2.2	0.8	1.3	7.6
	Participa en organizaciones, pero no en manifestaciones	4.3	6.0	5.4	2.2	5.1	23.0
	Participa en organizaciones y en manifestaciones	1.6	1.9	3.7	1.5	2.1	10.7
<i>Total</i>		<i>17.0</i>	<i>27.5</i>	<i>22.8</i>	<i>9.0</i>	<i>23.6</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 23, 26 y 49 recodificadas.

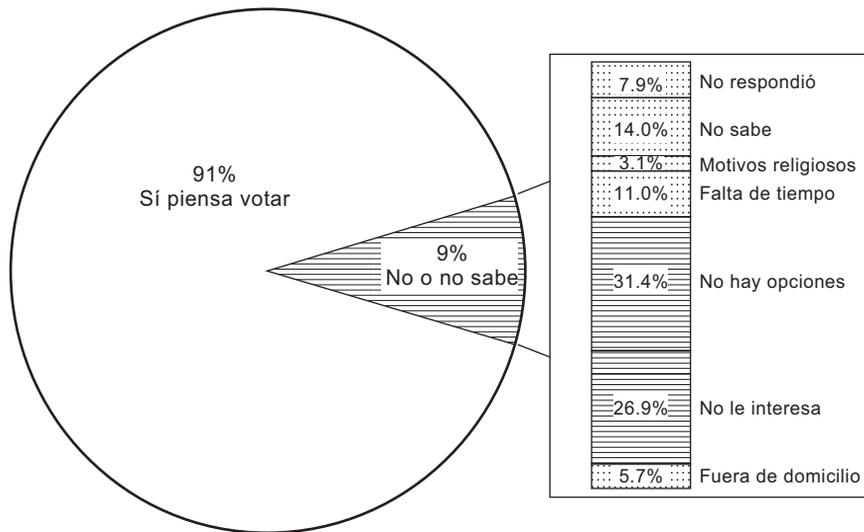
permiten reforzar sus lazos comunitarios. Finalmente, este cruce refleja que sólo 15.1% de los jóvenes que tienen una alta desafección participativa no se identifican con alguna de las estructuras partidarias que existen en México.

A pesar de los altos grados de desafección participativa que prevalecen entre los jóvenes urbanos mexicanos, la ENCPJ 2012 refleja algunos indicadores positivos para la consolidación institucional de la democracia, ya que la mayoría de los jóvenes entrevistados manifestaron tener su credencial de elector vigente (88.3%). Además, de ese porcentaje, 9 de cada 10 manifestaron su intención de ir a votar en las elecciones de 2012. Esto en parte se explica porque la credencial de elector se ha convertido en la cédula de identidad oficial de mayor aceptación en el territorio nacional. No obstante, la intención participativa de los jóvenes también se extiende a la organización de los comicios electorales, pues 48% de los entrevistados destaca su disponibilidad para participar como funcionario de casilla (ENCPJ 2012, pregunta 92), a pesar de su desaprobación hacia las autoridades electorales en general, pues 66.3% de los jóvenes entrevistados confían poco o nada en los organismos encargados de realizar los comicios (ENCPJ 2012, pregunta 105).

Finalmente, los datos de la encuesta nos permiten vincular la desafección política entre los jóvenes urbanos mexicanos, con el descrédito de los partidos políticos como mediadores entre las demandas de la ciudadanía y el sistema político.⁷ Como lo muestra la gráfica 1, los principales motivos que orillan los jóvenes a no tener la intención de votar en la jornada electoral son: por un lado, la inexistencia de opciones

⁷ Sin importar el área política en la que se aplicó la encuesta, las tres principales fuerzas políticas de México salen mal evaluadas en su papel de estructuras de intermediación en la atención de las demandas de los jóvenes, ya sea como fuerzas partidarias, como gobiernos o como líderes políticos (pregunta 75 de la ENCPJ 2012).

Gráfica 1. Niveles de desafección política y desencanto con los partidos entre los jóvenes mexicanos



[312]

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 66 y 68.

partidarias que sean de su agrado (31.4%); por otro, su desinterés por participar en los procesos electorales (26.9%). Estos indicadores nos permiten concluir que los grados de desafección política que reflejan los jóvenes están vinculados a la poca identificación partidaria que expresan, principalmente aquellos que ratificaron su intención de no participar en los comicios electorales de 2012. Ello confirma que actualmente los partidos políticos están desacreditados ante la ciudadanía, lo cual se manifiesta en los bajos niveles de militancia política que marca la encuesta, pues sólo 2.1% de jóvenes refrenda su membresía como integrante de algún partido (ENCPJ 2012, pregunta 62).

ESTRUCTURAS DE PODER LOCAL E IMAGINARIOS PARTICIPATIVOS DE LOS JÓVENES URBANOS MEXICANOS

Como se ha señalado, las condiciones relativas a la participación política de los jóvenes están delimitadas por las estructuras de poder local en las que se desenvuelven, por ello resulta necesario analizar qué influencia tiene en las valoraciones ciudadanas, respecto a los partidos políticos y a las estructuras de gobierno, el hecho de vivir en una “área política” donde el comportamiento electoral histórico evidencia la presencia más o menos fuerte de los tres principales partidos en México: Partido Acción Nacional (PAN), Partido Revolucionario Institucional (PRI) o el Partido de la Revolución Democrática (PRD);⁸ así como en zonas donde hay competencia electoral entre dos o más fuerzas políticas. Con el objetivo de encontrar dichas influencias, el diseño muestral de la

⁸ Los porcentajes de votos por el PRD se consideraron junto con otras coaliciones y alianzas de izquierda en las que ha participado en los últimos 12 años. No obstante, en términos descriptivos se hablará del PRD de manera general al realizar el análisis.

encuesta se enmarcó en la reconstrucción de una geografía de poder diacrónica, basada en conglomerados estadísticos mediante el procedimiento de agrupamiento por promedios y reducción al máximo de la desviación estándar (*cluster analysis*), del comportamiento electoral de cuatro elecciones de diputados federales: 2000, 2003, 2006 y 2009; arrojando las siguientes áreas políticas urbanas:

- *Cluster 1* - PAN muy fuerte.
- *Cluster 2* - PAN en competencia cerrada con el PRI.
- *Cluster 3* - PRI muy fuerte.
- *Cluster 4* - Inestable o de intensa competencia.
- *Cluster 5* - PRD fuerte.

Los *clusters* diseñados tienen el propósito de ubicar, de una forma general, las valoraciones que los jóvenes conceden a los procesos políticos. Al respecto, no debe pasarse por alto que dichos contextos no determinan sus comportamientos, pero si resultan complementarios en el análisis de los imaginarios y las prácticas políticas que precisan la configuración cultural de su ciudadanía. De esta forma, la base de datos de la ENCPJ 2012 permite hacer una serie de referencias cruzadas para analizar, por ejemplo, en qué medida los grados participativos de los jóvenes mantienen una relación directa con el contexto político o la estructura de poder en que se desenvuelven. Esta y otras inferencias, es el caso de las expectativas de gestión, la utilidad del voto y la evaluación de los sellos de gobierno, permiten perfilar de manera diferenciada las orientaciones participativas o el desencanto ciudadano con la política de los jóvenes urbanos mexicanos, según las cinco áreas políticas en las que fue aplicada la encuesta.

El análisis bivariado de los índices de participación política no institucional, según los distintos entornos políticos en los que se aplicó la encuesta (cuadro 8), refleja que los

Cuadro 8. Índice de participación política no institucional
según áreas políticas urbanas

		<i>Cluster</i>					<i>Total</i> (%)
		<i>PAN</i> (%)	<i>PAN-PRI</i> (%)	<i>PRI</i> (%)	<i>Competido</i> (%)	<i>PRD</i> (%)	
Índice de participación política no institucional	No participa en organizaciones, ni en manifestaciones	56.5	58.8	65.3	57.8	56.6	59.1
	Participa en manifestaciones, pero no en organizaciones	6.6	8.0	5.2	9.1	9.7	7.5
	Participa en organizaciones, pero no en manifestaciones	26.5	22.9	24.0	23.6	16.5	22.9
	Participa en organizaciones y en manifestaciones	10.4	10.3	5.5	9.4	17.2	10.5
<i>Total</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, preguntas 23, 26 recodificadas.

jóvenes con los grados participativos más bajos (65.3%) están asentados en las áreas políticas en donde el PRI ha mantenido una preferencia electoral histórica. Ello en parte se puede explicar por el control político-territorial histórico que ha mantenido este partido en los entornos donde es predominante a nivel electoral (Guillén, 2012). Por su parte, los entornos fragmentados entre el PAN y el PRI, así como en los que predomina el PRD, son aquellos que albergan a los jóvenes con los grados participativos más altos (10.4 y 17.2%, respectivamente), lo cual permite suponer la existencia de un vínculo entre los lugares en donde hay una rotación en las estructuras de poder local y los espacios que fomentan la apertura de canales de incidencia ciudadana en los asuntos públicos.⁹ Asimismo, en las áreas políticas donde el PAN tiene una fuerte presencia electoral, destacan los grados asociativos y de cooperación que manifiestan los jóvenes entrevistados (26.5%); aunque también estos entornos se caracterizan por tener los índices más bajos en cuanto a la implementación de repertorios de acción colectiva (6.6 por ciento).

En cuanto a la evaluación del ejercicio de gobierno, la ENCPJ 2012 refleja que los mecanismos institucionales para mejorar los niveles de vida de los jóvenes mexicanos no corresponden con sus expectativas participativas en los procesos electorales, pues sólo uno de cada 10 entrevistados considera que el gobierno tiene disponibilidad para atender sus demandas de gestión (cuadro 9). En efecto, los datos de esta

⁹ Algunos análisis realizados durante los procesos electorales de 2012 y 2015 muestran cómo la intención de voto por el PRD se concentra entre los electores jóvenes de 18 a 25 años (14%) y aquellos que cuentan con 46 y 55 años (14%). Además, como coincidiendo con lo que expondremos a continuación, los jóvenes de estos *clusters* modifican sus actitudes participativas conforme van avanzando en sus grados de instrucción (al respecto puede verse “Cómo votaron los electores: Jóvenes con la izquierda; mayores de 65 años con PRI y PAN”, en *El Financiero*, 9 de junio de 2015).

Cuadro 9. Evaluación de la acción gubernamental
según áreas políticas urbanas

		<i>Cluster</i>					<i>Total</i> (%)
		<i>PAN</i> (%)	<i>PAN-PRI</i> (%)	<i>PRI</i> (%)	<i>Competido</i> (%)	<i>PRD</i> (%)	
¿Qué tanto se preocupan por atender sus demandas quienes lo gobiernan?	Mucho	9.2	8.5	10.0	12.1	6.6	9.0
	Poco	59.8	59.0	62.1	58.7	54.3	59.0
	Nada	29.3	31.4	27.2	29.2	39.1	31.2
	Nr	1.7	1.1	0.7			0.8
<i>Total</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, pregunta 72.

relación muestran que en la mayoría de las áreas políticas los jóvenes urbanos tienen valoraciones negativas de la atención gubernamental, ya que en todos los *clusters* los porcentajes se concentran en los rubros Poco o Nada. De manera similar a la correlación entre los índices de participación política no institucional, las evaluaciones más críticas con respecto a la gestión gubernamental se concentran en los entornos donde históricamente ha existido competencia electoral entre PAN y PRI (*cluster* 2), o donde ha dominado el PRD (*cluster* 5). En estas áreas quizá los jóvenes se muestran más críticos a la labor de las autoridades porque tienen la posibilidad de evaluar los “sellos de gobierno” de los diferentes partidos que se disputan el acceso a las estructuras de poder locales.

Como lo muestra el cuadro 10, los jóvenes perciben que los políticos y el gobierno están poco o nada interesados en las problemáticas a las que se enfrentan actualmente. Asimismo, los resultados de la encuesta nos permiten perfilar la falta de empleo como la problemática más sentida entre los entrevistados, con un 51% (ENCPJ 2012, pregunta 74). En consecuencia, no es de extrañar que la demanda de gestión más importante entre este sector sea la implementación gubernamental de programas sociales, con 29.50% de menciones, seguido de mejoras en la seguridad y los servicios de sus entornos urbanos con 33.30% (ENCPJ 2012, pregunta 77). Sin embargo, los jóvenes urbanos mexicanos no tienen una expectativa de solución muy importante respecto a sus necesidades de gestión, pues sin haber variaciones considerables de acuerdo con las áreas políticas en las que se aplicó la encuesta, 4 de cada 10 entrevistados consideran que el gobierno se roba gran parte del presupuesto público o lo gasta excesivamente en obras poco importantes (ENCPJ 2012, pregunta 78).

Con lo revisado hasta este momento podemos establecer que la configuración ciudadana de los jóvenes mexicanos ur-

Cuadro 10. Percepción de los políticos y el gobierno según áreas políticas urbanas

		<i>Cluster</i>					<i>Total</i> (%)
		<i>PAN</i> (%)	<i>PAN-PRI</i> (%)	<i>PRI</i> (%)	<i>Competido</i> (%)	<i>PRD</i> (%)	
¿Cree que los políticos y el gobierno están interesados en los jóvenes?	Nada	28.0	30.8	26.8	27.8	39.8	30.6
	Poco	57.4	55.8	58.4	58.0	50.6	56.0
	Mucho	14.6	13.5	14.8	14.2	9.6	13.4
<i>Total</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, pregunta 75.

banos está caracterizada por sus bajos grados participativos, su desafección ante las estructuras partidarias, su poca confianza con las estructuras de gobierno y su crítica a la manera como se ejercen los recursos públicos. Sin embargo, existen algunos otros campos de incidencia política que matizan las expectativas participativas de este segmento social, por ejemplo, sus valoraciones respecto a la utilidad y eficacia del voto como recurso de exigibilidad de derechos y sanción a los gobiernos en turno. Los datos contenidos en el cuadro 11 reflejan que entre los jóvenes mexicanos urbanos de todas las áreas políticas, hay una configuración ciudadana que percibe la utilidad del voto como un recurso para mejorar sus condiciones de vida, un medio para exigir más justicia social y como un mecanismo de sanción a los gobernantes. De esta forma, los resultados de la encuesta muestran que no todo es desafección política entre los jóvenes mexicanos, pues el hecho de votar es relevante e importante para tratar de que la democracia impacte positivamente en sus niveles de vida.

El cuadro 11 muestra que entre los jóvenes mexicanos urbanos el voto es una acción más cercana al deber cívico, lo cual es positivo, pues se empieza a percibir como un mecanismo para exigir cuentas al gobierno. La mayoría de los indicadores analizados a lo largo de este capítulo evidencian que estos actores tienen una visión contradictoria de la democracia electoral y sobre todo bajos niveles de participación política no institucional. Además, nuestro análisis también revela una alta desafección a la eficacia gubernamental, pues los entrevistados perciben nula capacidad de incidencia y acceso a las instancias gubernamentales. En gran medida, el desencanto y la posición crítica que muestran los jóvenes sobre la idea de que la democracia y sus requisitos mínimos por default generarán mejores gobiernos tienen sus bases en las desigualdades socioeconómicas que enfrenta este sector en la vida diaria (entre las que des-

Cuadro 11. Percepción de la utilidad del voto según áreas políticas urbanas

		<i>Cluster</i>					<i>Total</i> (%)
		<i>PAN</i> (%)	<i>PAN-PRI</i> (%)	<i>PRI</i> (%)	<i>Competido</i> (%)	<i>PRD</i> (%)	
En su opinión ¿para qué sirve votar?	Mejoren sus condiciones de vida	25.9	30.4	32.0	31.2	25.2	28.8
	Haya más justicia social en el país	27.8	24.4	24.7	23.5	22.7	24.9
	Que los políticos cumplan lo que les prometieron	13.4	15.9	14.1	21.3	16.7	15.6
	Para nada, todo sigue igual	10.1	10.5	11.8	7.4	14.8	11.2
	Otras menciones no vinculadas a la rendición de cuentas	22.8	18.8	17.3	16.7	20.6	19.5
<i>Total</i>		<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: ENCPJ 2012, pregunta 69 recodificada.

tacan altos niveles de pobreza, limitado acceso a servicios de educación y salud pública, poca capacidad de movilidad social y detrimento del poder adquisitivo), lo cual se exacerbaba ante la ausencia de estrategias gubernamentales que atiendan las principales necesidades de los jóvenes mexicanos en su lucha por una vida justa y digna.¹⁰

A MANERA DE CONCLUSIÓN

Con lo presentado hasta este momento podemos concluir que entre los imaginarios políticos de los jóvenes mexicanos predomina una visión en donde la democracia electoral y sus diseños institucionales no han logrado impactar o mejorar su nivel de vida. Pero esto no minimiza la importancia de analizar los sentidos de la participación política de los jóvenes bajo la precaución metodológica de evitar estandarizar sus prácticas en la desafección política o el desencanto democrático. Un enfoque amplio de la ciudadanía como configuración sociocultural en la que se negocian los derechos y obligaciones en la vida cotidiana nos permite interpretar las valoraciones, representaciones y prácticas sociales que tienen los jóvenes de la política, además de mostrarnos que la reticencia juvenil a participar en los procesos políticos está vinculada a las pocas ventanas de incidencia que tienen en las estructuras del Estado, y no tanto a su desconfianza o desencanto con la democracia como régimen político.

¹⁰ Las cifras del diagnóstico “Invertir para transformar: la juventud como protagonista del desarrollo” son una muestra de la poca efectividad que tienen las acciones gubernamentales enfocadas a solventar las necesidades mínimas de este sector. Este estudio advierte tendencias decrecientes de inversión pública para atender aspectos como educación y salud entre los jóvenes mexicanos en los últimos quince años.

Las afirmaciones anteriores se sustentan en indicadores sobre las valoraciones que tienen los jóvenes urbanos mexicanos de las estructuras del Estado, sus imaginarios sobre los canales participativos y las estructuras de intermediación (particularmente, los partidos políticos y los gobiernos locales), así como la densificación de sus lazos sociales y los sentidos de pertenencia a sus grupos de referencia. Estos tres indicadores dieron forma al índice de participación política no institucional expresado por los jóvenes en la Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes 2012, el cual evidencia que estos actores construyen, en algunos casos, escenarios participativos horizontales que se van desgastando con el aumento de la edad, para dar paso a escenarios en donde predominan: *a*) la desconfianza con las estructuras de intermediación política o con los mecanismos de simulación participativa, y *b*) los repertorios de acción contenciosa ante la carencia de estructuras de incidencia ciudadana en la organización del Estado.

Los índices sobre la eficacia gubernamental para atender los problemas que aquejan a la juventud mexicana, en las diversas áreas políticas en las que se aplicó la encuesta, muestran escenarios diversificados respecto a las actitudes participativas de los jóvenes según los contextos en los que se desarrollan. En consecuencia, los datos muestran que en los escenarios en donde predomina un partido político en la estructura de poder local (particularmente, en los casos del PRI y del PAN), los jóvenes tienden a ser menos participativos y las acciones contenciosas están más controladas. Por el contrario, en escenarios disputados y en donde predomina la izquierda los índices de participación aumentan tanto en el plano institucional como en el plano de la acción social. Esto confirma que la participación no debe ser desvinculada de las estructuras de poder en las que se desarrolla.

Paradójicamente, a pesar de que los jóvenes urbanos mexicanos muestran una posición crítica a la democracia y

a los partidos políticos, dado que estas estructuras no han generado iniciativas que mejoren sus expectativas de vida ante la creciente desigualdad social. Los datos analizados en el texto también muestran que los jóvenes mexicanos empiezan a percibir el voto como un elemento que les permite sancionar a los sellos de gobierno de un partido político, así como un mecanismo de exigibilidad de derechos. Estos hechos nos invitan a reflexionar en que el descontento de los jóvenes con la democracia y sus instrumentos de acción (es el caso de los partidos) refleja más bien los límites institucionales y políticos de ella como régimen, pero no implica *per se* un distanciamiento con la democracia como ideal o como posibilidad, evidenciando que quizá uno de los grandes pendientes en nuestro país es hacer partícipe a estos actores (y a muchos otros más) en el control democrático.

BIBLIOGRAFÍA

- ALVARADO, S.V. y P. VOMMARO (2010), *Jóvenes, cultura y política en América Latina: Algunos trayectos de sus relaciones, experiencias y lectura (1960-2000)*, Rosario, Homo Sapiens Ediciones.
- APPADURAI, Arjun (2001), *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*, Buenos Aires, Trilce, FCE.
- CLARK, Alison y Barry PERCY-SMITH (2006) "Participatory Practices in Everyday Spaces", *Children, Youth and Environments*, vol. 16, núm. 2.
- DA MATTA, Roberto (2002), *Carnavales, malandros y héroes*, México, FCE.
- FEIXA, Carles (1999), *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*, Barcelona, Ariel.
- FISHER, Dana R. (2012), "Youth Political Participation: Bridging Activism and Electoral Politics", *Annual Review of Sociology*, vol. 38.
- GUILLÉN, Diana (2012), "El discreto encanto del priismo: apuntes sobre realineamientos y alternancias a la mexicana", en Víc-

- tor ESPINOZA y Alejandro MONSIVÁIS (coords.), *El deterioro de la democracia. Consideraciones sobre el régimen político, lo público y la ciudadanía en México*, México, Colef.
- Instituto Federal Electoral (2014), *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*, México, Colmex, IFE.
- Instituto Mexicano de la Juventud (2010), *Encuesta Nacional de la Juventud*, México, IMJUVE, SEP.
- KROTZ, Esteban y Rosalía WINOCUR (2007), “Democracia, participación y cultura ciudadana: discursos normativos homogéneos versus prácticas y representaciones heterogéneas”, *Estudios Sociológicos*, vol. XXV, núm. 73.
- LECHNER, Norbert (2000), “Nuevas ciudadanía”, *Revista de Estudios Sociales*, núm. 5.
- LOMNITZ, Claudio (2000), “La construcción de la ciudadanía en México”, *Metapolítica*, vol. 4, núm. 15, julio-septiembre.
- MARSHALL, T. H. y T. B. BOTTOMORE (1998), *Ciudadanía y clase social*, Madrid, Alianza Editorial.
- McFARLAND, Daniel A. y J. Thomas REUBEN (2006), “Bowling Young: How Youth Voluntary Associations Influence Adult Political Participation”, *American Sociological Review*, vol. 71, núm. 3, junio.
- MONSIVÁIS, Alejandro (2002), “Ciudadanía y juventud: elementos para una articulación conceptual”, *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 20.
- Organización Iberoamericana de la Juventud (2014), *Invertir para transformar: la juventud como protagonista del desarrollo*, México, CEPAL, IMJUVE.
- PÉREZ ISLAS, José Antonio (2005), “Introducción. La heteroglosia sobre los jóvenes”, en José Antonio PÉREZ ISLAS y Maritza URTEAGA (coords.), *Historias de los jóvenes en México: su presencia en el siglo XX*, México, IMJUVE.
- (2006), “Trazos para un mapa de la investigación sobre juventud en América Latina”, *Papers*, núm. 79.
- PUTNAM, Robert (1993), *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton, NJ, Princeton University Press.
- REGUILLO, Rosanna (2003), “Ciudadanía juveniles en América Latina”, *Última Década*, núm. 19, noviembre.

- (2005), “Leviatán desafiado. Los jóvenes frente al Estado mexicano”, en Alberto AZIZ NASSIF y Jorge Alonso SÁNCHEZ (coords.), *Sociedad civil y diversidad*, México, CIESAS.
- RODRÍGUEZ, Emanuel (2014), “¿Ciudadanía o clientelismo? Paradojas de la intermediación política en las arenas de la política social”, en Luis RODRÍGUEZ CASTILLO, Carmen VENTURA y Sergio Enrique HERNÁNDEZ (coords.), *Democracia, cultura política y ciudadanía en el México de hoy*, México, PROIMMSE, IIA, UNAM.
- Secretaría de Gobernación (2014), *Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas*, México, SEGOB.
- TEJERA, Héctor (2009), “Prácticas políticas, imaginarios y ciudadanía: las disonancias entre cultura y democracia en la ciudad de México”, *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 72, núm. 2.
- TILLY, Charles (2000), “Acción colectiva”, *Apuntes de investigación del CECYP*, año 4, núm. 6.
- URTEAGA, Maritza (2005), “Imágenes juveniles del México moderno”, en José Antonio PÉREZ ISLAS y Maritza URTEAGA (coords.), *Historias de los jóvenes en México: su presencia en el siglo XX*, México, IMJUVE.
- VALENZUELA ARCE, José Manuel (2002), “Identidades juveniles”, en Humberto CUBIDES, María Cristina LAVERDE TOSCANO y Carlos Eduardo VALDERRAMA (comps.), *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Colombia, Universidad Central.
- ZICCARDI, Alicia (2000), “La tarea de gobernar: gobiernos locales y demandas ciudadanas”, en Alicia ZICCARDI (coord.), *La tarea de gobernar: las ciudades y la gobernabilidad*, México, IIS-UNAM.

GÉNERO Y AUTORREPRESENTACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA DE JÓVENES CITADINOS EN MÉXICO

Laura VALLADARES DE LA CRUZ*
Ana TERESA PEÑA HERNÁNDEZ**

Este capítulo tiene como objetivo analizar los resultados de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) desde una perspectiva de género. La encuesta fue diseñada por un equipo de investigadores de El Colegio de México y se levantó en el contexto preelectoral del año 2012. Se trata de un ejercicio complejo en virtud de que en el diseño del cuestionario con el que se levantó la encuesta no se incorporaron preguntas específicas que permitieran indagar sobre las diferencias, representaciones, prácticas y nociones sobre la cultura política que pudieran ser explicadas a partir de las condiciones diferenciales en-

* Doctora en Antropología. Profesora-investigadora del Departamento de Antropología de la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Miembro del SNI Nivel I. Línea principal de investigación: Movimientos indígenas, derechos de los pueblos indígenas, mujeres y jóvenes indígenas. Analista de las políticas multiculturales en México. Correo electrónico: <lauravalladares.delacruz@gmail.com>.

** Maestra por El Colegio de México, Centro de Estudios Sociológicos, Programa de Estudios Interdisciplinarios de la Mujer. Línea principal de investigación: Salud sexual y reproductiva. Correo electrónico: <atpena@colmex.mx>.

tre sexos, y que nos permitieran conocer el rol que juega la pertenencia de género en la conformación de la cultura cívica y política de las y los jóvenes ciudadanos mexicanos.

Fueron encuestados 3 468 jóvenes, 1 534 hombres y 1 934 mujeres, residentes de 76 ciudades del territorio nacional. Y si bien la variable sexo se consideró en los nueve bloques de preguntas que conformaron el cuestionario,¹ no se incorporaron reactivos que nos permitieran afirmar o mostrar que probablemente las diferentes respuestas derivaran de la desigualdad de género. Esto hubiera sido deseable si consideramos que esta pertenencia marca el mundo simbólico y la cultura que otorga universalmente mayor valor y poder al sexo masculino. Asimismo continúa prevaleciendo en amplios sectores la dicotomía de lo público como asociado a lo masculino y el ámbito privado a lo femenino. En este sentido, el desafío del análisis que presentamos fue identificar las relaciones que explican las diferencias de género y demostrar cómo éstas influyen en la cultura política y cívica de mujeres y hombres, para lo cual fue necesario elaborar índices que fueran pertinentes en términos de género y aplicables para el análisis teórico y metodológico que nos planteamos.

EL ENFOQUE DE GÉNERO EN LAS ENCUESTAS SOBRE CULTURA POLÍTICA, PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y VALORES

De las distintas encuestas que consultamos dedicadas a indagar sobre jóvenes, cultura política, participación ciu-

¹ Información general del entrevistado, medios para obtener información sobre política, participación política no institucional, acceso a redes sociales e internet, conocimiento político, identificación partidaria, relación entre el poder político y la ciudadanía, conocimiento, relación y credibilidad de las instituciones electorales y cultura de la legalidad.

dadana y valores democráticos, constatamos que ninguna había sido concebida desde una perspectiva de género, o que hubiera incorporado algunos reactivos que permitieran dar cuenta de esta dimensión.² La única interpretación de una encuesta que enfrentó el mismo reto analítico de leer los datos desde una perspectiva de género fue la realizada por María Luisa Tarrés (2006) quien analizó la encuesta *La Naturaleza del Compromiso Cívico: Capital Social y Cultura Política en México*. De ella retomamos varias ideas sugerentes para la elaboración de índices pertinentes, construidos tanto bajo principios teóricos como metodológicos, que nos permitieran realizar el análisis de la encuesta sobre la cultura política de jóvenes ciudadanos. Compartimos con Tarrés y otras muchas investigadoras el interés por incorporar a este tipo de estudios la perspectiva de género, que identifica la desigualdad entre los sexos como una interpretación social y cultural que se expresa en la organización social, desde el ámbito cotidiano hasta el institucional.

En este sentido, partimos desde un enfoque de género que consiste en afirmar que contiene una dimensión relacional y se refiere a aspectos mediados por otras diferencias, como el nivel socioeconómico, la generación, la comunidad, la pertenencia étnica, etc. De tal forma que alude a las relaciones entre personas de diferente sexo, pero también a personas del mismo sexo (Tarrés, 2006).

Este enfoque parte de considerar que el género no es un estado inmutable sino multidimensional, histórico, cultural y socialmente determinado; que cambia a través de la historia y según el lugar, pero también se transforma a lo largo de la vida de las personas. El género contiene cuatro dimensiones

² Entre otras están: *Abstencionismo y Cultura Política en México*, 2012; *Encuesta Nacional de Valores en Juventud*, 2012.

que permiten entender su complejidad: la simbólica-cultural, la normativa-institucional, la organizacional y la individual-subjetiva. En este sentido la perspectiva de género ha mostrado que la adscripción biológica del ser humano, por sí sola, no permite comprender e interpretar la desigualdad entre hombres y mujeres [Tarrés, 2006: 7].

Cuando estas diferencias adquieren significado cultural y subjetivo y guían las acciones sociales, comienzan a adquirir relevancia social. De acuerdo con Scott (2000: 289) las diferencias sexuales se han interpretado subordinando lo femenino a lo masculino, de modo que las relaciones de género se fundamentan en relaciones “significantes de poder”. De tal forma que la perspectiva de género consiste en una mirada crítica que permite identificar y comprender cómo la desigualdad de poder entre hombres y mujeres afecta sus vidas y el funcionamiento del orden social y cultural; asimismo, contiene una dimensión política tendiente a modificar o a transformar esa relación de desigualdad (Tarrés, 2006).

En términos amplios, en este trabajo partimos de considerar a la cultura política, siguiendo a Sergei Bernstein (1997, 1999) y Jean-François Sirinelli (1998), como el conjunto de representaciones que configura un grupo humano en el plano político, que se expresa en una visión del mundo compartida, una lectura común del pasado y una proyección en el futuro vivida conjuntamente. Este punto de partida amplio nos permitirá acercarnos a la cultura política de las y los jóvenes que fueron encuestados a partir de explorar las respuestas a la encuesta como indicios de un conjunto de representaciones que configuran una cultura política particular, en donde la pertenencia de género juega un rol central. Ahora bien, en términos sintéticos retomamos la propuesta de Bernstein en cuanto a que las culturas políticas podrían entenderse también como un código y un conjunto de referentes (creencias, valores, memoria específica, voca-

bulario propio y sociabilidad particular). Se trata, por tanto, de conjuntos de representaciones portadoras de normas y valores que se expresan en prácticas sociales concretas, como sería votar o abstenerse. Esta toma de decisiones o prácticas frente a la política están mediadas, como hemos señalado, por la pertenencia etaria y de género. Esta noción de cultura política nos permitirá entender por qué los y las jóvenes adoptan determinadas posiciones políticas. Vale la pena hacer un señalamiento más referido a la cultura política, retomando a Héctor Tejera en relación con que esta no es sólo una internalización de ciertas condiciones políticas que, por decirlo así, “rebotan” en las percepciones y acciones en el ámbito político. Se forma en el ámbito de las relaciones sociales e incide en ellas porque los actores sociales la emplean para validar posiciones y comportamientos políticos en el campo de las confrontaciones sociales. Desde esta perspectiva, afirma que más que una cultura política, lo que tenemos es una cultura de la política.³

La encuesta estuvo dirigida a población joven, retomando los criterios del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) para clasificar a todas las personas comprendidas entre 18 y 29 años, de manera tal que la categoría de joven no nos permite dar cuenta de que es cambiante en el tiempo y en el espacio, y que además muchas veces no expresa la diversidad de formas y expresiones de lo que significa ser joven, en plural, pues debería aludir a múltiples pertenencias como son la posición económica o clase social, la étnica, el género o el estado civil, entre las más relevantes, para poder comprender la construcción de las culturas políticas juveniles.

Uno de los puntos nodales de nuestro artículo fue la exploración de la percepción de las mujeres sobre su propia

³ Cfr. Héctor Tejera, “Participación y cultura, la comparación entre jóvenes y adultos”, capítulo contenido en este texto.

autonomía pues ésta se indagaba a través de una pregunta que les pedía que señalaran cuál era su situación en el núcleo familiar, es decir, si era jefa de familia, hija, cónyuge, etc., lo que remite a su autopercepción sobre su rol dentro de su núcleo familiar. Esto es relevante en el sentido de que a pesar de que las jóvenes solteras o madres de familia tuvieran un aporte en la economía familiar no se consideraban jefas de familia, lo cual nos llevó a recodificar una serie de preguntas, por ejemplo, la relacionada con la actividad principal a la que se dedicaban las mujeres. Pudimos constatar que mayoritariamente respondían ser amas de casa, pero en la siguiente pregunta acerca de “otras actividades realizadas” afirmaban que vendían algún producto, que trabajaban en el servicio doméstico u otras actividades, es decir, aportaban recursos a la economía familiar, que incluso en ocasiones podrían ser importantes o mayoritarios para su hogar, sin embargo, no se consideraban jefas de familia. Esto nos llevó a recuperar datos que quedaban englobados en el rubro “otros”, las cuales nos permitieron dar cuenta de que prevalece una percepción de dependencia de las propias mujeres, que subvaloran sus aportes económicos a sus entornos familiares. Se trataba de un dato significativo, aunque cuantitativamente muy pequeño.

Consideramos que existe la necesidad de insistir en la relevancia de la incorporación de datos cuantitativos y cualitativos sobre las diferencias entre sexos, no solamente para demostrar cuáles son los cimientos de la inequidad y la exclusión, sino porque los datos existentes y las cifras referidas a la participación política de las mujeres en el ámbito público continúan siendo muy modestas a pesar de la puesta en marcha de diversas políticas públicas y legislaciones a favor de la equidad de género, con énfasis especial en materia electoral. De tal forma que conocer cuáles son las condiciones que perpetúan o limitan los espacios de socialización y discusión de la política entre las mujeres

jóvenes nos permitirá mostrar la existencia de condiciones estructurales, sociales y culturales que inciden en la cultura política de las mujeres. Al mismo tiempo nos permitirá reflexionar sobre la lentitud con que se remueven los muros culturales y estructurales que de distintas formas mantienen a las mujeres fuera o con poca incidencia en la esfera pública (Medina, 2010).

De acuerdo con Tarrés (2006), uno de los elementos que explican por qué la ciencia política no reconoce las diferencias de género, así como las étnicas o de clase, o en este caso de edad, está relacionado con su pretensión de universalidad. Mientras que en los estudios de género lo femenino no está subordinado a lo masculino, la ciencia política invisibiliza la desigualdad al utilizar conceptos universales. Ahora bien, un tema que el feminismo ha destacado y que contribuiría a destrabar este problema es la distinción entre esfera pública y privada que impregna las bases del pensamiento político, así como la formación del Estado-nación. El feminismo plantea que desde la antigua Grecia la actividad política dedicada a la gestión de la ciudad está en manos de los hombres, y la privada, que se ubica en el hogar —lugar privilegiado de la maternidad y la vida doméstica— está en manos de las mujeres. Aunque distintas investigaciones muestran que la separación de esferas ha marcado la segregación de actividades entre los sexos y que ésta refuerza la desigualdad, la ciencia política la continúa negando al señalar que los temas del Estado, la democracia o la ciudadanía se desarrollan en la esfera pública. De este modo la ciencia política aún utiliza categorías que insisten en un universalismo que niega las consecuencias políticas y sociales de las diferencias, aun cuando los feminismos, por un lado, han planteado que el ámbito privado es también político y han demostrado que los problemas que surgen en el ámbito privado, como la violencia, la violación y el autoritarismo, son también públicos (Tarrés, 2006).

Mackinnon (1995) afirma que por esta situación es importante incorporar la perspectiva analítica del feminismo, que ha defendido la necesidad de que se revise la relación entre el Estado y la sociedad (y las leyes, como la principal forma particular de la expresión del Estado), dentro de una teoría social donde el foco primordial sea la determinación social específica del sexo. Esto, además de otorgarle jurisprudencia al feminismo quitaría los velos que se encarnan desde la propia formación de lo que se puede denominar ciencia política y formación del Estado. Siendo el poder genérico, el Estado se presenta como un organismo neutral; sin embargo, entre sus “contratantes” el género permanece y divide al poder. Ignorar esto es crear individuos abstractos limitados en cuestión de género. Se ha construido un Estado masculino en donde las mujeres permanecen en un estatus de subordinadas, si acaso se les apropia como una pluralidad dentro del gran Estado masculino. En este sentido, de acuerdo con la autora, ni el liberalismo ni el marxismo han reconocido a la mujer una relación con el Estado y éste más bien se ha encargado de promover el dominio de los hombres y sus valores, así como una racionalidad práctica y falocéntrica donde el género carece de toda existencia legal. Pues incluso cuando se realizan estudios sobre la desigualdad social no se enfatiza en la desigualdad sexual en temas como la violación, la prostitución, el aborto o la pornografía.

Por tal motivo las perspectivas sociológicas y politológicas universalistas tienen consecuencias prácticas en la medida en que los sistemas políticos se organizan “como si” las características particulares de los seres humanos no existieran. La figura del ciudadano universal tiene sin duda como referencia al varón y el acceso tardío de la mujer a la ciudadanía llamada universal señala que su ejercicio ha tenido y tiene un sello limitado al mundo masculino. Más allá de la indiferencia de la ciencia política para incorporar las

contribuciones del pensamiento del movimiento de mujeres, resulta prioritario señalar que “el género es un factor de definición y de estructuración del campo político” y que la política, así como su análisis, no es neutral en cuanto al género (Tarrés, 2006). De tal manera que este ejercicio de analizar la encuesta de la cultura política de los jóvenes 2012 desde una perspectiva de género podría contribuir a tener mayores elementos para entender las particularidades de la conciencia y el ejercicio de la ciudadanía de las mujeres jóvenes mexicanas, que a su vez pretende contribuir a la construcción de visiones y perspectiva plurales de la ciudadanía.

METODOLOGÍA

Nuestro punto de partida fue la información recopilada en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012, que tuvo como objetivo realizar un diagnóstico en torno a la participación política de los jóvenes mexicanos en el contexto de las elecciones presidenciales de 2012, así como sobre el proceso de configuración de identidades partidarias o preferencias electorales desde la perspectiva de la cultura política.

Se pretendió analizar si en México existe una cultura propia de los jóvenes o si en realidad los diferentes grupos de edad comparten una cultura política similar aunque matizada por estructuras de poder y configuraciones culturales regionales. Se partió de considerar que las características de la ciudadanía son más significativas si son estudiadas a través de prácticas sociales concretas, porque en ellas se expresa el carácter de los vínculos entre ciudadanía, partidos, gobierno a instituciones electorales encargadas de organizar y calificar las elecciones; por ello se buscó explorar sobre la confianza y la legitimidad que otorgan los ciudada-

nos mexicanos a las instituciones políticas, como un elemento de la cultura política en el contexto de una elección presidencial, así como la confianza que los electores depositan en las eficacia del proceso político (Gómez Tagle y Tejera, 2013: 12).

Objetivos con que se diseñó la encuesta

- a) Explicar por qué y cómo participan los jóvenes y los adultos en las elecciones como votantes, espectadores o actores de la política.
- b) Conocer las experiencias y percepciones de los ciudadanos respecto de las instituciones electorales encargadas de organizar y garantizar el desarrollo y la legalidad de los procesos electorales.
- c) Entender de qué forma se relacionan estos ciudadanos con los actores políticos institucionales y no institucionales, particularmente los partidos políticos y los candidatos en el proceso electoral de 2012, pero también con los movimientos sociales.
- d) Ofrecer información sobre la cultura política de los mexicanos, diferenciada por grupos de edad, regiones y contextos políticos y socioeconómicos diversos.
- e) Describir los elementos constitutivos de la legitimidad electoral, tanto procedimental como subjetiva, expresada como confianza en los actores y las instituciones involucradas en el proceso.

Selección de la muestra

Se eligieron zonas urbanas metropolitanas y grandes ciudades que están identificadas con base en el sistema geográfico nacional, con la cartografía vigente para 2012 del IFE. Las

zonas metropolitanas se definen como secciones electorales urbanas en municipios conurbados, ciudades grandes (con más de un distrito electoral) y las capitales de todos los estados. Así se estudió la población de por lo menos una ciudad en cada entidad de la República.

Características políticas de las secciones

Las secciones electorales de esas 76 ciudades y zonas metropolitanas se clasificaron, con indicadores de comportamiento electoral de 2000 a 2009, en elecciones federales legislativas. El estudio de comportamiento se hizo construyendo una serie histórica de la votación en elecciones legislativas de cada sección electoral del universo previamente definido como “urbano” (76 ciudades y zonas metropolitana), con el fin de que la muestra fuera representativa de las características de largo plazo de la cultura política de los ciudadanos en cada una de estas unidades geográficas. Para ello se partió de la hipótesis de que en las elecciones legislativas, más que en las presidenciales, entran en juego las estructuras políticas locales y de los partidos políticos, lo que permite identificar rasgos de la cultura política, más que situaciones coyunturales de una elección presidencial en la que se expresan coaliciones políticas (pluralismo-alternancia).

A partir de la descripción de las principales características de las variables de esta encuesta y sus resultados, en este trabajo nos centramos en la construcción y análisis de índices a partir de variables vinculadas con la condición de las mujeres. Los índices se construyeron para medir las diferencias en la magnitud de un grupo de variables correlacionadas.

La construcción de índices

Con base en las variables utilizadas en la encuesta construimos cinco índices; para esto utilizamos el procedimiento de la prueba de independencia chi cuadrada, que nos permitió determinar si existía una relación entre dos variables categóricas. Es necesario resaltar que esta prueba nos indica si existe o no una relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación; es decir, no señala el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia. De tal forma que los índices se construyeron para medir las diferencias en la magnitud de un grupo de variables correlacionadas. Por ello, el índice es un instrumento de medida compuesto por un conjunto de variables que representan algún atributo de interés conceptual y teórico.

Según estos criterios se diseñaron cinco índices:

1. Índice de participación ciudadana
Construido con la intención de identificar los valores y las prácticas de los jóvenes relacionadas con principios normativos sobre la democracia electoral, expresada en la intención de las y los jóvenes de ejercer su derecho al voto.
2. Índice de preferencia política
Elaborado con el propósito de explorar la autopercepción de las y los jóvenes sobre su preferencia político ideológica y su consistencia con la preferencia por alguno de los candidatos a ocupar el cargo de presidente de la República.
3. Índice de participación política no institucional
Su objetivo es medir el grado de colaboración de las y los jóvenes en espacios de participación política como serían las organizaciones no gubernamentales, defensoras de derechos humanos o derechos de las mujeres.

4. Índice de autorrepresentación sobre la juventud
Se construyó para conocer cómo perciben las y los jóvenes su lugar dentro de los intereses de los políticos y si las problemáticas consideradas prioritarias por ellos podrían encontrar respuesta o ser consideradas en el ejercicio del poder.
5. Índice de tolerancia a la diferencia
Tiene como objetivo conocer el grado de tolerancia que las y los jóvenes manifiestan frente a temas tales como la preferencia sexual, expresada en la aceptación o no de matrimonios entre personas del mismo sexo y acerca del derecho de las mujeres a decidir sobre la interrupción del embarazo.

Las variables dependientes que sometimos a la prueba de chi cuadrada fueron cuatro:

- a) *Trayectoria académica*: referida al último grado de educación formal concluido, esta variable es relevante en virtud de que diversos estudios han señalado el vínculo existente entre nivel educativo y espacios de socialización en donde se informan o debaten los asuntos públicos de la nación. Como se verá en los cuadros subsiguientes, el mayor número de jóvenes que se entrevistaron han concluido la educación secundaria y preparatoria. Y este sector es el que mostró mayor interés por las elecciones de 2012. O el relativo a que entre mayor nivel de estudios menor interés y participación ciudadana.⁴

⁴ En este sentido podemos referirnos al estudio realizado por Murga (2009) entre estudiantes de cuatro universidades públicas —Universidad de Sonora, Universidad Autónoma de Chiapas, Universidad Autónoma Metropolitana y Universidad Veracruzana—, en las licenciaturas de Economía, Física, Producción Animal y Sociología, al inicio de la segunda

b) *Autonomía-dependencia*: esta es la variable dependiente más relevante en este análisis, pues partimos de que una de las condiciones más significativas de diferenciación entre hombres y mujeres y que incide en sus percepciones y prácticas políticas es su calidad de autonomía o dependencia económica, y que relacionada con su trayectoria académica y su acceso a los medios masivos de comunicación, nos podrían dar pistas sobre los elementos constitutivos de su cultura política. Esta variable fue construida a partir de reclasificar el rubro de ocupación, pues en la encuesta se enlistaban 11 categorías (véase el cuadro 1), lo cual dispersaba ampliamente la información y nos parecía que sintetizar estas variables nos podría revelar si los ingresos o la falta de ellos marcan diferencias sustanciales entre hombres y mujeres en rubros tales como acceso a información, espacios de sociabilidad, autorrepresentación, preferencia política, entre otros.

Con estos presupuestos decidimos sintetizar estas categorías en tres rubros: para la variable de autonomía se conjuntaron todas las actividades remuneradas: 1, 2, 3, 4, 9 y 10 del cuadro 1. Una segunda categoría referida a la calidad de estudiantes se mantuvo igual y una tercera categoría, denominada “dependencia”, resultó de la unión de las actividades no remuneradas: 6, 7 y 8. Esta forma de agrupar las categorías nos permitió mirar nítidamente las diferencias de género en cuanto a percepciones y prácticas frente a la política y las expresiones de su cultura cívica. Mantuvimos como una categoría aparte a los estudiantes, porque consi-

mitad del primer gobierno de alternancia (2000-2006). Los resultados mostraron niveles bajos de participación, y los tipos de participantes más numerosos fueron los pasivos y apolíticos. Estos hallazgos son compatibles con otros estudios recientes sobre el tema en México.

Cuadro 1. Ocupación principal de los jóvenes

	<i>Hombre</i> (%)	<i>Mujer</i> (%)
1. Trabajador en el gobierno	4.80	3.40
2. Trabajador en empresa o negocio privado	31.80	14.40
3. Profesionista independiente	2.20	1.10
4. Trabajador por cuenta propia	15.90	6.90
5. Estudiante	35.30	28.80
6. Ama de casa	1.40	40.50
7. Ni estudia ni trabaja	1.60	1.40
8. Desempleado	4.30	2.30
9. Jubilado o pensionado	0.10	0.10
10. Campesino o jornalero	0.90	0.00
11. Otro	1.00	0.60
12. Nr	0.50	0.50
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

deramos que no era pertinente colocarlos en la categoría de autónomos o dependientes, ya que la actividad fundamental es dedicarse a sus estudios, y en el mejor de los casos demandarán un empleo cuando concluyan su formación académica. Por otro lado, este sector también tiene la particularidad de que su espacio de socialización es un nicho en donde los y las jóvenes debaten o escuchan con algunos de sus profesores temas relacionados con los problemas políticos nacionales, así como críticas o apoyos a los gobernantes.

Con la construcción de este índice podemos constatar nítidamente la enorme diferencia existente entre los y las jóvenes entrevistados (cuadro 2), pues mientras los hombres son en un 56% autónomos, las mujeres solo reportaron acce-

Cuadro 2. Condición de autonomía-dependencia de los jóvenes

		<i>Hombres</i> (%)	<i>Mujeres</i> (%)
Autonomía-dependencia	Autónomos	55.80	25.78
	Estudiantes	35.30	28.80
	Dependientes	7.30	44.31
	Otros	1.56	1.09
	<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

der a empleos remunerados en un 26%; es decir, tenemos una diferencia de más del 25%, pues si bien no existe una brecha significativa en relación con el acceso a educación, cuando nos referimos al acceso a empleo remunerado la diferencia por géneros es muy amplia.

c) *Acceso a medios*. Siguiendo la reclasificación de la variable anterior, autonomía dependencia, esta tercera variable dependiente nos permitirá correlacionar la forma en que las y los jóvenes perciben a los políticos y los partidos políticos, así como la autodefinición política vinculada a su exposición y consumo de los medios masivos de comunicación.

Perfil socio demográfico de los jóvenes encuestados

a) Educación del entrevistado

Al tratarse de una encuesta focalizada en jóvenes que viven en ciudades y zonas metropolitanas, podemos decir que se trata de lugares que cuentan con una infraestructura edu-

cativa importante, por lo que el acceso de los jóvenes a una formación académica es bastante sencillo, lo que se expresa en un acceso relativamente igualitario para hombres y mujeres en los distintos niveles educativos. Sólo en el caso de los estudios a nivel secundaria las mujeres superaban por 6 puntos a los hombres. Sin embargo, el grueso de la población tiene un nivel medio educativo, pues un poco más del 60% han concluido secundaria y preparatoria/bachillerato. Y en lo que corresponde a bachillerato y estudios universitarios, la distancia entre hombres y mujeres es de solo el 2%. Sin embargo, el total de jóvenes que accede a la universidad es sólo del 13% para hombres y el 12% para las mujeres, por lo que hay una caída numérica muy importante de los jóvenes que logran ingresar y concluir una carrera universitaria, pues se trata de una caída del 28% para los hombres y del 26% para las mujeres (véase el cuadro 3).

Ahora bien, los datos muestran que el perfil educativo de las y los jóvenes se concentra en el nivel medio, lo que nos permite entrever que si consideramos que es a lo largo

Cuadro 3. Trayectoria escolar

	<i>Hombres</i> (%)	<i>Mujeres</i> (%)
Sin educación	0.60	0.60
Primaria	5.30	7.00
Secundaria	25.70	31.80
Preparatoria/bachillerato	41.30	37.50
Técnico	13.80	11.30
Profesional	13.20	11.80
Posgrado	0.00	0.10
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

de estos niveles en donde con mayor frecuencia se inculcan en los jóvenes los valores cívicos, entre ellos el de la importancia de participar en las elecciones, es en los niveles de secundaria y preparatoria en donde los jóvenes muestran una mayor conciencia “del deber ser” como ciudadano.

b) Autonomía-dependencia por sexo

En lo que corresponde al perfil de los jóvenes en relación con su capacidad de autonomía, es decir su incorporación al mercado de trabajo y por tanto su acceso a recursos económicos que les permitan decidir sobre su vida, inicialmente podemos afirmar que su participación en el mercado laboral conlleva una mayor posibilidad de socializar en el ámbito público, por lo cual los varones tienen mayor posibilidad de incursionar en lo público y en lo político.

En este rubro existe una brecha muy importante entre hombres y mujeres. Por ejemplo, sólo 26% de las mujeres tienen alguna actividad remunerada, frente a 56% de los hombres. Esta situación es inversamente proporcional cuando aludimos a la categoría de dependencia, en donde incorporamos a los jóvenes que no tienen actividades remuneradas, como serían las amas de casas, los que afirmaron que no estudian ni trabajan y los desempleados. Como podemos ver en el cuadro 2, 44% de las mujeres son dependientes económicamente, frente a 7% de los hombres. En lo que corresponde a la categoría de estudiantes, rondan en el 29% de mujeres frente a 35% de hombres; aquí la brecha es de 6 por ciento.

Ahora bien, la enorme brecha entre hombres y mujeres autónomas y dependientes se expresa en una autorrepresentación de las mujeres como dependientes, pues aun cuando los datos señalan que 26% de las mujeres jóvenes participan en el mercado laboral, lo que significa un aporte para su unidad familiar, sólo 7% se considera jefa del hogar,

de aquí que 30% se autoidentifique como cónyuge. Otra de las distinciones relevantes es la relativa a su condición civil, pues 30% de las mujeres señalaron ser cónyuges del jefe de hogar en su hogar de residencia, frente a 2% de los hombres. Y más de 50% de los jóvenes encuestados son hijos de familia (cuadro 4). Esta condición de dependencia frente a los padres o cohabitación incidirá de forma importante en su percepción de que son los padres o familiares el sector que se preocupa por los jóvenes y no las autoridades o políticos, como veremos más adelante.

Cuadro 4. Jefatura de hogar de los y las jóvenes

	<i>Hombre</i> (%)	<i>Mujer</i> (%)
Es el jefe de hogar	20.10	7.20
Cónyuge	2.00	30.00
Hijo/a	65.00	51.50
Otro	12.90	11.30
<i>Totales</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

c) Acceso a medios de información por sexo

Uno de los indicadores más recurrentes para hablar de la construcción de la cultura política y que contribuye a la explicación sobre las preferencias electorales, así como su incidencia en la formación de criterios para evaluar el papel de los políticos, o sobre los impactos positivos o negativos acerca de los candidatos, es la construcción mediática de la imagen de los personajes públicos y los candidatos de los partidos. Por ello, la encuesta buscó indagar el acceso de los jóvenes a los medios de comunicación masivos; en este

caso, nosotras recurrimos al recuento del tipo de programación televisiva que consumen los jóvenes.

Como veremos, hay grandes diferencias entre hombres y mujeres, lo cual está relacionado con las actividades principales de los encuestados; por ejemplo, 50% de las mujeres señaló su preferencia por ver telenovelas, frente a 11% de hombres. La audiencia de los programas deportivos se eleva en los varones en 32%, mientras que entre las mujeres sólo 1.9% dedican su tiempo televisivo a este tipo de programas. El tercer rubro de interés como audiencia entre hombres y mujeres son las series.

Ahora bien, considerando que durante el proceso de las campañas electorales ambos grupos son bombardeados intensamente con comerciales de los candidatos de cada partido político, nos interesaba explorar sobre el impacto de la programación televisiva en las preferencias electorales de los jóvenes. Vale la pena señalar que aunque se incorporó como un rubro la programación clasificada como “programas de análisis políticos” y uno más sobre “culturales”, ni siquiera llegaron al 1% los jóvenes que veían este tipo de programas. De tal forma que tenemos a 50% de mujeres jóvenes que ven telenovelas y 32% de hombres que prefieren ver programas deportivos, por lo que su acercamiento a información sobre las propuestas políticas o el debate sobre la política proviene principalmente de los *spots* televisivos. Y en cuarto lugar se ubicaron como audiencia de noticieros, en donde la diferencia entre hombres y mujeres es significativa, pues las mujeres ven noticieros en 18%, frente a los hombres que sumaron 26%, lo cual ciertamente es una cifra muy baja en ambos casos, si consideramos que es a través de los noticieros como los ciudadanos se informan sobre el rumbo de la nación.

Cuadro 5. Acceso a medios

	<i>¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?</i>	
	<i>Sexo del seleccionado</i>	
	<i>Hombre</i> (%)	<i>Mujer</i> (%)
Telenovelas	10.80	50.40
Noticieros	26.30	18.20
Deportivos y series	42.37	12.63
Otros	20.53	18.74
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

ANÁLISIS DE LOS ÍNDICES

Índice de participación ciudadana

Nuestro interés por reconocer la forma en que se expresa la conciencia cívica de los jóvenes nos llevó a la construcción del índice de participación ciudadana, cuyos datos son el resultado de cruzar las tres variables dependientes que elegimos —nivel educativo, condición de autonomía-dependencia y consumo de medios masivos de comunicación—, que nos permitieran identificar los valores cívicos y las prácticas de los jóvenes relacionadas con principios normativos sobre la democracia electoral y sus intenciones de ejercer su derecho al voto. Con este objetivo decidimos cruzar las variables dependientes con tres preguntas del cuestionario: la 67, ¿Pienso ir a votar este 1º de julio?; la 92, ¿Si fuera invitado a ser funcionario de casilla aceptaría?, y por último la 69, ¿Para qué sirve votar?

Dentro de los hallazgos interesantes está el hecho de que entre los jóvenes con un nivel de estudios de secundaria

y preparatoria, podríamos encontrar el mayor rango de conciencia cívica sobre la obligación de asistir a votar, al colocarse en el orden del 60% entre hombres y mujeres. Como podremos observar, los datos mostraron que entre mayor es el grado académico menor es la intención de ir a votar, pues los resultados de la encuesta señalan que de los hombres que tienen intención de votar, solo 13% son profesionistas, y en el caso de las mujeres la intención se reduce a 12%. Las cifras que presentamos en seguida nos muestran que sí hay una relación directa entre intención de votar y nivel educativo, sin que la pertenencia de género marque una distinción relevante (cuadro 6).

Cuando relacionamos la variable ¿piensa ir a votar este 1º de julio? con la condición de autonomía-dependencia, la pertenencia de género es reveladora pues 56% de los hombres que expresaron su intención de votar tienen una condición de autonomía, basada en su calidad de trabajadores. En el caso de las mujeres los datos reportaron que 26% de las que afirmaron que irían a votar tienen una condición de autonomía. Como podemos ver, existe una brecha de más de 50% en relación con los hombres. Ahora bien, esta relación se invierte cuando el parámetro es la calidad de “dependencia”, pues 6% de los hombres que irían a votar, tenía la condición de no trabajadores, mientras que 43% mujeres con intención de emitir su voto tenían una calidad de dependencia económica —amas de casa, desempleadas o que no estudia ni trabaja— (cuadro 7).

En este rumbo también existe una distinción frente el deber ciudadano de votar por género cuando su condición es la de ser estudiantes, que aunque menos significativa en relación con el parámetro de autonomía-dependencia, sí muestra una diferencia de 8 puntos porcentuales, pues 37% de los hombres que expresaron su intención de voto eran estudiantes, frente a 29% de mujeres (véase el cuadro 8). El resultado más significativo en este parámetro es que los

Cuadro 6. Trayectoria académica

<i>Escolaridad</i>	<i>¿Piensa ir a votar este 1 de julio?</i>							
	<i>Hombre</i>				<i>Mujer</i>			
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Sin educación	0.60	0.10	0.00	0.66	0.50	0.00	0.00	0.51
Primaria	3.20	0.30	10.00	3.94	5.90	0.20	15.79	6.64
Secundaria	22.90	1.30	30.00	25.45	28.00	1.10	45.61	30.76
Preparatoria/bachillerato	38.00	2.10	34.00	41.54	34.60	2.40	19.30	37.72
Técnico	12.90	1.00	12.00	14.37	10.80	0.80	8.77	11.87
Profesional	13.30	0.20	14.00	14.04	11.60	0.40	10.53	12.38
Posgrado	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.00	0.00	0.13
<i>Total</i>	<i>90.90</i>	<i>5.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>91.40</i>	<i>4.90</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

Cuadro 7. Autonomía-dependencia

<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>	<i>¿Piensa ir a votar este 1 de julio?</i>							
	<i>Hombre</i>				<i>Mujer</i>			
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	55.78	50.00	68.52	56.02	26.21	27.16	16.92	25.90
Estudiantes	36.70	32.80	22.22	35.90	29.30	29.60	27.69	29.30
Dependientes	6.48	12.50	7.41	6.81	43.40	39.51	53.85	43.61
Otros	1.07	4.69	1.85	1.27	1.08	3.70	1.54	1.22
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

Cuadro 8. Acceso a medios

<i>¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?</i>	<i>¿Piensa ir a votar este 1 de julio?</i>							
	<i>Hombre</i>				<i>Mujer</i>			
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Telenovelas	10.30	15.60	11.11	10.60	49.90	42.00	60.00	49.90
Noticieros	26.30	25.00	31.48	26.40	18.60	14.80	15.38	18.30
Deportivos y series	43.81	32.90	37.04	43.00	13.00	16.10	4.62	12.90
Otros	19.61	26.56	20.37	19.97	18.46	27.16	20.00	18.93
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

hombres jóvenes que están excluidos del mundo laboral y académico tienen pocas expectativas de que su situación cambie con el relevo presidencial, mientras que el caso de las mujeres es inverso: a mayor autonomía menor intención de voto y a mayor exclusión mayores expectativas sobre el cambio de gobierno.

Cuando nuestro parámetro de análisis acerca de la intención de voto está vinculado con el consumo televisivo de hombres y mujeres, vemos que en ambos sectores tiene un impacto positivo, pues como podemos constatar en el cuadro 8, y considerando que las mujeres dedican la mayor parte de su consumo televisivo a ver telenovelas y los hombres programas deportivos, y si como decíamos anteriormente, se trata de programaciones en donde los *spots* políticos se difunden con una gran intensidad, los resultados de la encuesta nos indican que existe una incidencia positiva para estimular la emisión del voto en ambos géneros, pues de los hombres que manifestaron su intención de votar, el 43% ve preferentemente programas deportivos, y en el caso de las mujeres interesadas en votar, 50% manifestó su preferencia por ver telenovelas. En este rubro la abundancia de *spots* distribuidos para cada público, hombres y mujeres, y considerando sus preferencias de consumo televisivo, el proselitismo partidario cumple su cometido de incentivar la emisión del voto.

Otro de los rubros que exploramos para ver si existía una diferencia de género relacionada con la conciencia cívica de los jóvenes ciudadanos mexicanos fue a través de la pregunta 92, que los cuestionaba sobre si aceptarían o no ser funcionarios de casilla si fueran convocados a ello. Al igual que en las variables que hemos analizado anteriormente, en el rubro del “deber ser ciudadano”, el mayor compromiso o expresión de participación en las reglas del juego de la democracia representativa se concentra en los jóvenes que cuentan con educación secundaria y preparatoria, de

tal suerte que en este ítem se confirma que este grupo es el más activo en estos aspectos, pues 22 y 39% los hombres que afirmaron que aceptarían ser funcionarios de casilla tienen estudios de secundaria y preparatoria, respectivamente. Sin embargo, es importante no perder de vista que son un poco más altos los porcentajes de los hombres con secundaria y preparatoria que no aceptarían ser funcionarios de casilla, pues se elevaron a 30 y 43%, respectivamente. En cuanto a las mujeres el panorama es semejante, 31 y 37% de las que aceptarían ser funcionarias de casilla tienen estudios de secundaria y preparatoria, pero al igual que los hombres, es más alto el porcentaje de las que rechazarían esta obligación ciudadana, colocándose en el orden de 33% para las que tienen secundaria y 38% entre las que cuentan con preparatoria concluida. Un dato que sobresale en este punto es el referido a los jóvenes profesionistas, pues sólo 17% de los hombres aceptarían ser funcionarios, frente a 13% de las mujeres. Aunque vale la pena mencionar que también el nivel de rechazo de esta obligación ciudadana entre los profesionistas es bajo al colocarse en 10% de hombres y 10.5% de mujeres (véase el cuadro 9).

Estos datos están en consonancia con las tendencias existentes en otras latitudes, por ejemplo, en una investigación realizada por Juan Carlos Castillo, Cristián Cox, Martín Bascopé, Daniel Miranda y Macarena Bonhomme (2012), en Chile y otros países, se partió de la constatación del declive en la participación electoral registrada en ese país en las últimas décadas, confirmando el contrasentido de que “la generación más educada de chilenos de toda la historia del país es la que menos participa en política hoy”.

Cuando sometimos este cuestionamiento al filtro de la condición de autonomía/dependencia, la pertenencia de género tiene una importancia de primer orden, pues mientras que 54% de los hombres que aceptarían ser funcionarios de casilla tienen calidad de independencia, sólo 25% de mujeres

Cuadro 9. Trayectoria académica

<i>Escolaridad</i>	<i>¿Si fuera invitado a ser funcionario de casilla aceptaría?</i>							
	<i>Hombre</i>				<i>Mujer</i>			
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Sin educación	0.60	0.70	0.00	0.65	0.30	0.80	0.00%	0.57
Primaria	5.30	5.40	0.00	5.32	7.10	6.70	16.70	7.00
Secundaria	22.10	29.00	14.30	25.74	31.00	32.60	27.80	31.76
Preparatoria/bachillerato	39.00	43.30	42.90	41.34	36.60	38.30	44.40	37.51
Técnico	15.90	12.00	14.30	13.80	11.60	11.00	11.10	11.27
Profesional	17.10	9.60	28.60	13.16	13.30	10.50	0.00	11.78
Posgrado	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10	0.10	0.00	0.11
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

autónomas lo aceptaría. Lo mismo ocurre con el promedio de rechazos a esta obligación ciudadana, ya que 57% de hombres que no aceptaría ser funcionario de casilla es autónomo, frente a 26% de mujeres en la misma condición; en ambas situaciones la distancia entre hombres y mujeres es del orden de 50%. Los datos muestran que, de manera inversa, cuando el parámetro para aceptar ser funcionario de casilla se cruza con el de la calidad de dependientes, hombres y mujeres responden de forma diferenciada. De los hombres que sí aceptarían ser funcionarios de casilla, 7% es dependiente, mientras las mujeres dependientes que sí aceptarían esta función son 43%, como vemos aquí, la diferencia entre hombres y mujeres es bastante amplia (cuadro 10).

Llamó nuestra atención el hecho de que las respuestas del grupo de hombres y mujeres jóvenes clasificados como autónomos, estudiantes y dependientes, fueran muy similares o equilibradas, en cuanto a sus respuestas afirmativas o negativas; por ejemplo, del 100% de los hombres que aceptarían ser funcionarios de casilla, 54% son autónomos, y del 100% de los jóvenes que rechazarían esta obligación, 57% son autónomos. La misma tendencia fue expresada por las mujeres en condición de autonomía económica, pues mientras 37% aceptaría, un semejante 33% lo rechazaría. Esta similitud o equilibrio entre las respuestas entre aceptar o rechazar se mantiene en cada categoría, como se podrá confirmar en el cuadro 10.

En lo que corresponde a la pregunta de si aceptaría ser funcionario de casilla, nos interesaba ver la forma en que los jóvenes tendrían la voluntad de incorporarse de forma más cercana al desarrollo del proceso electoral, porque una cuestión es tener la voluntad o conciencia del deber ciudadano de votar, y otra es el compromiso de participar en la organización del proceso electoral mismo. Con este objetivo planteamos la pregunta ¿aceptaría ser funcionario de casilla?, con la variable dependiente “tipo de programación televisiva que

Cuadro 10. Autonomía-dependencia

<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>	<i>¿Si fuera invitado a ser funcionario de casilla aceptaría?</i>							
	<i>Hombre</i>				<i>Mujer</i>			
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	54.46	57.21	33.33	55.80	25.66	26.15	14.29	25.78
Estudiantes	36.90	33.70	55.60	35.33	30.30	27.50	23.80	28.83
Dependientes	7.21	7.33	11.11	7.30	42.69	45.63	57.14	44.31
Otros	1.41	1.71	0.00	1.56	1.37	0.73	4.76	1.09
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

prefiere ver”. Pudimos constatar que existe una mayor reticencia a participar más cercanamente en el desarrollo del proceso electoral, es decir, involucrándose como funcionario de casilla, que implica mayor tiempo dedicado a este ejercicio democrático. Cuando se les cuestionó a los hombres jóvenes si aceptarían ser funcionarios, 41% de los que sí lo harían ve preferentemente programas deportivos, y 44% no aceptaría. Como podemos ver, el rechazo es mayor en 2 puntos. En el caso de las mujeres el rechazo es un poco más significativo, pues supera el 5%, ya que de las mujeres que sí aceptarían ser funcionarias de casilla, 48% ven telenovelas, y del 100% de las que respondieron que no aceptarían, 53% dedica su tiempo libre a ver telenovelas (cuadro 11). Como podemos ver con esta variable la pertenencia de género no es significativa, pues tanto hombres como mujeres manifestaron mayor compromiso con emitir su voto, que con ser funcionario de casilla.

La tercera pregunta que analizamos estuvo dedicada a explorar la percepción que tienen los y las jóvenes sobre la democracia representativa, pues consideramos que podría ayudarnos a entender el bajo nivel de intención de participación ciudadana de los jóvenes en los procesos electorales. Los datos nos indican que tiene que ver con la forma en que los jóvenes perciben el desempeño gubernamental para resolver los grandes problemas nacionales, así como en un nivel más íntimo con su apreciación sobre cómo les podría beneficiar en su vida cotidiana participar en las urnas emitiendo su voto. Para acercarnos a estas dimensiones retomamos los resultados de la pregunta número 69 que cuestionaba a las y los jóvenes: ¿Para qué sirve votar? Al igual que con las variables anteriores, nos interesaba conocer si la condición de género tenía una incidencia en la forma en que se expresa su participación ciudadana.

Los resultados de la encuesta son interesantes porque las cifras nos muestran que las mujeres que cuentan con

Cuadro 11. Acceso a medios

<i>¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?</i>	<i>¿Si fuera invitado a ser funcionario de casilla aceptaría?</i>							
	<i>Hombre</i>				<i>Mujer</i>			
	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Sí (%)</i>	<i>No (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Telenovelas	8.60	12.70	11.10	10.80	47.50	52.80	71.40	50.40
Noticieros	28.70	24.30	11.10	26.30	19.00	17.60	9.50%	18.20
Deportivos y series	40.74	43.64	55.56	42.37	13.25	12.08	9.52	12.63
Otros	21.92	19.32	22.22	20.53	20.19	17.50	9.52	18.74
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

secundaria y preparatoria y los hombres que tienen preparatoria poseen una visión de mediana a poco optimista sobre para qué sirve votar, mientras que por el contrario, las y los jóvenes profesionistas son más escépticos acerca de los resultados que se podrían obtener al emitir su voto, como señalaremos enseguida. De las mujeres que piensan que votar sirve para que exista más justicia, 41% tiene estudios de preparatoria, mientras que de las que consideran que no sirve para nada, 38% tiene estudios de secundaria. En una visión muy pragmática, de las mujeres jóvenes que consideran que con su voto podrían beneficiarse o recibir una recompensa, 50% tiene estudios de secundaria (cuadro 12).

Si confrontamos estos resultados con los expresados por los hombres, veremos que comparten la misma visión, con variaciones no significativas, pues de los jóvenes que piensan que votar sirve para que exista más justicia, 45% tiene estudios de preparatoria, y entre aquellos para quienes de nada sirve votar, 41% también ha concluido con los estudios preparatorianos. Al igual que las mujeres, de los que piensan que su voto les generará algún beneficio o recompensa, 50% tenían el mismo nivel de estudios de preparatoria.

Nuevamente los profesionistas tienen menos expectativas sobre los logros del relevo gubernamental, pues de las mujeres que consideran que habrá más justicia con las nuevas autoridades, 11% son profesionistas, y 10% de las que consideran que en nada va a cambiar la situación del país son asimismo profesionistas. Por su parte, las que esperan obtener algún beneficio o compensación con su voto son profesionistas en 14%. En lo que corresponde a los varones que piensan que mejorarán las condiciones de justicia con el voto, 11% son profesionistas, mientras los que consideran que todo seguirá igual son profesionistas en 10%. Y ningún hombre profesionista consideró que su voto le podría significar alguna compensación. Sólo en este último rubro se registró una diferencia en cuanto a hombres, con 0%, y mujeres,

Cuadro 12. Trayectoria académica

		<i>En su opinión ¿para qué sirve votar?</i>								
<i>¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?</i>		<i>Mejoren sus condiciones de vida (%)</i>	<i>Haya más justicia social en el país (%)</i>	<i>Que los políticos cumplan lo que les prometieron (%)</i>	<i>Se elimine la inseguridad y la violencia (%)</i>	<i>Para nada, todo sigue igual (%)</i>	<i>Obtener una recompensa o un beneficio si mi candidato gana (%)</i>	<i>Otros motivos (%)</i>	<i>No sabe (%)</i>	<i>Nr (%)</i>
		Sin educación	Hombre	1.30	0.60	0.50	0.00	0.60	0.00	0.00
	Mujer	0.60	0.20	0.70	1.00	0.60	0.00	1.00	0.00	0.00
Primaria	Hombre	6.20	2.80	5.60	3.80	5.20	7.10	5.60	15.80	11.10
	Mujer	5.80	6.80	8.30	6.80	10.60	0.00	4.90	13.20	0.00
Secundaria	Hombre	27.10	18.90	21.50	32.50	31.40	7.10	29.20	39.50	33.30
	Mujer	32.00	28.80	34.20	32.00	37.80	50.00	26.70	39.50	28.60
Preparatoria/ bachillerato	Hombre	40.50	44.50	47.70	33.80	41.30	50.00	35.40	34.20	33.30
	Mujer	40.20	41.10	35.30	38.80	27.20	20.00	35.90	31.60	57.10
Técnico	Hombre	12.10	18.00	13.30	11.30	11.60	21.40	15.20	5.30	11.10
	Mujer	9.50	11.00	9.70	12.60	13.90	30.00	15.00	7.90	14.30
Profesional	Hombre	12.90	15.10	11.30	18.80	9.90	14.30	14.60	5.30	11.10
	Mujer	11.90	11.90	11.90	7.80	10.00	0.00	16.50	7.90	0.00
Posgrado	Hombre	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Mujer	0.00	0.20	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

con 14%. Pareciera entonces que las diferencias de género no reportan apreciaciones diferenciales sobre para qué sirve votar, pero en los jóvenes que tienen niveles educativos de secundaria o preparatoria las cifras muestran mayores expectativas sobre el relevo gubernamental.

Cuando planteamos la pregunta ¿para qué sirve votar? y la cruzamos con la variable de condición de autonomía-dependencia, encontramos distinciones muy significativas, primeramente entre el mismo sexo. Después también las diferencias son significativas cuando comparamos las percepciones de hombres y mujeres. Sobre estas últimas encontramos una relación inversamente proporcional en la calidad de dependencia-autonomía y por pertenencia de género. Las respuestas nos arrojaron los siguientes datos: para los hombres autónomos, considerando el 100% de respuestas para cada pregunta, 58% piensan que se mejorarían sus condiciones de vida, 52% consideran que habrá más justicia, mientras que 52 y 48% piensan que mejorará la seguridad. Si comparamos las respuestas de las mujeres jóvenes autónomas que respondieron las mismas preguntas los resultados fueron los siguientes: el 24, 28 y el 28% respectivamente. Como podemos ver claramente, los jóvenes que tienen un trabajo remunerado tienen una percepción mucho más positiva que las mujeres alrededor de los cambios que podrían ocurrir con el relevo gubernamental (cuadro 13).

Esta relación se invierte cuando la variable puesta a prueba es la condición de dependencia económica de las y los jóvenes ciudadanos entrevistados, pues si retomamos las mismas preguntas utilizadas para conocer las percepciones de los jóvenes que no tienen trabajo ni estudian, los resultados son los siguientes: del 100% de respuestas para cada pregunta, tenemos que 7% de los que piensan que se mejorarían sus condiciones son dependientes, mientras que los que consideran que habrá más justicia están 6% en la misma condición, y los que piensan que mejorará la seguridad

Cuadro 13. Autonomía-dependencia

		<i>En su opinión ¿para qué sirve votar?</i>								
		<i>Mejoren sus condiciones de vida (%)</i>	<i>Haya más justicia social en el país (%)</i>	<i>Que los políticos cumplan lo que les prometieron (%)</i>	<i>Se elimine la inseguridad y la violencia (%)</i>	<i>Para nada, todo sigue igual (%)</i>	<i>Obtener una recompensa o un beneficio si mi candidato gana (%)</i>	<i>Otros motivos (%)</i>	<i>No sabe (%)</i>	<i>Nr (%)</i>
Autónomos	Hombre	58.13	51.98	55.66	48.39	62.03	35.71	55.61	60.98	60.00
	Mujer	24.32	27.89	24.01	27.50	25.26	7.69	28.83	23.08	11.11
Estudiantes	Hombre	34.00	40.70	37.60	36.60	25.10	50.00	37.20	22.00	30.00
	Mujer	30.90	30.40	25.00	25.80	21.60	23.10	35.60	17.90	33.30
Dependientes	Hombre	6.70	5.65	5.43	12.90	11.23	14.29	5.61	12.20	10.00
	Mujer	44.10	40.50	50.33	45.00	52.11	69.23	34.23	56.41	44.44
Otros	Hombre	1.20	1.69	1.36	2.15	1.60	0.00	1.53	4.88	0.00
	Mujer	0.73	1.20	0.60	1.70	1.10	0.00	1.40	2.60	11.11
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

son dependientes igualmente en 13%. Si comparamos las respuestas de las mujeres jóvenes en condición de dependencia económica que respondieron las mismas preguntas, los resultados fueron los siguientes: 44, 41 y 45%, respectivamente. Como podemos ver claramente, los jóvenes que tienen un trabajo remunerado poseen una percepción mucho más positiva que los hombres que no tienen empleo, mientras que las percepciones femeninas fueron inversas pues las que tienen una visión menos optimista fueron las mujeres autónomas, frente a una visión mayormente positiva de las mujeres que son dependientes económicamente/ cuadro 13).

ÍNDICE DE PREFERENCIA POLÍTICA

En el ámbito que corresponde a este índice nos interesaba conocer cuál era su autoadscripción en alguna de las grandes clasificaciones ideológicas: derecha, izquierda o moderados (centro), aunque no pudimos constatar con los datos arrojados por la encuesta que exista claridad sobre los contenidos y significados de cada adscripción para los jóvenes. Los resultados generales no indican que los mayores porcentajes de autoidentificación política se concentren en los jóvenes con estudios de preparatoria, y las mayores diferencias políticas entre hombres y mujeres corresponden a los jóvenes que tienen estudios de nivel técnico. Veamos los datos que arrojó la encuesta: del 100% de los hombres jóvenes que respondieron que eran de izquierda, 40% tiene preparatoria, 20% tiene secundaria concluida y 20% son profesionistas. En este mismo rubro, del 100% de las mujeres que se autoadscriben en la izquierda, se distribuyeron de la siguiente forma: 38% tienen estudios de bachillerato, 26% secundaria y 14% son profesionistas. Como podemos ver, la pertenencia de género no es significativa, pues pareciera

que el nivel educativo es el que hace coincidir en buena medida a los jóvenes en cuanto a su postura política.

Ahora bien, si consideramos el 100% de los y las jóvenes que se asumen como de derecha, las encuestas reportaron también una relativa coincidencia de géneros vinculada con el grado de estudios adquirido; así tenemos que 41% de los hombres y 40% de las mujeres que tienen preparatoria se suman a esta posición, mientras que 30% de hombres y 32% de mujeres que se adscriben a la derecha tienen estudios de secundaria, y 9% de hombres y 10% de mujeres profesionistas se manifestaron por esta posición. El mayor contraste registrado entre hombres y mujeres se ubica entre quienes poseen educación técnica, pues del 100% de hombres que se manifestaron de izquierda, 16% tienen educación técnica, mientras que del 100% de mujeres, 38% que se adscribió a esta corriente tienen la misma formación. Con el mismo contraste resultaron los datos relacionados con los jóvenes que se adscribieron a la derecha, quedando en un rango de 14% para hombres y 40% para mujeres que tienen una educación técnica. La misma distancia encontramos entre los jóvenes que asumieron tener una posición de centro, pues los hombres con educación técnica lo hicieron en 10%, mientras para las mujeres el porcentaje sobre 100 se elevó a 37% (cuadro 14).

Índice de preferencia política por condición de autonomía/dependencia

Ahora bien, al igual que lo manifestado en el índice de participación ciudadana, el parámetro que muestra diferencias significativas entre hombres y mujeres es el relativo a la condición de autonomía y dependencia, pues hay una relación inversamente proporcional en prácticamente todas las variables sometidas a este índice. Si iniciamos comparando las diferentes posiciones de pertenencia política de los hombres

Cuadro 14. Escolaridad

<i>Trayectoria académica</i>		<i>En política se menciona mucho la izquierda-derecha, ¿con cuál de ellas se identifica más?</i>					<i>Total (%)</i>
		<i>Izquierda (%)</i>	<i>Derecha (%)</i>	<i>Centro (%)</i>	<i>Ninguna (%)</i>	<i>Otros (%)</i>	
Sin educación	Hombre	0.70	0.60	0.00	0.80	0.00	0.65
	Mujer	0.90	0.80	0.00	0.20	1.25	0.57
Primaria	Hombre	2.60	6.10	4.70	7.10	6.82	5.32
	Mujer	5.60	8.60	5.10	6.30	12.50	7.00
Secundaria	Hombre	20.10	29.50	20.80	28.50	31.82	25.74
	Mujer	26.20	31.60	33.80	33.90	42.50	31.76
Preparatoria/bachillerato	Hombre	40.20	41.00	49.10	40.50	45.45	41.34
	Mujer	38.40	39.60	36.80	36.30	30.00	37.51
Técnico	Hombre	16.30	14.20	10.40	12.40	11.36	13.80
	Mujer	38.40	39.60	36.80	36.30	30.00	37.51
Profesional	Hombre	20.10	8.70	15.10	10.70	4.55	13.16
	Mujer	14.30	10.00	15.40	11.60	5.00	11.78
Posgrado	Hombre	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Mujer	0.20	0.00	0.00	0.20	0.00	0.11
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

y las comparamos con las de las mujeres, vemos un contraste enorme, es decir, la condición de autonomía/dependencia y la pertenencia de género configuran identidades y percepciones políticas contrastantes.

Sólo mencionaremos un parámetro para ejemplificar estas disparidades, pero se puede ampliar a las otras identificaciones políticas; sin embargo, por cuestión de espacio sólo nos centraremos en la filiación política de izquierda. Como podemos constatar haciendo una lectura centrada, la autoadscripción de izquierda relacionada con la condición de dependencia-autonomía, expresada en cuadro 15, tenemos que del 100% de los hombres que se adscribieron en esta corriente, 60% son independientes o autónomos, mientras que del 100% de las mujeres que se afirmaron de la misma corriente izquierdista, 27% son autónomas. Hay una diferencia de poco más del 50% entre sexos, es decir, la pertenencia de género y la condición de autonomía-dependencia tienen una estrecha relación en la autoadscripción política de hombres y mujeres. Ahora bien, cuando nos centramos en la condición de dependencia económica de las y los jóvenes los resultados son inversamente proporcionales. Veamos los resultados: del 100% de los hombres que se asumen de izquierda, sólo 8% son dependientes económicos; en contraste, del 100% de mujeres, 41% que se manifestó como de izquierda no tiene ingresos. En lo que corresponde al sector de los estudiantes podemos ver que las diferencias no son tan considerables, pues los hombres que se asumieron de izquierda en 41% son estudiantes, frente a 34% de las mujeres que están estudiando.

Índice de participación política por autonomía-dependencia y preferencia por candidato

El siguiente cuestionamiento que nos interesaba recuperar para confrontar si la condición de autonomía/dependencia y

Cuadro 15. Autonomía-dependencia

<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>		<i>En política se menciona mucho la izquierda-derecha, ¿con cuál de ellas se identifica más?</i>					
		<i>Izquierda (%)</i>	<i>Derecha (%)</i>	<i>Centro (%)</i>	<i>Ninguna (%)</i>	<i>Otros (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	Hombre	50.00	59.17	55.74	57.72	64.44	55.80
	Mujer	23.89	27.16	25.81	25.30	30.68	25.78
Estudiantes	Hombre	41.10	31.80	37.70	33.00	26.67	35.33
	Mujer	34.20	26.40	29.70	28.60	14.77	28.83
Dependientes	Hombre	7.58	6.72	5.74	7.72	8.89	7.30
	Mujer	40.59	45.50	43.87	44.85	53.41	44.31
Otros	Hombre	1.30	2.33	0.82	1.54	0.00	1.56
	Mujer	1.27	0.90	0.65	1.21	1.14	1.09
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

la de género tenía un papel relevante para entender la preferencia por algún candidato, retomamos la pregunta 43: De los cuatro candidatos a la presidencia ¿por quién votaría como primera opción? Como podemos constatar en los resultados presentados en el cuadro 16, existe una diferencia significativa entre las preferencias de los y las jóvenes por candidatos dependiendo de su condición de dependencia/autonomía, así como por la pertenencia de género. Existe una relación inversamente proporcional entre las preferencias electorales de los hombres de acuerdo a su condición de autonomía o dependencia. Esta misma relación se presenta cuando comparamos las preferencias relacionadas con el género; veamos un ejemplo. Del 100% de hombres jóvenes que manifestaron su preferencia por la candidata a la presidencia del Partido Acción Nacional, Josefina Vázquez Mota, 55% eran jóvenes con ingresos remunerados, mientras que 6.7% de los que manifestaron su preferencia por esta candidata eran dependientes económicos. Tenemos una diferencia de 48 puntos porcentuales, que se mantiene si confrontamos las preferencias por cada uno de los candidatos, en donde podemos ver que existe una mayor definición por algún candidato en los hombres autónomos. Esto nos podría llevar a inferir que los hombres que están insertos en el mercado de trabajo tienen una mayor sociabilidad política y por lo tanto una mayor definición de sus preferencias electorales. Ahora bien, si vemos los resultados arrojados para las mujeres jóvenes, los resultados son inversamente proporcionales, pues del 100% de las mujeres que manifestaron su simpatía por la candidata Vázquez Mota, 27% son mujeres que trabajan, frente a 44% de mujeres que votarían por ella y tienen la calidad de dependientes económicas. Es decir, los datos nos dicen que los hombres que tienen una mayor intención de voto por Josefina Vázquez (55%) poseen una condición de autonomía; en contraste, 44% de las mujeres que votarían por ella son dependientes. Esta misma diferenciación entre hombres dependientes y autónomos es

Cuadro 16. Autonomía-dependencia

		<i>De los cuatro candidatos a la presidencia ¿por quién votaría como primera opción?</i>						
<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>		<i>Josefina Vázquez Mota (PAN) (%)</i>	<i>Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM) (%)</i>	<i>Andrés Manuel López Obrador (PRD, PT, MC) (%)</i>	<i>Gabriel Quadri de la Torre (PANAL) (%)</i>	<i>Anularía mi voto (%)</i>	<i>Otros (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	Hombre	55.24	63.61	48.73	53.57	52.63	57.73	55.80
	Mujer	27.25	26.27	24.06	23.00	45.45	25.68	25.78
Estudiantes	Hombre	36.70	26.50	41.90	40.20	47.40	33.44	35.33
	Mujer	28.50	22.30	35.80	34.00	18.20	29.38	28.83
Dependientes	Hombre	6.67	8.66	6.99	5.36	0.00	7.57	7.30
	Mujer	43.55	50.36	39.74	41.00	36.36	42.96	44.31
Otros	Hombre	1.43	1.24	2.33	0.89	0.00	1.26	1.56
	Mujer	0.73	1.09	0.44	2.00	0.00	1.98	1.09
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

inversamente proporcional entre las mujeres, lo cual nos daría cuenta de representaciones y expectativas diferentes: los hombres sin empleo tienen poco interés en los candidatos, sin importar su filiación partidaria, mientras que las mujeres dependientes parecerían más interesadas en los candidatos, apostando tal vez que con las elecciones se pudieran gestar cambios en sus condiciones de vida.

El cuadro 17 explora el vínculo entre preferencia por alguno de los candidatos a la presidencia de la república y la trayectoria académica de los entrevistados. Como podemos observar en el cuadro 17, los jóvenes que tienen una formación académica de nivel preparatoria fueron los que se manifestaron más claramente por cada uno de los candidatos, así tenemos que considerando el 100% de las respuestas para cada candidato, los resultados fueron los siguientes: 44% votarían por Vázquez Mota, 39% por Peña Nieto, 40% por López Obrador, 47% por Quadri y un muy alto 63% preferiría anular su voto. Para el caso de las mujeres con la misma formación preparatoria los datos fueron los siguientes: 38% votarían por Vázquez Mota, 33% por Peña Nieto, 41% por López Obrador, 38% por Quadri y 30% preferiría anular su voto. Como podemos observar, los resultados son bastantes cercanos, el único rubro en el que se disparan es en la opción “Anularía mi voto”, en donde la diferencia es de 30 puntos porcentuales en los hombres que tienen estudios de preparatoria. Encontramos la misma cercanía de preferencia por un candidato entre los hombres y las mujeres que tienen una formación profesional, ya que solamente hay una distancia considerable en la opción de “Anularía mi voto”, pues en los hombres sólo 6% lo anularía, frente a 30% de mujeres que lo consideran viable. De tal forma que los datos muestran que en el rubro de educación no existe una gran diferencia entre hombres y mujeres en cuanto a sus preferencias por uno u otro candidato a la presidencia de la República.

Cuadro 17. Trayectoria académica

		<i>De los cuatro candidatos a la presidencia ¿por quién votaría como primera opción?</i>						
<i>¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?</i>		<i>Josefina Vázquez Mota (PAN)</i>	<i>Enrique Peña Nieto (PRI-PVEM)</i>	<i>Andrés Manuel López Obrador (PRD, PT, MC)</i>	<i>Gabriel Quadri de la Torre (PANAL)</i>	<i>Anularía mi voto</i>	<i>Otros</i>	<i>Total</i>
		<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>	<i>(%)</i>
Sin educación	Hombre	0.00	0.00	0.90	1.10	0.00	1.38	0.65
	Mujer	0.30	0.40	0.50	1.10	0.00	1.08	0.57
Primaria	Hombre	4.90	7.60	3.70	2.10	0.00	6.55	5.32
	Mujer	7.70	8.80	5.40	3.30	0.00	6.76	7.00
Secundaria	Hombre	25.90	31.70	21.10	15.80	12.50	28.97	25.74
	Mujer	34.70	38.00	26.30	23.90	40.00	28.11	31.76
Preparatoria/bachillerato	Hombre	43.80	39.00	39.90	47.40	62.50	41.72	41.34
	Mujer	38.00	32.90	40.90	38.00	30.00	39.73	37.51
Técnico	Hombre	10.30	11.70	16.50	20.00	18.80	12.41	13.80
	Mujer	9.60	9.20	12.20	17.40	0.00	13.51	11.27
Profesional	Hombre	15.10	10.00	17.90	13.70	6.30	8.97	13.16
	Mujer	9.60	10.80	14.60	16.30	30.00	10.54	11.78
Posgrado	Hombre	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Mujer	0.00	0.00	0.20	0.00	0.00	0.27	0.11
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

ÍNDICE DE PARTICIPACIÓN POLÍTICA NO INSTITUCIONAL

Este índice nos pareció importante, al considerar que existe muy poca credibilidad acerca de la eficacia de los políticos para resolver los problemas de los jóvenes, que se expresa en datos contundentes en diversos rubros que dan cuenta de la poca confianza de los jóvenes frente a los políticos y a las autoridades gubernamentales. Es por ello que recurrimos a la pregunta. ¿Quién se preocupa por los jóvenes? A lo que respondieron mayoritariamente, que no eran los gobiernos, ni los políticos, ni los partidos políticos, sino sus familias.

Ante la contundencia de estos datos, inicialmente habíamos considerado que si los jóvenes otorgan poco interés a la democracia representativa en general y a los políticos en particular, se debía a que no consideraban las vías institucionales como canales adecuados para expresar sus problemas, o para mejorar las difíciles condiciones por las que atraviesa el país, por lo que seguramente esta visión y representación negativa de la gestión pública nos indicaba que canalizaban sus demandas por las vías no institucionales o extrapartidarias. Sin embargo, cuando se cuestionó a los jóvenes si participaban o habían participado en asociaciones, organizaciones sociales, movimientos sociales, tales como los dedicados a defender los derechos humanos, los derechos de las mujeres, los dedicados a la defensa del medio ambiente u otra causa, la encuesta nos señala que prácticamente es nula su participación. El dato es realmente sorprendente: de una muestra de 3 468 jóvenes ciudadanos, sólo alrededor de una treintena han participado en alguna organización social.

Sin embargo, nos parece que esos datos debieran relativizarse, pues cuando se afirma que los ciudadanos tienen un bajo nivel de participación política, podríamos confrontar estos datos con la existencia de múltiples organizacio-

nes dedicadas a la defensa de sus derechos políticos, económicos, sociales y humanos, de tal suerte que esa afirmación homogeneizante contrasta con los procesos de movilización social que se expresan a lo largo del territorio nacional. Si nos referimos, por ejemplo, a la existencia de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y Organizaciones de la Sociedad Civil (osc), tenemos que, de acuerdo con los registros de la Secretaría de Gobernación, hasta el año 2013 existían casi 2 000, con distintos objetivos, dimensiones e impactos locales, regionales o nacionales, todas ellas dedicadas a resolver problemas sociales o implementar proyectos de diferente carácter: productivos, de derechos humanos, ecologistas, políticos, etcétera.

Por otro lado, existen expresiones de protesta y organizaciones de jóvenes, tales como #YoSoy132 o las redes de mujeres feministas que tienen varias décadas de trabajo constante en el país (Espinosa, 2009) o las de mujeres jóvenes indígenas, que han logrado que su agenda de equidad de género se coloque en la plataforma de las organizaciones indígenas y en vastas regiones del país (Sánchez, 2005), o la Red Iberoamericana de Jóvenes (OIJ), que aglutina a jóvenes hispanohablantes, mestizos, indígenas y afrodescendientes (Valladares, 2014a). A esto se suma el protagonismo de los jóvenes mexicanos desatado como respuesta a la desaparición en manos de la policía municipal de 43 jóvenes normalistas de la Escuela Normal Rural de Ayotzinapa, Guerrero.

Han sido miles de ciudadanos los que exigen justicia, los que han denunciado las desapariciones forzosas y el fin de la violencia de Estado, lo que se ha encaminado hacia enormes críticas por la gestión gubernamental y ha exigido la transparencia en el manejo de recursos y el castigo a las autoridades corruptas. De tal suerte que el desencanto y el enojo social de la población mexicana se ha expresado vigorosamente en protestas callejeras y a través de las redes

virtuales, en publicaciones y declaraciones públicas, un fenómeno de esta envergadura no se presentaba en nuestro país por lo menos desde el levantamiento zapatista en el año 1994 en el estado de Chiapas.

Estas expresiones nos hablan de una agencia social de este sector de la población, que si bien se podría argumentar se trata de una minoría, como se muestra en los datos de la encuesta, tienen un papel político muy significativo para denunciar, criticar, develar y confrontar tanto a la política nacional como a los políticos en todos los niveles de gobierno. En esta coyuntura tan crítica para el gobierno mexicano y para los ciudadanos, están naciendo propuestas políticas sobre el futuro de la nación, como son la creación de nuevos partidos políticos o la posibilidad de elegir a candidatos independientes o estimular las redes comunitarias para que “desde abajo” incidan en el rumbo político del país. Los escenarios en donde se expresan, se ejercen y se confrontan el poder y la política son tan diversos que debemos tener cautela para no hacer afirmaciones contundentes y homogeneizantes sobre la conciencia y la cultura política de los jóvenes y los ciudadanos mexicanos (Urbina, 2014).

Por tal motivo, para entender la cultura política, consideramos pertinente recuperar la noción de poder que propone Gledhill (2000), entendida como una relación social que se construye entre los que tienen el poder, una minoría y las mayorías excluidas de éste, y es en la interrelación entre ambos sectores donde se construye el poder, lo que nos lleva a matizar o relativizar los magros resultados que arrojó la encuesta en cuanto a la cuantitativamente insignificante participación de los jóvenes en organizaciones o movimientos sociales políticos. De tal modo que las protestas callejeras, los análisis críticos al poder, el abstencionismo electoral y la militancia partidaria, son todas expresiones de una cultura política que oscila entre la apatía y el “desconocimiento”, hasta la construcción de culturas políticas de corte contra-

hegemónico entre un sector de la población (Escobar *et al.*, 2001; Valladares y Escobar, 2014).

Dos comentarios más nos merecen estos datos alarmantes sobre los jóvenes ciudadanos entrevistados, uno relacionado con el hecho de que la encuesta se levantó antes del proceso electoral de 2012; sin embargo, a dos años de gobierno de la actual gestión presidencial del priista Enrique Peña Nieto, ésta ha estado llena de protestas sociales de una enorme envergadura; se han tomado las principales calles y avenidas de las ciudades más importantes del país exigiendo justicia, el fin de la corrupción y de la impunidad de los políticos de todos los colores y signos partidarios, con el grito de “Ya basta”, que expresa nítidamente el interés de poner fin a los agravios que producen la exclusión, y la desigualdad social y económica sostenidas por los políticos y gobiernos nacionales.

El año 2014 y lo que va de 2015 han mostrado la falta de confianza de los ciudadanos en las instituciones; casos como la desaparición de los 43 jóvenes de la Escuela Normal Rural Isidro Burgos de Ayotzinapa, en el municipio de Tixtla; los escándalos de corrupción y los malos manejos en las finanzas públicas, agudizadas por la enorme violencia que vive el país, causada por el narcotráfico, el crimen organizado, así como la ascendente criminalización de la justa protesta social (Acuña, Fredez y Pérez, 2010), nos indican que tal vez si la encuesta se hubiera levantado después de los dos primeros años de la gestión presidencial, en el marco de la grave crisis que vive el país, tendríamos resultados diferentes.

ÍNDICE DE AUTORREPRESENTACIÓN DE LA JUVENTUD

El cuarto indicador con el que analizamos la encuesta La Cultura Política de los Jóvenes 2012 pretendió dar cuenta de los problemas que los jóvenes mexicanos perciben como

los más relevantes del país, pero también recuperar su sentir en cuanto a cuáles son los problemas más sentidos que viven como jóvenes. Con este objetivo recuperamos dos preguntas de la encuesta: la 74, que indagaba cuáles eran los principales problemas de los jóvenes, y la 75, que les preguntaba quién está interesado en los jóvenes. Al cruzar los resultados generales de la encuesta con las variables elegidas para el análisis, encontramos que algunos son consistentes con la edad y escolaridad de los jóvenes, pero otros resultaron un tanto inesperados cuando los sometimos a la variable de autonomía-dependencia, como comentaremos enseguida.

No sorprende que las respuestas obtenidas por los jóvenes que tienen estudios de preparatoria a la pregunta sobre cuáles son los principales problemas de su ciudad se concentraran en el acceso a la educación, por tratarse de una encuesta dirigida a jóvenes. Son un grupo etario que tiene expectativas de continuar con sus estudios hasta el nivel profesional; de aquí que no encontremos distinciones significativas en las respuestas de hombres y mujeres, porque ambos señalaron que los mayores problemas de sus ciudades están relacionados con la falta de cupo en las universidades, pues los hombres que señalaron que este es un problema relevante corresponde al 60%, y lo fue para el 40% de mujeres con el mismo grado de estudios. En segundo término colocaron a la violencia de la policía o el ejército (46% hombres y 47% mujeres); la tercera preocupación de los preparatorianos es la falta de becas para los estudiantes (42% hombres y 37% mujeres); en cuarto lugar consideraron que es la falta de empleo (41% para ambos) y en quinto lugar el abandono de su familia, la falta de espacios para el deporte y la diversión, y la venta de drogas (cuadro 18).

De tal manera, que la percepción entre jóvenes de preparatoria y en menor medida de secundaria es coincidente entre hombres y mujeres, en tanto que para ambos sexos el

acceso a la universidad constituye un ideal, o una promesa de un futuro mejor, obtenido con su mayor habilitación profesional. Pero también son la generación que les ha tocado vivir con mayor crudeza la imposibilidad de acceder a la universidad, ante la falta de espacios en las universidades públicas, o ante la urgencia de buscar empleo para colaborar en la economía familiar, o por lo menos poder mantenerse solos, sin hablar de la precarización del empleo, que va cuesta arriba, y todo indica que no se detendrá en el corto plazo. Existe una gran frustración en decenas de miles de jóvenes que, habiendo concluido su formación preparatoria, no logran ingresar a ninguna universidad pública. Se calcula que anualmente son un millón de jóvenes los que demandan la apertura de fuentes de empleo que les permitan tener una vida digna, y son también decenas de miles los que piden un lugar en el sistema de universidades públicas; baste solo un dato como muestra de la envergadura del problema: para el ciclo 2014 fueron 126 753 estudiantes los que presentaron el examen de selección para ingresar a alguna de las más de 100 carreras que ofrece la UNAM y la cifra de jóvenes no aceptados alcanzó casi 92%, pues sólo fueron seleccionados 10 916, equivalentes a 8.6%.⁵ Por otro lado los jóvenes que no estudian ni trabajan rondan los 24.7%, de acuerdo con cifras de la OCDE.

⁵ Emir Olivares, “Rechazado el 92% de los aspirantes a la UNAM”, nota publicada en el diario *La Jornada* del día 11 de abril de 2013. Disponible en: <<http://www.jornada.unam.mx/2013/04/11/Política/007n1pol>>. Consultada el 20 de agosto de 2014.

Cuadro 18. Trayectoria académica

		<i>¿Cuáles son los principales problemas de los jóvenes en su ciudad?</i>									
<i>¿Qué tipo de programación ve con más frecuencia en la televisión?</i>		<i>Falta de empleo (%)</i>	<i>No hay cupo en las escuelas o universidades (%)</i>	<i>No hay becas para los estudiantes (%)</i>	<i>Las pandillas que venden drogas (%)</i>	<i>Falta de transporte (%)</i>	<i>Falta de espacios para el deporte y la diversión (%)</i>	<i>La violencia de la policía o del ejército (%)</i>	<i>El abandono de su familia (%)</i>	<i>Otros (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Sin educación	Hombre	0.50	1.30	0.00	0.80	0.00	0.00	0.00	0.00	1.09	0.60
	Mujer	0.80	0.00	0.00	0.30	0.00	2.30	0.00	0.00	0.87	0.60
Primaria	Hombre	4.50	2.70	4.50	8.10	12.50	2.60	0.00	16.70	8.70	5.30
	Mujer	5.50	5.00	7.10	11.20	50.00	11.40	9.80	2.60	6.96	7.00
Secundaria	Hombre	24.90	18.10	27.30	31.60	37.50	28.90	35.70	25.00	22.83	25.70
	Mujer	30.30	26.00	30.20	39.20	50.00	31.80	26.80	28.90	33.91	31.80
Preparatoria/ Bachillerato	Hombre	41.10	49.70	42.40	38.50	25.00	39.50	46.40	37.50	38.04	41.30
	Mujer	40.60	40.00	36.50	30.30	0.00	31.80	36.60	39.50	35.65	37.50
Técnico	Hombre	13.50	20.10	15.20	9.70	12.50	15.80	10.70	16.70	15.22	13.80
	Mujer	10.10	14.50	15.10	8.90	0.00	11.40	17.10	13.20	14.78	11.30
Profesional	Hombre	15.40	8.10	10.60	11.30	12.50	13.20	7.10	4.20	14.13	13.20
	Mujer	12.70	14.00	11.10	9.80	0.00	11.40	9.80	15.80	7.83	11.80
Posgrado	Hombre	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Mujer	0.00	0.50	0.00	0.30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.10
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

*Principales problemas de la juventud
por condición de autonomía-dependencia*

Qué tanto incide la condición de autonomía económica o dependencia de los jóvenes en su percepción de los principales problemas que enfrentan los jóvenes mexicanos fue el objetivo con el que construimos este índice, y como vemos en el cuadro 19, los datos son indicativos de la percepción diferenciada entre los hombres por condición de autonomía o dependencia, y lo mismo ocurre entre las mujeres jóvenes, que de acuerdo a su posición de autonomía y dependencia, tienen percepciones diferenciadas. Asimismo, cuando comparamos las respuestas de los hombres con las de las mujeres vemos que son inversamente proporcionales. Iniciaremos señalando que es un tanto sorprendente que, siendo de una misma condición económica, hombres y mujeres expresen opiniones muy distantes, como mostraremos enseguida.

Comenzaremos señalando las diferencias entre las percepciones de los hombres, por ejemplo si tomamos las respuestas a la valoración acerca de la envergadura del problema de la falta de empleo para los jóvenes, tenemos que del 100% de los hombres que señalaron este problema como relevante, 57% fueron hombres que tienen empleo, contrastante con el 7% de los jóvenes que no tienen ingresos; la diferencia en percepciones es del orden de 50 puntos porcentuales. Esta disparidad se presentó en todos los ítems que los cuestionaron sobre los problemas más importantes que enfrentan como grupo etario, y es sorprendente que los jóvenes que son desempleados y que no estudian (dependientes) respondieran en un bajo porcentaje acerca de los problemas sobre los cuales fueron cuestionados. Al parecer, los hombres que sí tienen empleo perciben que tanto la insuficiencia de empleo como la falta de lugares en la universidad, la violencia ejercida por la policía, la falta de transporte y la venta de drogas son problemas que les preocupan, y enton-

ces pareciera que los jóvenes que forman parte del mercado laboral tienen una visión global sobre las necesidades de su grupo de edad y género.

La misma diferencia, pero en sentido inverso a la expresada por los hombres, se presentó entre las mujeres, ya que del 100% de respuestas que indicaron que la falta de empleo era un problema significativo, 27% eran mujeres con empleo, frente a 43% de mujeres en situación de dependencia económica. La única explicación razonable parecería ser que cuando las mujeres evaluaron esta problemática tenían en mente su propia condición de autonomía o dependencia económica y no la del sector de los jóvenes en conjunto, pero esto es una especulación sobre lo no expresado en la encuesta.

Un contraste casi de la misma magnitud lo encontramos cuando comparamos las respuestas de hombres y mujeres que tienen una condición de autonomía o dependencia económicas, pues los resultados fueron inversos; retomaremos sólo los resultados de un ítem para ejemplificar estas disparidades. Del 100% de los hombres jóvenes que consideraron que la falta de cupo en la universidad es un problema relevante, 6% correspondió a los jóvenes dependientes; en contraste, del 100% de mujeres que respondieron sobre la misma pregunta, 40% eran dependientes económicamente. Nos parece que esta gran diferencia, que se repite en todas las preguntas, acerca de temas que consideramos tan cercanos a la cotidianidad de las y los jóvenes, no tiene una respuesta sencilla y sería necesario explorar con mayor profundidad los contextos de este sector para poder entender sus lógicas y percepciones sociales. En este caso nos parecen más reflexivas las respuestas de las mujeres que viven en condiciones de dependencia, cuya condición en buena medida podría explicarse por las escasas oportunidades laborales que viven, pues recordemos que del total de la muestra, los hombres que tienen una condición de dependencia económica son una minoría de 7.3% frente a 44.3% de las mujeres, lo

cual sin duda nos obliga a ser cautelosos, pero lo que los datos señalan es que existe una diferencia muy grande entre las percepciones de los propios hombres jóvenes y de las mujeres de acuerdo a su calidad de trabajadores o desempleados. Y esta relación se invierte cuando comparamos las percepciones de los hombres con las de las mujeres por la condición de autonomía o dependencia, de tal manera que es necesario explorar con mayor detenimiento y con mayores datos contextuales estas disparidades.

¿Quién se preocupa por los jóvenes, por trayectoria académica?

Para conocer la percepción de los jóvenes en cuanto a quiénes son los actores que se interesan en ellos, recuperamos la pregunta 75 del cuestionario: ¿Quién está interesado en los jóvenes?, y realizamos un entrecruzamiento con la variable trayectoria académica y la referida a la condición de autonomía-dependencia. En el primer cruce realizado encontramos que de los hombres que tienen preparatoria sólo 5% señaló a los partidos políticos como actores preocupados por ellos, mientras que 53% nombró a la familia. Cifra coincidente con la percepción de las mujeres que tienen el mismo nivel de estudios, pues 5% señalaron a los partidos políticos y 56% a la familia. La misma coincidencia la encontramos entre los y las jóvenes que tienen una licenciatura, pues 5% de hombres y 7% de mujeres señalaron a los partidos políticos como interesados en sus problemas; de la misma forma los hombres y mujeres profesionistas consideraron en 70 y 56% respectivamente a la familia como el sector que se preocupa por ellos. Acerca del resto de los actores sobre los que se les cuestionó a los jóvenes respecto de su interés por ellos, que eran el gobierno o los políticos, en ningún caso se registraron promedios mayores a 10% entre hombres y mujeres, por lo que

Cuadro 19. Autonomía-dependencia

		<i>¿Cuáles son los principales problemas de los jóvenes en su ciudad?</i>									
<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>		<i>Falta de empleo (%)</i>	<i>No hay cupo en las escuelas o universidades (%)</i>	<i>No hay becas para los estudiantes (%)</i>	<i>Las pandillas que venden drogas (%)</i>	<i>Falta de transporte (%)</i>	<i>Falta de espacios para el deporte y la diversión (%)</i>	<i>La violencia de la policía o del ejército (%)</i>	<i>El abandono de su familia (%)</i>	<i>Otro (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	Hombre	56.50	53.33	57.89	58.87	87.50	43.14	44.83	64.29	48.96	55.80
	Mujer	27.38	21.40	18.84	28.03	0.00	28.00	27.91	32.56	18.70	25.78
Estudiantes	Hombre	34.20	39.40	38.20	32.10	12.50	51.00	24.10	28.60	43.75	35.30
	Mujer	28.90	37.70	45.70	17.50	33.30	32.00	30.20	27.90	26.83	28.80
Dependientes	Hombre	7.11	6.06	3.95	9.06	0.00	3.92	31.03	7.14	4.17	7.30
	Mujer	42.71	40.00	34.06	52.83	66.67	40.00	41.86	37.21	54.47	44.31
Otros	Hombre	2.21	1.21	0.00	0.00	0.00	1.96	0.00	0.00	3.13	1.56
	Mujer	1.06	0.93	1.45	1.62	0.00	0.00	0.00	2.33	0.00	1.09
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

los datos nos dan cuenta de que independientemente del nivel educativo de los jóvenes y de su sexo, perciben que solo su familia se preocupa por ellos; esta percepción explica en gran medida el poco interés que tienen los jóvenes en la política y los políticos, en tanto que los perciben como poco interesados en sus problemas cotidianos (cuadro 18).

Estos datos también sorprenden si pensamos que tenemos un antecedente de un poco más de dos décadas en las cuales diversas instancias internacionales y nacionales han puesto en marcha programas, instituciones y acciones afirmativas dirigidas a los jóvenes, sin embargo, existe un gran desconocimiento de ellas, o realmente no tienen impacto en los jóvenes ciudadanos entrevistados. Podríamos señalar como antecedentes las Conferencias Iberoamericanas de Ministros de Juventud y la creación en 1992 de la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ).

Con esta perspectiva, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en conjunto con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), declararon el 2010 como Año Internacional de la Juventud, que inició a partir del 12 de agosto de 2010. En ese mismo año, en México se celebró la Conferencia Mundial de Juventud (CMJ 2010) en la ciudad de León, Guanajuato. De igual forma, en 2010 se conmemoraron además los 15 años del Programa de Acción Mundial sobre Juventud, 10 años de la Declaración del Milenio y 12 años de la Conferencia Mundial de Ministros Responsables de la Juventud, misma que tuvo su primer encuentro en Portugal y que dio cabida a la Declaración de Lisboa sobre la Juventud. Fue en este espacio que se creó el Programa de Acciones para el Desarrollo de la Juventud en América Latina (PRADJAL). Por su parte, a nivel nacional desde hace 25 años se creó el Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE) y entre sus actividades está ofrecer apoyos a jóvenes emprendedores, brindarles capacitación y becas, entre otras acciones públicas. Sin

Cuadro 20. Trayectoria académica

¿Quién está interesado en los jóvenes?		Educación							Total (%)
		Sin educación (%)	Primaria (%)	Secundaria (%)	Preparatoria (%)	Técnico (%)	Profesional (%)	Posgrado (%)	
Gobierno	Hombre	11.10	8.10	8.70	8.70	5.70	3.80	0.00	7.60
	Mujer	20.00	7.30	7.50	9.10	7.10	7.20	0.00	8.10
Políticos	Hombre	11.10	6.80	3.90	3.10	4.70	3.80	0.00	3.90
	Mujer	10.00	4.10	4.50	6.10	4.50	3.90	50.00	5.10
Partidos políticos	Hombre	0.00	4.10	3.60	4.90	7.30	4.90	0.00	4.80
	Mujer	0.00	7.30	3.20	4.60	4.00	6.80	0.00	4.50
La familia	Hombre	55.60	45.90	53.10	52.90	54.70	59.00	0.00	53.60
	Mujer	50.00	52.80	53.90	52.40	53.00	56.50	50.00	53.40
Nadie	Hombre	22.20	27.00	25.40	23.30	19.80	22.40	0.00	23.40
	Mujer	10.00	24.40	24.60	23.70	24.20	20.30	0.00	23.60
Otros	Hombre	0.00	8.11	5.31	7.13	7.81	6.01	0.00	6.61
	Mujer	10.00	4.07	6.27	4.25	7.07	5.31	0.00	5.35
Total	Hombre	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	Mujer	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

embargo, ninguna de las acciones gubernamentales dirigidas a jóvenes parece tener presencia entre los jóvenes de las 73 ciudades en donde se levantó la encuesta; esto se puede constatar con los datos reportados por la propia encuesta, en donde ni siquiera el 1% de los jóvenes reportó ser beneficiario de algún programa gubernamental.

Quién está interesado por los jóvenes de acuerdo con la condición de autonomía-dependencia

Los resultados que encontramos sobre esta pregunta de quién se interesa por los jóvenes cobra un significado distinto cuando realizamos el entrecruzamiento con la variable condición de autonomía o dependencia de los jóvenes, pues como podrá apreciarse en los resultados del cuadro 19, los hombres que tienen una condición de autonomía tienen una visión mucho más optimista sobre cuáles son los actores que se interesan por ellos. Veamos algunos resultados: de los jóvenes que opinan que el gobierno sí se interesa por ellos, 63% son jóvenes que tienen un ingreso económico; de los que piensan que son los políticos 55% son autónomos, y aquellos que consideran que son los partidos políticos quienes se interesan por sus problemas son 46% autónomos. En el rubro correspondiente a sus familias, 54% expresó que éstas se preocupan por los jóvenes, cifras por demás positivas, aunque del 100% de los jóvenes que respondieron la opción de “nadie se interesa por los jóvenes”, la percepción de los jóvenes autónomos se eleva hasta el 60 por ciento.

Por su parte, las mujeres autónomas no son tan optimistas como los hombres, pues su percepción es aproximadamente 50% menos positiva que la de los hombres; por ejemplo, en la percepción más alta tenemos que del 100% de jóvenes que respondieron a la pregunta acerca de si consideraban que los políticos se interesan por los jóvenes,

sólo 32% corresponde a las jóvenes autónomas, y también fue moderada la percepción acerca de que son sus familias quienes se preocupan por ellas, pues sólo 24% de las mujeres que trabajan lo señalaron así.

Ahora bien, cuando vemos los resultados obtenidos por los hombres y mujeres jóvenes en situación de dependencia, el optimismo de los autónomos desaparece y el de las mujeres se eleva de manera inversa. Así tenemos que de los hombres que consideran que el gobierno se preocupa por ellos, 4% son jóvenes dependientes; los que consideran que son los políticos, 8%, y aquellos que señalaron que son los partidos políticos, 10% son dependientes. De igual manera podemos constatar que los bajos porcentajes que las mujeres autónomas señalaron para todos los actores políticos interesados en los jóvenes registra un aumento significativo para aquellas que viven una situación de dependencia económica, por ejemplo, de las que señalaron que es el gobierno quien se interesa por los jóvenes, 43% tienen una condición de dependencia, mientras que 48% señalaron que son los partidos políticos, y 41% de las que señalaron a los políticos como interesados en los jóvenes son mujeres dependientes económicamente. Estas cifras tendrían que ser explicadas con una mayor información sobre el contexto, las ciudades y la condición de los jóvenes para poder hacer algunas afirmaciones que permitan entender la visión contrastante entre hombres y mujeres, porque si bien nos puede parecer coherente la percepción negativa que tienen los jóvenes dependientes sobre el papel de los políticos y el gobierno frente a los problemas que viven, son jóvenes que no tienen un lugar en el sistema educativo, ni tienen un empleo remunerado, por lo que su experiencia vivida les confirma que ni los políticos, ni el gobierno, ni los partidos políticos hacen algo para revertir su exclusión. En sentido inverso, las mujeres en condición de dependencia económica otorgaron a los mismos actores porcentajes

Cuadro 21. Autonomía-dependencia

<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>		<i>¿Quién está interesado en los jóvenes?</i>						<i>Total (%)</i>
		<i>Gobierno (%)</i>	<i>Políticos (%)</i>	<i>Partidos políticos (%)</i>	<i>La familia (%)</i>	<i>Nadie (%)</i>	<i>Otros (%)</i>	
Autónomos	Hombre	62.81	55.93	46.84	54.48	60.56	48.00	55.80
	Mujer	24.38	32.00	19.77	24.44	29.23	25.00	25.78
Estudiantes	Hombre	32.20	30.50	41.80	36.90	30.00	43.00	35.30
	Mujer	31.30	27.00	31.40	30.50	24.40	28.00	28.80
Dependientes	Hombre	4.13	8.47	10.13	7.36	7.50	7.00	7.30
	Mujer	42.50	41.00	48.84	44.13	45.49	43.00	44.31
Otros	Hombre	0.83	5.08	1.27	1.23	1.94	2.00	1.56
	Mujer	1.88	0.00	0.00	0.97	0.88	4.00	1.09
<i>Total</i>	<i>Hombre</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujer</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

muy superiores para hacer referencia a que se preocupan por los problemas de los jóvenes; esta es una visión significativa que requiere atención para poder explorar la manera en que las mujeres explican su condición de exclusión social.

Ahora bien, el sector que tiene una posición más homogénea independientemente de su género son los estudiantes, aunque su percepción no es halagüeña pues alrededor de 30% de hombres y mujeres consideraron que los distintos actores políticos e incluso la familia se preocupaban por ellos. Son datos que debieran alarmar a los representantes políticos y autoridades del país, pues el discurso público de atención a los jóvenes o de considerarlos una piedra angular para el futuro del país pareciera muy alejado de las percepciones de los propios jóvenes, y no podría ser de otra manera, si como muestran ellos mismos y los estudiosos del tema, es en el sector de los jóvenes en donde se concentra el desempleo, o el empleo precario, son perseguidos y criminalizados cuando protestan, y son llamados “ni nis” sin reconocer las causas estructurales que los excluyen y que esto se expresa con mayor énfasis en las mujeres.

ÍNDICE DE TOLERANCIA A LA DIFERENCIA

Finalmente el último índice que construimos y que denominamos tolerancia a la diferencia tuvo como objetivo valorar las percepciones de las y los jóvenes en dos rubros que consideramos importantes para dar cuenta sobre la forma en que se posicionan frente a dos temas que hoy por hoy todavía generan una amplia polémica entre sectores de la sociedad y el Estado, el primero relacionado con el derecho de las mujeres a la interrupción del embarazo. Vale la pena aclarar que en la pregunta 106, por favor indique cuáles de las

siguientes conductas son “aceptables o “no aceptables, retomamos el inciso 3, relativo al aborto, término que tiene una connotación negativa, que consideramos que incide de forma directa en las respuestas de las y los jóvenes, por lo que en nuestra interpretación preferimos considerarlo como el derecho de las mujeres a interrumpir un embarazo.

El otro tema que nos permitirá dar cuenta de qué tanto ha cambiado la visión de los jóvenes sobre el libre ejercicio de las preferencias sexuales corresponde al inciso 5 de la misma pregunta 106, que aludía a los matrimonios entre personas del mismo sexo. En ambos casos se cruzaron las respuestas con las variables trayectoria académica y condición de autonomía, y los resultados fueron los siguientes.

En el grupo de las y los profesionistas se concentró la mayor aceptación del derecho a interrumpir el embarazo, con 36%; sin embargo, esta práctica o este derecho de las mujeres es mayoritariamente rechazado por los jóvenes profesionistas, pues su respuesta negativa se elevó a 61%, y entre las mujeres profesionistas fue de 62%. En segundo lugar los hombres y mujeres que cuentan con una educación técnica se situaron con una aceptación muy cercana, de 32 y 36%, respectivamente. De tal forma que es mayoritaria la opinión de que no se trata de una conducta aceptable. Ahora bien, el sector menos sensible a este derecho son los hombres y mujeres jóvenes cuya trayectoria escolar es de primaria: 88% hombres y 80% mujeres, cuadro 22.

Los datos no deben sorprendernos, porque aún es insignificante el avance en términos nacionales, en cuanto a considerar esta práctica como un derecho de las mujeres y no como un delito y un acto inmoral. Consideremos por ejemplo que en el Distrito Federal logró despenalizarse el aborto recién en el año 2007. Sin embargo, en contrapartida 18 entidades han modificado sus constituciones o códigos penales para tipificar este acto como un delito contra la vida; adicio-

Cuadro 22. Escolaridad

<i>Indique cuáles de las siguientes conductas son “aceptables” o “no aceptables”</i>		<i>Trayectoria académica</i>							
		<i>Interrupción voluntaria del embarazo</i>							
		<i>Sin educación (%)</i>	<i>Primaria (%)</i>	<i>Secundaria (%)</i>	<i>Preparatoria (%)</i>	<i>Técnico (%)</i>	<i>Profesional (%)</i>	<i>Posgrado (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Aceptable	Hombres	33.30	9.50	20.70	29.20	32.30	35.50	0.00	27.20
	Mujeres	30.00	18.70	21.30	26.10	36.40	35.70	50.00	26.40
No aceptable	Hombres	66.70	87.80	77.70	69.00	65.10	61.20	0.00	70.70
	Mujeres	60.00	79.70	77.10	72.20	61.60	62.30	50.00	71.80
NR	Hombres	0.00	2.70	1.70	1.70	2.60	3.30	0.00	2.10
	Mujeres	10.00	1.60	1.60	1.70	2.00	1.90	0.00	1.80
<i>Total</i>	<i>Hombres</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujeres</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

nalmente, en otras entidades existen iniciativas de ley en este mismo sentido.⁶

Destaca que en todas las entidades, salvo el Distrito Federal, antes de las 12 semanas de embarazo no se sanciona al aborto, pero las penas se van incrementando. Así, en segundo lugar estaría el estado de Campeche, en donde se advierte que si el aborto se efectúa con consentimiento de la mujer antes de las 12 semanas de embarazo se hará acreedora a una sanción correspondiente a jornadas de trabajo a favor de la comunidad de 24 a 72 horas. Los demás estados van incrementando las penas de esta práctica tipificada como delito, por ejemplo, considerando la ampliación de la pena, en tercer lugar se coloca Coahuila, donde se prevé que si la mujer obró por motivos graves, se aplicarán de 3 días a 6 meses de prisión, hasta llegar al caso del estado de Tamaulipas, donde se prevé la pena más alta, al afirmarse que siempre que se provoque el aborto a solicitud de la madre y ésta sea menor de edad o incapaz, se impondrán de 4 a 8 años de prisión.⁷

En este sendero, cuando cruzamos los resultados generales de esta pregunta con la variable de autonomía-dependencia nos arrojan cambios significativos, pues, de los hombres que respondieron que interrumpir el embarazo es una

⁶ En el panorama nacional tenemos que en diversas constituciones se han incorporado reformas en el sentido de que el Estado protege el derecho a la vida desde el momento de la concepción/fecundación. Vivimos una avalancha de reformas en el año 2009 en este sentido, sólo dos entidades lo consideraron antes de la reforma en el DF; estos son: Coahuila (1989) y Chihuahua (1994), y posteriores están Morelos (2008), Baja California (2008), Chiapas, Colima, Sonora, Quintana Roo, Guanajuato, Durango, Puebla, Nayarit, Jalisco, Yucatán, San Luis Potosí, Oaxaca, Querétaro y Tamaulipas, todos en 2009. Es decir, 18 de las 31 entidades de la república han modificado su constitución para proteger a los nonatos. Y en algunos estados ya se encuentra tipificado el delito de aborto. Véase Gamboa Montejano, Claudia y Sandra Valdés Robledo, *La regulación del aborto en México*, 2014.

⁷ *Idem.*

práctica aceptable 49% tiene una situación de autonomía, lo que contrasta con las respuestas de las mujeres en este mismo sentido, pues sólo 29% (del 100%) de las que la consideraron una práctica aceptable son mujeres autónomas a pesar de que estamos hablando de su cuerpo y de su futuro (cuadro 23). Nos parece que el peso de los principios morales, religiosos, y ahora debemos sumar los legales, tienen un mayor impacto en las mujeres, que por lo menos verbal o públicamente no aceptarían esta práctica, pues las cifras aportadas por especialistas en el tema hablan de la existencia de un millón de interrupciones de embarazos no deseados al año en nuestro país.⁸

Continuando con los datos, encontramos que al igual que en las preguntas previas que han sido analizadas a la luz de la calidad de autonomía o dependencia de los entrevistados, volvemos a constatar que existe una diferencia de percepciones muy significativa de los hombres entre sí y de éstos con las mujeres, vinculadas con su incorporación o exclusión del mercado de trabajo. En cuanto a los primeros, ya decíamos que los hombres que aceptan la interrupción del embarazo son en 49% autónomos, lo que contrasta con un reducido 6% de los dependientes económicos. En el caso de las mujeres se invierte la relación. Veamos, 29% de las mujeres que señalaron que se trata de una práctica aceptable, el promedio se eleva al 35% entre las mujeres que son dependientes. Existe una diferencia modesta de cinco puntos que nos podría remitir al hecho de que los embarazos no deseados son más numerosos entre las mujeres que no tienen pareja, ni una situación que les permita hacerse cargo de un hijo. En todo caso los datos son significativos porque nos dan cuenta de que el principio sobre el derecho de las mujeres a decidir sobre su cuerpo y sobre cuándo y cuántos hijos tener no ha anidado en estas jóvenes ciudadinas.

⁸ Cf. Fátima Juárez *et al.* (2013).

Cuadro 23. Autonomía-dependencia

Indique cuáles de las siguientes conductas son “aceptables” o “no aceptables”

Interrupción voluntaria del embarazo

<i>¿Cuál es su ocupación principal?</i>	<i>Hombres</i>				<i>Mujeres</i>			
	<i>Aceptable (%)</i>	<i>No</i>			<i>Aceptable (%)</i>	<i>No</i>		
		<i>acceptable (%)</i>	<i>NR (%)</i>	<i>Total (%)</i>		<i>acceptable (%)</i>	<i>NR (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	49.15	58.27	57.58	55.80	28.60	24.70	25.70	25.90
Estudiante	42.90	32.40	36.40	35.33	35.90	26.40	25.70	28.80
Dependientes	6.05	7.81	6.06	7.30	35.13	47.49	48.57	44.31
Otros	1.94	1.47	0.00	1.56	0.40	1.36	0.00	1.09
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

Estos resultados conservadores pueden ser explicados en distintas dimensiones, que van desde una visión católica hegemónica, en donde prevalece el principio de Dios como dador e interruptor de la vida, por lo que la noción de pecado tiene un papel fundamental en la vida de las y los ciudadanos, en donde es más fuerte la pertenencia religiosa que la doctrina de los derechos de género. Otra de las explicaciones podría estar vinculada con la noción de la interrupción del embarazo no como un derecho sino como un crimen, que ya alude no solamente a la moral y al buen comportamiento, sino a una conducta tipificada en los códigos penales, que te hacen acreedora a una sanción privativa de la libertad y al escarnio público. Sobre este particular no hay cifras exactas, pero para el año 2010 Verónica Cruz, directora de la organización “Las libres” afirmaba que en el estado de Guanajuato 160 mujeres estaban enfrentando procesos judiciales durante la década que va del año 2000 a 2010, de la cuales sólo 14 tenían una sentencia y todas pasaron entre uno y cinco días en la cárcel antes de ser liberadas bajo caución. También tenía registro de 39 mujeres que tenían un proceso abierto en Puebla y más de dos en Michoacán y Querétaro.⁹ De tal forma que será una práctica oculta, inconfesable e ilegal por un tiempo más.

*Tolerancia de los jóvenes a los matrimonios
entre personas del mismo sexo*

En lo que corresponde a la aceptación de los matrimonios entre personas del mismo sexo, en términos generales podemos señalar que existe una mediana aceptación. Los resultados obtenidos al preguntar qué tan aceptables los consi-

⁹ Véase la nota publicada por Fabiola Cancino en CNN México, “La cifra oculta en México de mujeres presas por abortos ilegales” (2010).

Cuadro 24. Escolaridad

<i>Indique cuáles de las siguientes conductas son "aceptables" o "no aceptables"</i>		<i>Trayectoria académica Los matrimonios entre personas del mismo sexo</i>							
		<i>Sin educación (%)</i>	<i>Primaria (%)</i>	<i>Secundaria (%)</i>	<i>Preparatoria/ bachillerato (%)</i>	<i>Técnico (%)</i>	<i>Profesional (%)</i>	<i>Posgrado (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Aceptable	Hombres	44.40	25.70	34.40	42.40	45.30	44.80	0.00	40.20
	Mujeres	20.00	35.80	36.70	44.00	54.00	52.70	50.00	43.10
No aceptable	Hombres	55.60	70.30	62.30	55.30	51.60	51.40	0.00	56.90
	Mujeres	70.00	62.60	62.20	54.00	42.90	44.90	50.00	55.00
NR	Hombres	0.00	4.10	3.40	2.30	3.10	3.80	0.00	2.90
	Mujeres	10.00	1.60	1.10	2.00	3.00	2.40	0.00	1.90
<i>Total</i>	<i>Hombres</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>
	<i>Mujeres</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

dera y cruzando esa información con la variable nivel educativo, encontramos que el mayor nivel de aceptación está entre las mujeres con educación media y superior, y el mayor rechazo está en las mujeres que no tienen ningún nivel de educación formal concluido, o las que sólo tienen primaria terminada, es decir, el acceso a educación formal tiene un impacto favorable para la formación de una cultura de tolerancia frente a la diversidad sexual. Veamos los resultados: de las mujeres que aceptan los matrimonios entre personas del mismo sexo, 54% tiene estudios técnicos y 53% alguna licenciatura. En contraste, de las mujeres que no ven aceptable esta práctica, 70% no concluyó ningún nivel educativo oficial y 63% tiene estudios de primaria concluidos. En lo que corresponde a los hombres la tendencia es semejante, aunque se manifiestan menos tolerantes que las mujeres; no se trata de grandes diferencias, pues de los hombres que aceptan los matrimonios homosexuales 45% tiene educación técnica y 45% alguna licenciatura, mientras que de los hombres jóvenes que no están de acuerdo con estas uniones, 56% no tiene ningún nivel escolar concluido y 70% sólo concluyó la primaria.

Ahora bien, cuando nos referimos a los jóvenes que aceptan o no el matrimonio de parejas del mismo sexo de acuerdo a su condición de autonomía-dependencia y los estudiantes, los datos muestran que es fuerte la relación entre aceptación-rechazo y el acceso al trabajo remunerado o exclusión del mismo y su tolerancia a la diversidad sexual (cuadro 25). Los datos en este rubro fueron los siguientes: de los hombres que les parece que es una práctica aceptable el matrimonio entre personas del mismo sexo, 49% son autónomos, 7% dependientes y 42% estudiantes, de tal manera que la mayor aceptación a la diferencia la expresaron los hombres que tienen un empleo remunerado, seguidos por los estudiantes. En cuanto a los resultados de aceptación de los matrimonios homosexuales las mujeres se distribuyeron

Cuadro 25. Autonomía-dependencia

<i>Indique cuáles de las siguientes conductas son “aceptables” o “no aceptables”</i>	<i>Los matrimonios entre personas del mismo sexo</i>							
	<i>Hombres</i>				<i>Mujeres</i>			
	<i>Aceptable (%)</i>	<i>No aceptable (%)</i>	<i>NR (%)</i>	<i>Total (%)</i>	<i>Aceptable (%)</i>	<i>No aceptable (%)</i>	<i>NR (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Autónomos	49.01	60.32	59.18	55.80	26.70	25.00	29.70	25.90
Estudiantes	42.10	30.70	34.70	35.33	32.60	26.00	29.70	28.80
Dependientes	7.40	7.30	6.12	7.30	39.53	48.05	40.54	44.31
Otros	1.48	1.71	0.00	1.56	1.22	1.02	0.00	1.09
<i>Total</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>	<i>100.00</i>

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012.

de la siguiente forma: 26% son autónomas, 40% son dependientes económicas y 33% son estudiantes. Como vemos por los resultados, los hombres que son autónomos tienen una mayor tolerancia a la diversidad sexual, y en el caso de las mujeres ésta correspondió a las mujeres dependientes, mientras que en el caso de los estudiantes los hombres son más tolerantes que las mujeres en 9 puntos porcentuales.

El tema del matrimonio entre personas del mismo sexo tiene particularidades con relación con el de la interrupción voluntaria del embarazo, y si bien nos ayudan a debatir sobre la tolerancia de los jóvenes, son arenas diferenciadas. Por lo que toca al matrimonio entre personas del mismo sexo, únicamente se puede realizar en Coahuila (2007) bajo la figura de “pacto civil de solidaridad” y en el Distrito Federal, donde desde el año 2007 se aprobó la Ley de Sociedades de Convivencia y posteriormente, en marzo de 2010, se legalizaron las uniones matrimoniales luego de las modificaciones al Código Civil y al Código de Procedimientos Civiles aprobadas el 21 de diciembre de 2009 en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal. En este sendero, en un acto de enorme importancia, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) declaró la constitucionalidad de las reformas al resolver (en 2010) un recurso de inconstitucionalidad interpuesto por la Procuraduría General de la República en oposición a la modificación del Código Civil del Distrito Federal, que permitió el matrimonio civil igualitario y la adopción por parejas homosexuales en la capital del país. Con esta resolución la SCJN también dispuso que el resto de las entidades federativas mexicanas estaban obligadas a reconocer la legalidad de estos matrimonios, así como los que se hubieran realizado en el extranjero. También resolvió en el sentido de que se debe garantizar su acceso a los derechos que se reconocen a los matrimonios heterosexuales. Esta resolución se basa en el principio de no discriminación que se encuentra consagrado en la Constitución. De tal forma

que, en casos de negativa para celebrar matrimonios, los solicitantes se pueden amparar y de acuerdo a la resolución de la SCJN ganar su querrela. Tales casos se han presentado en el estado de Oaxaca. Es decir, las parejas homosexuales cuentan con recursos para exigir sus derechos a ser reconocidos legalmente, mientras que en el caso de la interrupción del embarazo no existe esta posibilidad.

ALGUNAS REFLEXIONES SOBRE LA CULTURA POLÍTICA DE LOS JÓVENES CITADINOS EN MÉXICO

A lo largo de este artículo hemos querido mostrar que la noción de ciudadano universal es insuficiente para dar cuenta de la cultura política de las y los jóvenes mexicanos. Partimos de considerar a la cultura política como el conjunto de representaciones que configura un grupo humano en el plano político, que se expresa en una visión del mundo compartida, una común lectura del pasado y una proyección en el futuro vivida conjuntamente. De tal forma que las respuestas emitidas por los jóvenes las recuperamos como indicios de un conjunto de representaciones que configuran una cultura política particular, en donde la pertenencia de género juega un rol central. Pudimos mostrar que la pertenencia de género y especialmente la condición de autonomía-dependencia tiene un papel muy importante para entender las diferentes percepciones y prácticas cívicas, que se expresan, entre otras cosas, en una particular participación electoral entre los jóvenes mexicanos de las 76 ciudades que fueron incluidas en esta encuesta.

Para dar cuenta de las construcciones o representaciones y actuaciones sobre la política desde una perspectiva de género y etaria fue necesario construir una serie de indicadores que nos permitieran un mayor grado de explicación sobre los resultados de la encuesta sobre cultura política

emprendida en el contexto preelectoral de 2012. Cuatro de los cinco índices que construimos, al cruzarse con tres variables: trayectoria académica, autonomía dependencia y el tipo de programación televisiva que con mayor frecuencia ven los jóvenes, resultaron pertinentes.

Es importante señalar que los datos generales de la encuesta, aun sin aplicar los cruces de las variables señaladas, ya nos indicaban la existencia de importantes diferencias entre hombres y mujeres; por ejemplo, que aún persiste una brecha importante entre hombres y mujeres en cuanto a actividades, roles y autopercepciones, pues de los jóvenes entrevistados los hombres tenían una mayor autonomía, expresada en su calidad de trabajadores remunerados, que sumaron el 56% del total de hombres, frente a 26% de mujeres. Otra disparidad de género la descubrimos en los hombres que son dependientes (desempleados y que no estudian), que eran sólo 7%, mientras que en el caso de las mujeres se elevó a 44.3%. De tal forma que los datos generales ya nos mostraban que aún son reducidas las posibilidades de que las mujeres accedan al espacio público, especialmente los referidos al mundo del trabajo, en donde podrían tener mayores posibilidades de debatir las cuestiones de la polis. Y aun cuando una minoría de mujeres afirmó que realizaba aportes económicos a su unidad familiar se consideran amas de casa. Es decir, la autopercepción de las mujeres sigue estando vinculada al mundo doméstico.

Partiendo de estos datos generales y al aplicarles los cruces con las variables dependientes, resultó que la variable que con mayor nitidez nos dejó analizar las diferencias que existen entre géneros fue la que denominamos autonomía-dependencia, pues nos permitió corroborar que la condición de incorporación al mercado de trabajo o la exclusión del mismo marcan una distancia muy significativa en las percepciones sobre las elecciones, los partidos políticos y los candidatos entre hombres y mujeres.

Entre las visiones compartidas por las y los jóvenes sobresale la desconfianza hacia la política y los políticos, pues si bien expresaban una conciencia del deber ser, al afirmar que asistirían a votar, el grado de escepticismo sobre las posibilidades de que con el relevo gubernamental se resolverían los problemas de la nación, o los que ellos consideran relevantes como jóvenes, es preocupante. Por ejemplo, sólo 5% de los hombres y 7% de las mujeres que tienen un nivel de estudios de licenciatura consideran que los políticos están interesados en los jóvenes; una percepción semejante tienen los jóvenes preparatorianos, al sumar 5% de los hombres y 4.6% de las mujeres (cuadro 18). Y cuando se les cuestionó acerca de si consideraban que el gobierno se preocupaba por los jóvenes, las respuestas fueron igualmente alarmantes porque sólo un reducido 4% de hombres y 7% de mujeres profesionistas consideraron que sí se preocupaba por ellos. Inquieta que los jóvenes en su conjunto perciban que nadie se ocupa de ellos, que no haya fuentes de empleo, ni un acceso suficiente a la educación superior; les preocupa la falta de becas y la invisibilidad social de los jóvenes, quienes ya conocieron la alternancia de partidos en el gobierno de la república. Para algunos se trataba de su primera elección, para otros de la segunda, y sin embargo su corta participación cívica les ha enseñado que no importan los colores partidarios para ofrecerles certezas y la estabilidad que merecen como mexicanos.

En lo que se refiere a las visiones y posiciones diferenciadas entre hombres y mujeres y entre los propios hombres y las mujeres entre sí, se expresó nítidamente en prácticamente todas las preguntas cuando cruzamos la variable de condición de autonomía-dependencia; el resultado fue una relación inversamente proporcional, primeramente entre hombres autónomos y dependientes, y luego entre éstos y las mujeres en la misma condición de autonomía o dependencia. Así por ejemplo, en el ámbito de las autoadscripcio-

nes políticas 50% de los que se consideraban de izquierda eran jóvenes autónomos, frente a 8% adscritos a la misma postura que son jóvenes dependientes. En este sendero los datos mostraron que 21% de mujeres identificadas con la izquierda son autónomas, frente a 41% de mujeres dependientes. Sin duda sería necesario continuar con investigaciones de mayor profundidad para poder hacer afirmaciones contundentes sobre las diferentes posiciones, prácticas y representaciones sobre la política entre los y las jóvenes mexicanas. En este primer acercamiento solamente podemos afirmar que existe una diferencia sustantiva en términos de cultura política cuando consideramos las diferencias económicas entre hombres y mujeres.

En cuanto al último índice que utilizamos relacionado con la tolerancia a la diferencia, tampoco arrojó resultados alentadores; por ejemplo, en el tema de interrupción del embarazo, la mayoría de jóvenes lo rechaza. Los datos mostraron que 29% de las mujeres que lo consideran una práctica aceptable son mujeres autónomas, y 35% de mujeres dependientes comparten esta visión, mientras que para los hombres el porcentaje se elevó a 49% entre los autónomos y cae a 6% entre los hombres en condición de dependencia económica (cuadro 23). Como pudimos mostrar, existe una mayor aceptación de los hombres autónomos; sin embargo, nos parece que esto se debe a la dificultad de mirar positivamente una práctica considerada ilegal, inmoral, que provoca no solamente penas privativas de la libertad, sino el escarnio público y es un atentado a la moral cristiana.

Asimismo, los datos indican que esta tendencia se replica en las respuestas de las y los jóvenes que fueron cuestionados sobre su aceptación o rechazo a los matrimonios entre personas del mismo sexo, pues cuando realizamos los cruces con la variable de niveles de educación, fueron muy cercanas las posiciones de hombres que tenían el mismo nivel académico, pero al utilizar la variable autonomía-

dependencia cobraron otro sentido. En cifras se tradujo en que 49% de los hombres autónomos señalaron que era una práctica aceptable, frente a un modesto 26% de las mujeres en la misma condición, y al igual que en el caso de la interrupción del embarazo, sólo 7% de los hombres dependientes consideraban aceptables los matrimonios entre personas del mismo sexo, frente a 40% de las mujeres dependientes. Podríamos aventurar algunas explicaciones sobre estas posiciones diferenciadas, como por ejemplo que los hombres autónomos tienen mayor aceptación de la interrupción del embarazo porque sobre ellos no recae la criminalización de esta práctica, y que la independencia económica les permite tener un mayor grado de autonomía para tomar decisiones sobre lo que desean de su vida, mientras que para las mujeres significa, además del escarnio social, una pena punitiva; es un tema que no se expresa públicamente. Se trata de un asunto sin duda relevante, pero mientras continúe situado en el ámbito de lo religioso, lo moral y ahora lo penal, y se rehúya considerarlo como el derecho de las mujeres a decidir sobre su cuerpo y su futuro; en poco cambiarán estas visiones.

Finalmente quisiéramos concluir reiterando la importancia de incorporar en todas las encuestas, sean del tema de ciudadanía, cultura política, cultura cívica o cualquier otro, reactivos que permitan dar cuenta de la diversidad que es connatural a la condición etaria y de género, pues uno de los retos que tenemos como analistas es cuestionar la visión hegemónica de ciudadano universal, y no obviar las diferencias de género. Si nos planteamos como horizonte la construcción de sociedades más justas e igualitarias, es importante considerar el reto de explorar la diversidad para comprenderla, de tal manera que pensamos que entender la diversidad debería ser una premisa analítica y no la búsqueda de universales. Esto nos permitiría realizar análisis con un mayor grado de inteligibilidad de la complejidad social.

BIBLIOGRAFÍA

- ACUÑA R., Felipe, Daniel FREDÉS y Domingo PÉREZ (2010), “Criminalización de la protesta y judicialización de las demandas sociales. Producción de legitimidad social a partir del doble juego de la dominación”, *Derecho y Humanidades*, vol. I, núm. 16, pp. 363-372.
- BALBUENA CISNEROS, Arminda (2014), “La cuota de género y el aumento de la participación de las mujeres en la representación política nacional: La LXII Legislatura Federal (2012-2015)”, *Revista Quid Iuris*, año 9, vol. 26, septiembre-noviembre 2014, Biblioteca Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM. Disponible en: <<http://biblio.juridica.unam.mx>>.
- BERNSTEIN, Serge (1997), “La culture politique”, en Jean-Pierre RIOUX y Jean-François SIRINELLI (coords.), *Pour une histoire culturelle*, París, Le Seuil, pp. 371-386.
- (1999), “Nature et fonction des cultures politiques”, en Serge BERNSTEIN (coord.), *Les cultures politiques en France*, París, Le Seuil, pp. 7-31.
- CANCINO, Fabiola (2010), “La cifra oculta en México de mujeres presas por abortos ilegales”, CNN México. Disponible en: <<http://mexico.cnn.com/nacional/2010/08/06/la-cifra-oculta-en-mexico-de-las-mujeres-presas-por-abortos-ilegales>>. Consultada el 1 de marzo de 2015.
- CASTILLO, Juan C., Cristián COX, Martín BASCOPE, Daniel MIRANDA y Jorge ESCOBAR (2012), “Social Origin and Citizenship Participation in Latina American Schools”, ponencia presentada en el Annual Meeting of the American Educational Research Association-AERA, Vancouver, 13-17 de abril, 2012. Disponible en: <<http://iccs.acer.edu.au/uploads/File/papers/AERASymposiumCivicParticipationPaper4.pdf>>. Consultado el 5 de febrero de 2015.
- ESCOBAR, Arturo, Sonia E. ÁLVAREZ y Evelina DAGNINO (coords.) (2001), *Política cultural y cultura política: una nueva mirada sobre los movimientos sociales latinoamericanos*, España, Taurus-ICANH.

- ESPINOSA DAMIÁN, Gisela (2009), *Cuatro vertientes del feminismo en México. Diversidad de rutas y cruce de caminos*, México, UAM-X (Col. Teoría y Análisis).
- GAMBOA MONTEJANO, Claudia y Sandra VALDÉS ROBLEDO (2014), “Regulación del aborto en México”, *Derecho comparado de los 31 estados y del Distrito Federal, así como de diversos países en el mundo y estadísticas del INEGI en el tema (Segunda Parte)*, México, LXII Legislatura Cámara de Diputados-Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis.
- GLEDHILL, John (2000), *El poder y sus disfraces. Perspectivas antropológicas de la política*, España, Ediciones Bellaterra.
- GÓMEZ TAGLE, Silvia y Héctor TEJERA (2013), *Informe de la Encuesta “La cultura política de los jóvenes en México”*, México, Colegio de México.
- IMJUVE (2012), *Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012*. En esta encuesta se entrevistó a 5 000 jóvenes de 12 a 29 años en 29 entidades, 126 municipios y 375 AGEB de localidades urbanas y rurales, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas-UNAM. Disponible en: <http://www.imjuventud.gob.mx/imgs/uploads/ENVAJ_2012.pdf>.
- JUÁREZ, Fátima, Susheela SINGH, Issac MADDOW-ZIMET y Deirdre WULF (2013), *Embarazo no planeado y aborto inducido en México: causas y consecuencias*, México, Guttmacher Institute/El Colegio de México.
- LXI Legislatura de la Cámara de Diputados y el Centro de Estudios Sociales de Opinión Pública (2012), *Abstencionismo y cultura política en México*, “Carpeta de indicadores y tendencias sociales, núm. 18: Abstencionismo y cultura política en México”, abril de 2012, México.
- MACKINNON, Catherine (1995), “El Estado liberal”, en Catherine MACKINNON, *Hacia una teoría feminista del Estado*, España, Cátedra, Universitat de València, Instituto de la Mujer, pp. 277-303.
- MEDINA ESPINO, Adriana (2010), *La participación política de las mujeres. De las cuotas de género a la paridad*, México, Centro de Estudios para el Adelanto de las Mujeres y la Equidad de Género (CEAMEG)/Cámara de Diputados.

- MURGA FRASSINETTI, Antonio (2009), *La participación política de los estudiantes universitarios en el primer gobierno de alternancia en México. Región y sociedad* [online], vol. 21, núm. 45 [citado 2015-03-06], pp. 45-63. Disponible en: <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S187039252009000200002&lng=es&nrm=iso>. Consultado el 15 de diciembre de 2015.
- SÁNCHEZ, Martha (2005), *La doble mirada. Voces e historias de mujeres indígenas latinoamericanas*, México, Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir.
- SCOTT, Joan (2000), “El género, una categoría útil para el análisis histórico”, en Marta Lamas (comp.), *El género. La construcción cultural de la diferencia sexual*, México, UNAM/Porrúa.
- SIRINELLI, Jean-François (1998), “De la demeure à l’agora. Pour une histoire culturelle du politique”, en Serge BERNSTEIN y Pierre MILZA (eds.), *Axes et méthodes de l’histoire politique*, París, PUF, pp. 385-386.
- TARRÉS BARRAZA, María Luisa (2006), *Análisis de la encuesta La naturaleza del compromiso cívico: capital social y cultura política en México desde una perspectiva de género*, México, INMUJER.
- URBINA CORTÉS, Gustavo Adolfo (2014), “De jóvenes a adultos y de estudiantes a ciudadanos: Un estudio sobre la relación entre el proceso de activación cívica y la transición a la vida adulta en jóvenes universitarios de la ciudad de México”, tesis de doctorado, México, Centro de Estudios Sociológicos-Colegio de México.
- VALLADARES de la CRUZ, Laura (2014a) “Senderos imbricados. La construcción de una agenda política de las jóvenes indígenas en México”, en Maya Lorena PÉREZ y Laura R. VALLADARES (coords.) *Juventudes Indígenas. De hip hop y protesta social en América Latina*, México, INAH (Col. Etnología y Antropología Social), pp. 311-349.
- (2014b), “Sufragistas del nuevo milenio: La lucha de las mujeres indígenas por espacios de representación política”, en Héctor TEJERA, Pablo CASTRO y Emmanuel RODRÍGUEZ (coords.), *Continuidades, rupturas y regresiones. Contradicciones y pa-*

radojas de la democracia mexicana, México, UAM/Conacyt, Juan Pablos Editor, pp. 379-411.

VALLADARES de la CRUZ, Laura y Antonio ESCOBAR O. (2014), “La etnicidad frente a las nuevas violencias en América Latina”, en Laura VALLADARES (coord.), *Nuevas violencias en América Latina. Los derechos indígenas ante las políticas extractivistas y las políticas de seguridad*, México, Juan Pablos Editor/ UAM-Iztapalapa, pp. 63-103.

ALGUNAS ACTITUDES DE LOS JÓVENES HACIA LA POLÍTICA: ¿COMPROMISO CÍVICO O DESAFECCIÓN POLÍTICA?

IGOR VIVERO ÁVILA*
ONIEL FRANCISCO DÍAZ JIMÉNEZ**

Es curioso que la Política exista
aun en los casos que se niega a sí misma”

MARÍA ZAMBRANO

México tiene un “bono demográfico”, esto es, una población de jóvenes que constituye aproximadamente 34% del total de habitantes en el país (INEGI, 2010).¹ Sin embargo, los

* Doctor en Ciencias Políticas por la Universidad de Salamanca, España. Profesor-investigador de la Facultad de Ciencias Políticas de la Universidad Autónoma del Estado de México. Es coordinador del Centro de Formación y Documentación del Instituto Electoral del Estado de México. Líneas de investigación: Partidos políticos y sistemas de partidos, elecciones e instituciones legislativas. Correo electrónico: <ivivero@yahoo.com>.

** Doctor en Ciencia Política y Estudios Internacionales por la Universidad de Birmingham, Reino Unido. Profesor-investigador en el Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno, en la División de Derecho, Política y Gobierno de la Universidad de Guanajuato. Líneas de investigación: Gobierno y política comparada, Métodos cuantitativos y cualitativos de investigación, Elecciones, partidos políticos y sistemas de partidos, Comunicación política y opinión pública. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores (nivel 1). Correo electrónico: <oniel.diaz@ugto.mx>.

¹ Este grupo de edad lo comprenden los mayores de 15 años hasta

jóvenes, por el momento, no parecen ser diferentes respecto a sus mayores en su interés por la política; por el contrario, participan menos a la hora de votar (INE, 2014).² Los objetivos del trabajo son mostrar cómo se documentan los jóvenes, de dónde obtienen su información política, qué niveles de confianza tienen hacia las instituciones políticas, y cuál es su grado de eficacia política subjetiva y conocimiento sobre la política y activismo comunitario.

El argumento de este capítulo es que los jóvenes exhiben un alto grado de desafección política (Paramio, 2003). Es decir, muestran actitudes y opiniones de desconfianza hacia las instituciones políticas, se perciben desatendidos por sus “representantes” políticos y presentan bajos niveles de eficacia política subjetiva y activismo comunitario. Además, tienen un conocimiento político construido con la información que consultan de los medios de comunicación y los valores que comparten como efecto de la socialización política en la que se han desarrollado.

La información utilizada proviene de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), realizada por El Colegio de México, que se centra en las opiniones de jóvenes en zonas urbanas. Nos apoyamos también en la Encuesta Nacional de Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2012 (ENCUP, 2012) y la Encuesta Nacional de Calidad de la Ciudadanía 2013 (ENCC, 2013) para poder apreciar ciertos valores y actitudes de los ciudadanos mexicanos. Nos interesa resaltar que el trabajo no pretende ser un estudio comparado de las encuestas mencionadas.³

los 34, según el último censo de población. Disponible en: <<http://www3.inegi.org.mx/Sistemas/temas/Default.aspx?s=est&c=17484>>.

² Hay una excepción en el bajo comportamiento electoral de la población joven, comprendida por los jóvenes que votan por primera vez (18-19 años); esta participación se atribuye a la novedad de ejercer por primera ocasión su derecho al voto (IFE, 2013, citado por INE, 2014).

³ Para una explicación metodológica de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012, revisar el capítulo de Gómez Tagle y

Los datos presentados permiten una primera aproximación para conocer a un grupo poblacional del que dependerá permanecer o cambiar la forma de hacer política en México.

LA INFORMACIÓN Y EL INTERÉS POR LA POLÍTICA

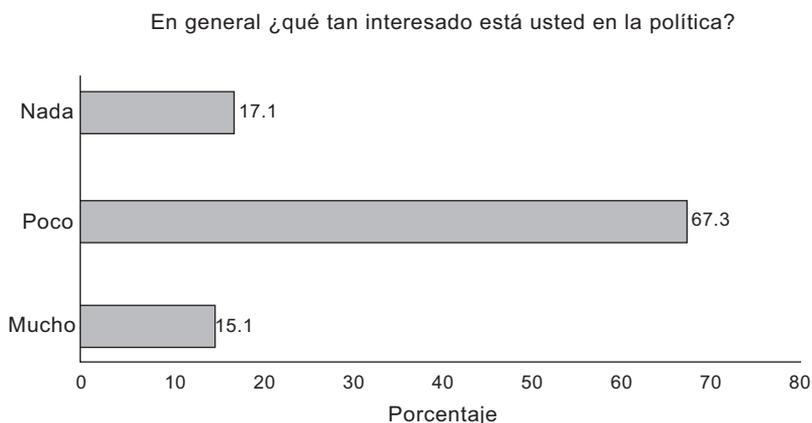
Uno de los problemas en las democracias electorales son las asimetrías de la información; si los datos acerca de lo que los políticos hacen (y cómo lo hacen) es escasa, es probable que el voto de los ciudadanos sea arbitrario (Maravall, 2013). Partir de la idea de que los antecedentes con los que cuentan los políticos profesionales son diferentes a los que tienen la mayoría de los ciudadanos implica que varios de los asuntos públicos no sean conocidos por la ciudadanía. La relación políticos-ciudadanos puede ser explicada por la teoría del agente (Przeworski, 2010), donde el “agente” (el gobierno) busca el apoyo del “principal” (los ciudadanos). Quizás no conocer lo que pasa en política por parte del “principal” no sea un problema para el ciudadano. El alejamiento de la política no inhibe que los ciudadanos tomen decisiones al respecto, como la acción de votar, independientemente de si se cuenta con mayor o menor información política.⁴ En la gráfica 1 se muestran datos de la ENCUP 2012 que exponen los bajos niveles de interés por la política.

Como se aprecia en la gráfica 1, la mayoría de los entrevistados, 67%, muestra poco interés en la política; si a este dato agregamos 17%, que dice no tener nada de interés, observamos que sólo una minoría, 15%, se interesa por la política.

Ramírez “Reflexiones en torno al método de Encuesta de Cultura Política de los Jóvenes en México” del presente libro.

⁴ El costo-beneficio de estar “bien” informado en política puede resultar poco racional para un sector amplio de los ciudadanos (Downs, 1957).

Gráfica 1. Interés por la política



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Este dato no es nuevo; es coincidente con otros estudios, como el de la Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012, donde 89% dijo estar poco-nada interesado en política. Estas referencias abonan al desprestigio de la política y los procesos de desafección hacia ella (Paramio, 2003), con lo que abren la posibilidad de llegar al cinismo hacia la política (INE, 2014).

EFICACIA POLÍTICA

Que no se valore mucho la política no excluye que los ciudadanos, en este caso los jóvenes entrevistados, evalúen o perciban el interés que tiene el gobierno hacia ellos. El grado de interés e involucramiento hacia la política por parte de los ciudadanos depende, en buena medida, de las percepciones que éstos tienen acerca del grado de eficacia o ineficacia de su propia participación política. El concepto de eficacia política tiene dos dimensiones relacionadas, pero distintas:

a) la eficacia interna, entendida como el grado en que el ciudadano se considera o no competente en política; y b) la eficacia externa, que se refiere a la percepción que tiene el ciudadano sobre la capacidad y la disposición de los actores y las instituciones políticas para responder a sus demandas

EFICACIA POLÍTICA EXTERNA

En cuanto a la eficacia externa, el reciente estudio de la ENCC en el cual se basó el estudio *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México* (INE, 2014), señala que 72% de los entrevistados jóvenes, de 18 a 24 años, manifestaron estar en desacuerdo con las frases “los políticos se preocupan por ellos” y “la gente como ellos tiene influencia sobre las acciones del gobierno”. De manera similar, la ENCUP 2012 muestra que 71% de los encuestados cree que los ciudadanos influyen poco o nada en las decisiones del gobierno. En este sentido, no existen diferencias significativas entre la población joven de 18 a 29 años y la población adulta de 30 años en adelante (cuadro 1).

Cuadro 1. Interés en la política por grupos de edad

	<i>Grupos de edad</i>		
	<i>18-29 (%)</i>	<i>30 en adelante (%)</i>	<i>Total (%)</i>
Mucho	27.8	29.0	28.7
Poco	57.3	55.8	56.3
Nada	14.9	15.2	15.1
<i>N</i>	<i>1 089</i>	<i>2 623</i>	<i>3 712</i>

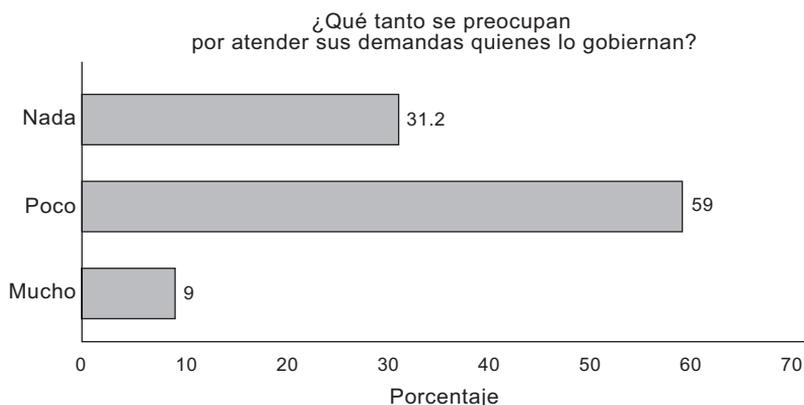
Fuente: Elaboración propia con datos de ENCUP 2012.

Pregunta: “¿Qué tanto cree usted que los ciudadanos pueden influir en las decisiones del gobierno? (%)”.

Por su parte, la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 mide los sentimientos de eficacia política externa a través de la percepción de los jóvenes encuestados sobre la preocupación del gobierno para atender sus demandas, así como sobre el interés del gobierno por ellos. Los datos de la encuesta muestran que 90% de los jóvenes entrevistados opinan que el gobierno se preocupa poco o nada por atender sus demandas, mientras que el 86% restante piensa que el gobierno se preocupa poco o nada por ellos, como lo muestran las gráficas 2 y 3.

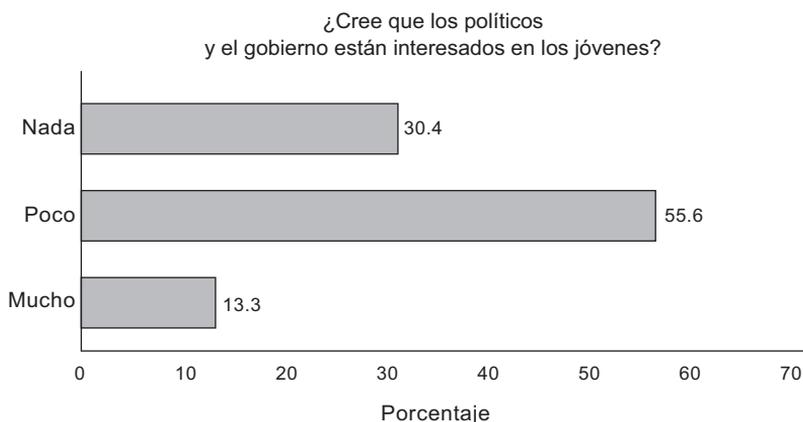
Con el fin de sintetizar los datos anteriores, se procedió a generar un índice de eficacia política externa: se construyó una escala con base en ambas preguntas. Las respuestas se recodificaron como: Mucho = 2, Poco = 1, Nada = 0. La escala tiene un rango de 0 a 4 puntos y el promedio de la misma arroja un valor de 1.61. Por lo tanto, se puede decir que los sentimientos de eficacia política entre los jóvenes son, más bien, bajos.

Gráfica 2. Preocupación del gobierno para atender demandas



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Gráfica 3. Interés de los políticos por los jóvenes



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

EFICACIA POLÍTICA INTERNA

Respecto a la eficacia política interna, los datos de la ENCUP muestran que 49% de los ciudadanos no se considera competente en política, pues afirma que ésta es “muy complicada” para ellos. No obstante, el porcentaje que ve a la política como muy complicada se reduce a 42% entre la población joven de 18 a 29 años.

La Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 mide los sentimientos de eficacia política interna basados en una batería de preguntas sobre la percepción de la eficacia de diversas acciones que los ciudadanos pueden realizar cuando enfrentan problemas en su calle o vecindario, incluyendo: 1) Pedir ayuda a un político o funcionario influyente; 2) Presionar con el voto a las autoridades; 3) Participar en una organización vecinal para presionar a los políticos; 4) Publicar cartas en los periódicos o hacer denuncias ante los medios; 5) Quejarse ante las autorida-

des; 6) Pedir apoyo a una organización civil; 7) Juntar firmas con los vecinos.⁵ Con el fin de medir los sentimientos de eficacia política interna, se construyó un índice aditivo con base en tales preguntas. Las respuestas se recodificaron como: Muy efectiva = 2, Poco efectiva = 1, Nada efectiva = 0. El índice resultante tiene un rango de 0 a 16 y arroja un promedio de 4.9, lo cual sugiere un bajo nivel de sentimientos de eficacia política por parte de los jóvenes.

Medios y fuentes de información política

Parece una paradoja que dentro de las democracias representativas se tomen decisiones políticas con un gran desinterés por parte de la mayoría de los ciudadanos. Los ciudadanos adquieren su información política de algún emisor. Los medios de comunicación electrónicos, principalmente la televisión, constituyen la principal fuente de información política que mencionan los ciudadanos entrevistados por la ENCPJ 2012.

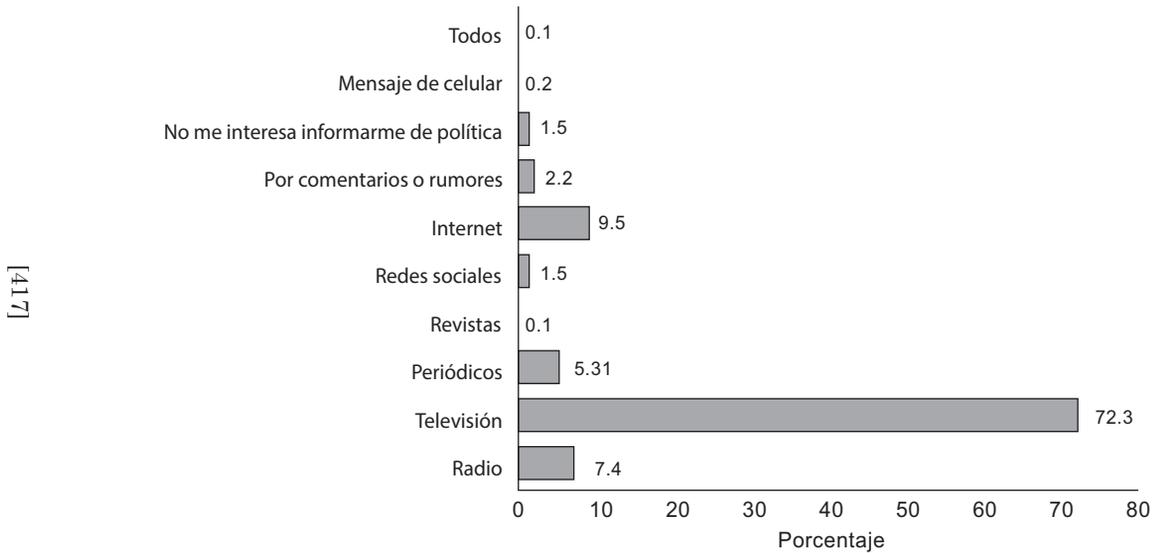
Las evaluaciones del “principal” hacia el “agente” se hacen con información asimétrica respecto a la que tienen los políticos. Los datos provienen principalmente de los medios de comunicación y, en el caso mexicano, la televisión tiene una preeminencia como generadora de información política. La gráfica 4 muestra cuál es el medio que más se utiliza para informarse sobre política.

Como se puede observar, existe una gran disparidad entre el principal medio por el cual se informan los ciudadanos entrevistados: la televisión, con 72%, y los otros medios, como el internet, con 9.5%; la radio, 7.4%, y en un sitio lejano los periódicos, con 5.3 por ciento.

⁵ Pregunta: “Cuando hay un problema en su calle o en su barrio, ¿qué tan efectivas son las siguientes acciones?”.

Gráfica 4. Medios de comunicación utilizados para informarse

¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en la política?



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Cuadro 2. Percepción de la complejidad de la política por grupos de edad

	<i>Grupos de edad</i>		
	<i>18-29</i> (%)	<i>30 en adelante</i> (%)	<i>Total</i> (%)
Muy complicada	42.1	51.7	48.9
Poco complicada	45.4	32.2	36.0
Nada complicada	12.0	15.3	14.3
Otra	0.5	0.8	0.7
<i>N</i>	<i>1 087</i>	<i>2 633</i>	<i>3 720</i>

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Pregunta: “¿Qué tan complicada es para usted la política?”. La prueba chi cuadrada fue significativa al 0.000.

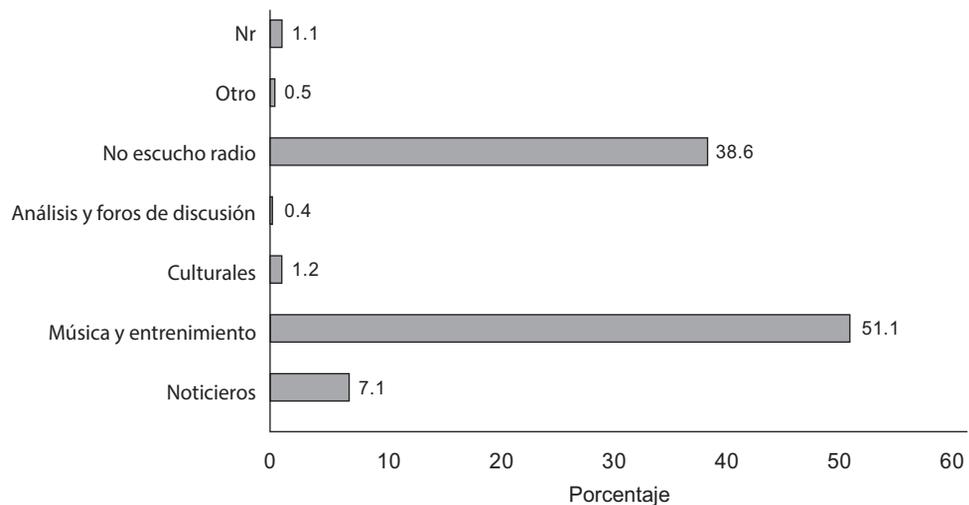
La radio, a diferencia de la televisión en México, es más plural en su información y se pueden encontrar mejores contenidos; sin embargo, como lo muestran los datos, no es una de las principales fuentes de información, por ello es relevante conocer qué uso le dan los jóvenes. La gráfica 5 muestra la poca audiencia de la radio y la preferencia por los programas que buscan los jóvenes.

Entre la programación que prefiere la mayoría de los entrevistados están los programas de música y entretenimiento, con 51%. Además, 38% respondió que no escucha radio. Los noticieros son poco escuchados, como lo muestra el bajo porcentaje de jóvenes radioescuchas (7%). Los programas de análisis y discusión, de donde se pudieran obtener fuentes de información diversa, prácticamente no tienen audiencia, sólo 0.4% de los jóvenes entrevistados dijo escucharlos.

La televisión es el medio que más influye en los entrevistados para informarse sobre política. Sin embargo, no es el “agente socializador” (Almond y Verba, 1980) que más confianza generó sobre las noticias que se recibieron en la

Gráfico 5. Preferencias por programas de radio

¿Qué tipo de programación acostumbra a escuchar en la radio?



[619]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

campana electoral de 2012. La gráfica 6 muestra la confianza en las noticias provenientes de la televisión.

Como se puede apreciar en los datos anteriores, hay un porcentaje relevante: a 47% de los jóvenes no les dan confianza las noticias que emiten las televisoras en México. Por el contrario, el porcentaje de entrevistados que tiene confianza en las noticias televisivas es de casi 49. La desconfianza aumenta hacia la televisión cuando los programas que emiten la noticia son sobre opinión, también conocidos como tertulias o de análisis.

En este tipo de programas la desconfianza es mayor por parte de los jóvenes entrevistados; poco más de 50% no confía en las noticias que se presentan en los programas de opinión. Resulta relevante subrayar las respuestas presentadas sobre la televisión, si bien los datos nos indican que es el medio que mayor influencia tiene para informarse sobre política en temas específicos como la campana electoral de 2012, no necesariamente es el agente socializador con mayor confianza respecto a las noticias que presentan. Sí lo es respecto a los otros medios de comunicación, como la radio, el internet o las redes sociales, medios que tienen una influencia menor en los entrevistados y que presentan mayores niveles de desconfianza.

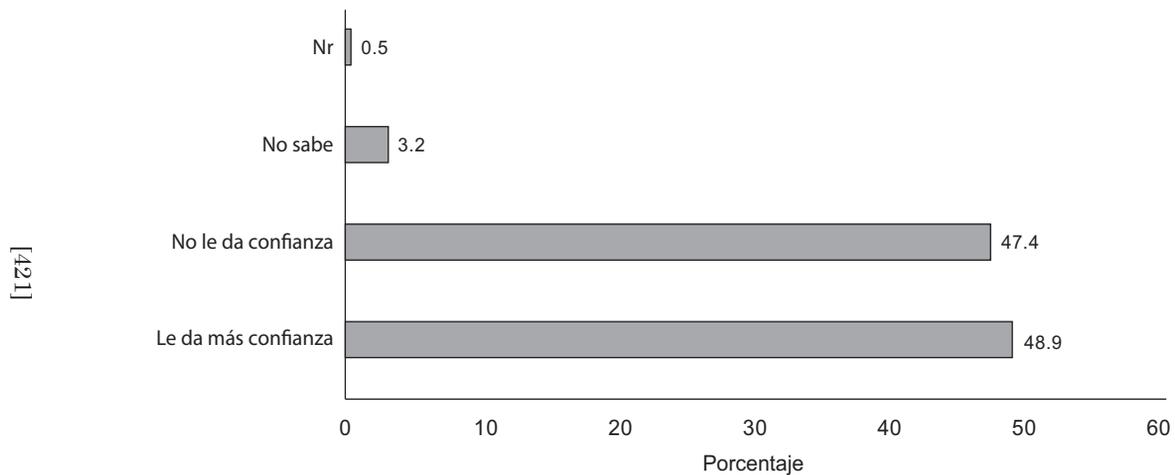
INTERNET Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Es llamativo que en una generación como la de los jóvenes, quienes utilizan con mayor frecuencia internet y las redes sociales que los adultos, no sea donde se genera más confianza en la información que se obtiene por estos medios. La gráfica 8 muestra la confianza que generó internet como emisor de noticias para las elecciones de 2012.

El 62% de los entrevistados dijo no tener confianza en los correos electrónicos recibidos con información electoral

Gráfica 6. Confianza en las noticias en TV

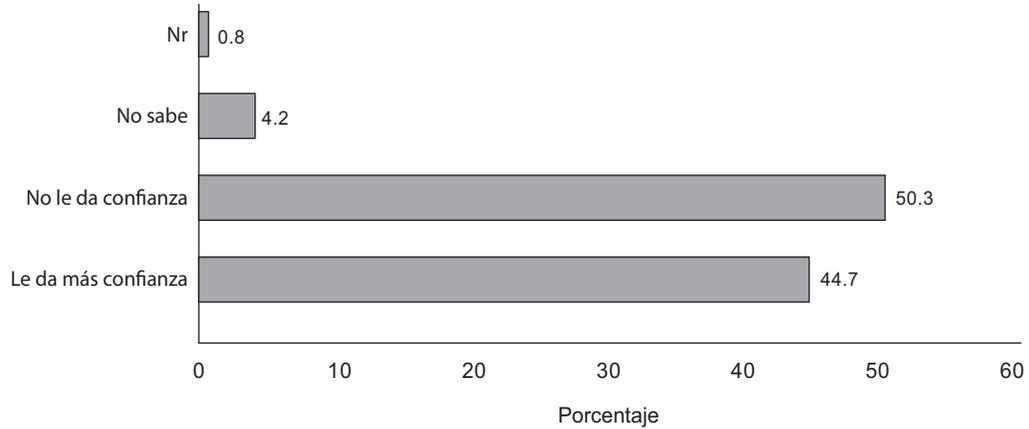
Quando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio, ¿le da más confianza o no le da confianza... televisión noticias?



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Gráfica 7. Desconfianza en programas de opinión en TV

Cuando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio, ¿le da más confianza o no le da confianza... televisión programas de opinión?

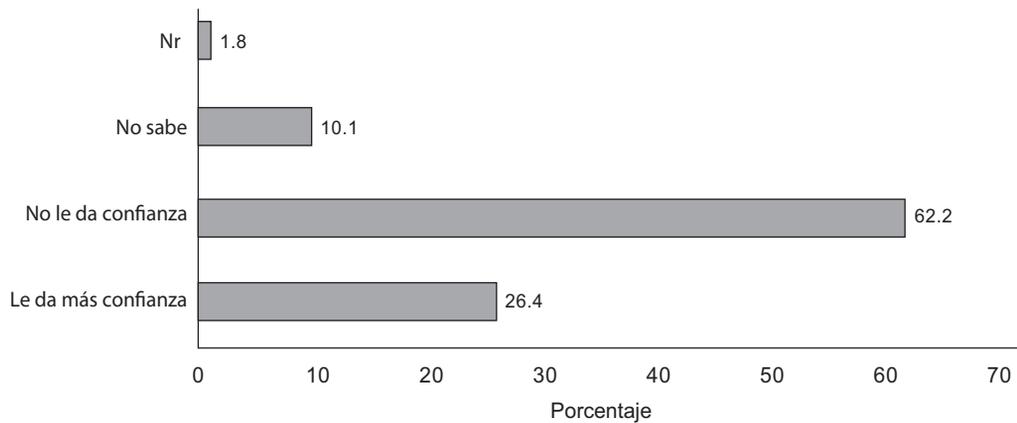


[122]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Gráfica 8. Confianza en el internet

Quando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio,
¿le da más confianza o no le da confianza... internet (correos recibidos)?



[23]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

de 2012. Posiblemente causó escepticismo y desconfianza por el emisor del mensaje, pues los partidos políticos y candidatos utilizan directorios electrónicos para enviar su propaganda, en muchas ocasiones sin la autorización de quien la recibe. Sin embargo, el espacio de las redes sociales, utilizadas en su mayoría por jóvenes, tampoco genera confianza en las noticias sobre las elecciones que circularon en este espacio para los comicios electorales de 2012. La gráfica 9 muestra esta actitud.

Incluso, la desconfianza en las noticias sobre las elecciones en las redes sociales es ligeramente superior a la de los correos electrónicos; casi 64% de los entrevistados no mostró confianza en la información que se difundió a través de las redes.

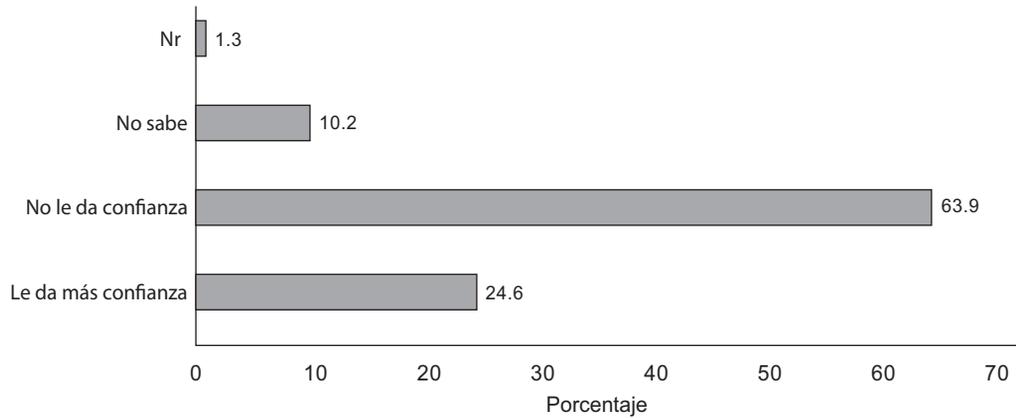
La participación electoral de los mexicanos mediante las redes sociales o internet es muy baja; según el *Informe país* (INE, 2014) sólo 10% de los entrevistados leyó o compartió información política por alguna red social, como Twitter o Facebook. Este uso limitado de las redes sociales en cuanto a política en México contrasta con otras experiencias, como la de Estados Unidos en la elección presidencial de 2008, donde estas herramientas virtuales tuvieron una movilización importante entre los electores (Cotarelo, 2011).

NIVELES DE CONOCIMIENTO POLÍTICO

El conocimiento político puede entenderse como la información que tiene la gente acerca de la política y el gobierno; igualmente puede incluir información diversa relacionada con la manera como funcionan el sistema y las instituciones políticas, las fechas de elección de los cargos de elección popular (senadores, representantes, gobernadores y otros funcionarios públicos) durante las campañas, la posición de los líderes y representantes políticos en determinados asuntos

Gráfica 9. Confianza en redes sociales

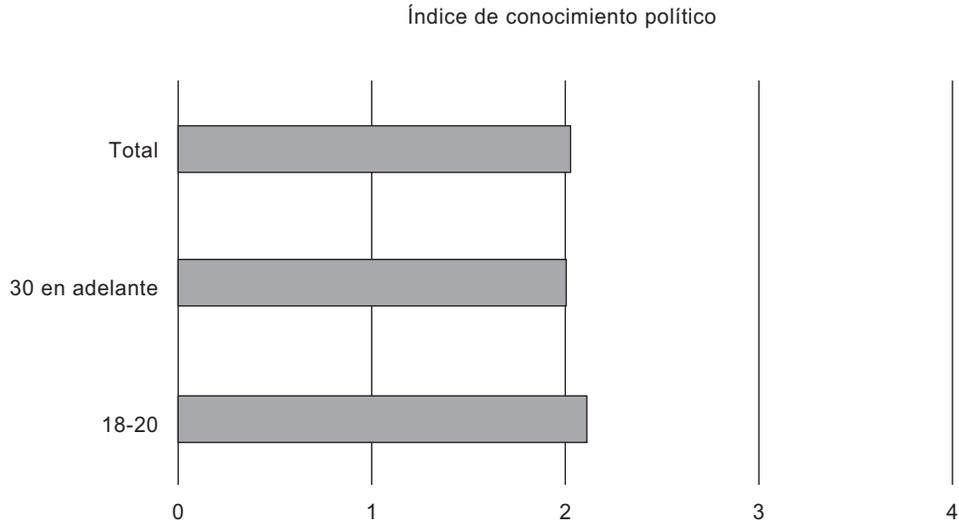
Quando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio, ¿le da más confianza o no le da confianza... redes sociales: Twitter o Facebook?



[425]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Gráfica 10. Niveles de conocimiento político por grupos de edad



[126]

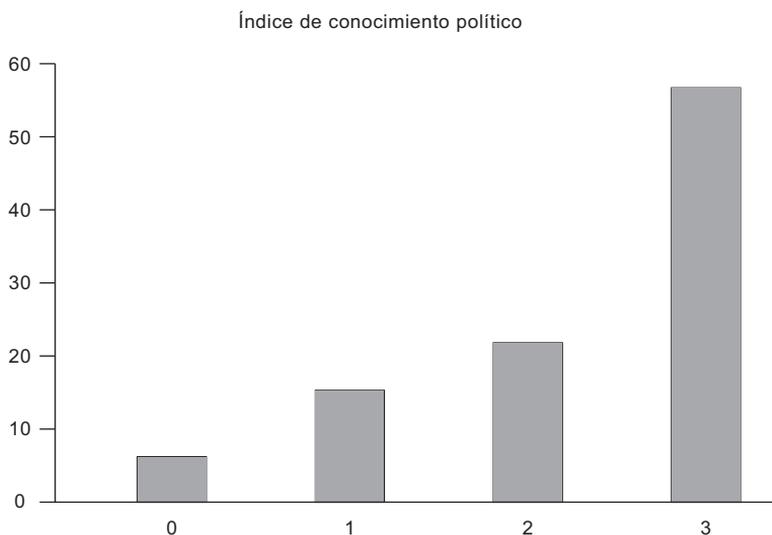
Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

públicos, los puestos que se van a incluir en una elección, etc. La ENCUP 2012 mide los niveles de conocimiento político a través de una serie de preguntas sobre las instituciones políticas en el contexto mexicano. Las preguntas se utilizaron para construir un índice de conocimiento político que va de cero a cuatro respuestas correctas. En promedio, los encuestados respondieron un total de dos respuestas correctamente. Las diferencias entre el promedio de respuestas correctas entre los jóvenes y la población adulta son mínimas y estadísticamente no significativas.

La Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 ofrece una medición del conocimiento político relativo a los niveles de información de los encuestados sobre los cargos públicos a elegir durante la campaña, utilizando la pregunta: “En las elecciones del 1 de julio del presente año, ¿qué puestos se van a elegir? ¿Algún otro?” (se registraron hasta tres respuestas anotando el orden de mención).⁶ Con el objetivo de evaluar los niveles de conocimiento político, se procedió a calcular un índice aditivo de tres ítems con base en tales preguntas. Las respuestas se recodificaron como: Mencionó algún cargo a elegir = 1, No sabe/No respondió = 0. En promedio, los encuestados fueron capaces de mencionar 2.4 puestos de elección popular. Llama la atención que 57% de los jóvenes encuestados fue capaz de mencionar tres cargos de elección popular en la elección presidencial de 2012; sin embargo, 21% mencionó dos cargos, 15% sólo mencionó un cargo, y 6% no fue capaz de mencionar algún puesto de elección popular. Lo anterior sugiere niveles que van de medios a medios-bajos de conocimiento político-electoral entre los jóvenes.

⁶ Opciones de respuesta: 1. Presidente de la República, 2. Jefe de gobierno (DF), 3. Gobernador, 4. Senadores, 5. Diputados federales, 6. Diputados locales, 7. Ayuntamiento o Presidente municipal, 8. Otro, 88. NS/99. NR.

Gráfica 11. Niveles de conocimiento político



Fuente: Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

CONFIANZA Y CAPITAL SOCIAL

Capital social (pertenencia a organizaciones)

Respecto a la militancia en organizaciones, estudios recientes, como el *Informe país*, muestran que casi la mitad de los mexicanos encuestados afirmó no pertenecer o haber participado en ninguna de las 12 organizaciones enlistadas en el estudio (INE, 2014). Con el fin de analizar el grado de capital social de los jóvenes medido en términos de su pertenencia a organizaciones, se construyó una escala basada en el número de organizaciones sociales a las que los encuestados declararon pertenecer o haber participado, utilizando pre-

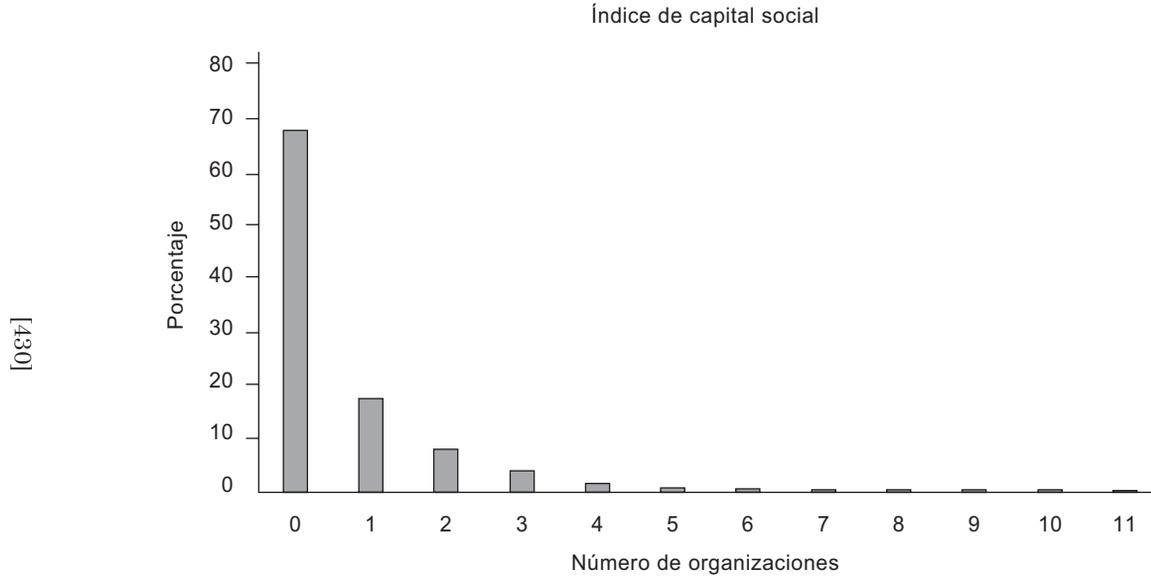
guntas de la ENCPJ 2012 como: ¿Pertenece, o ha participado, en una organización, asociación, equipo o grupo de este tipo?: Estudiantil, Deportiva, Cultural o artística, Beneficencia, Religiosa, Agrupación profesional, Condominal, Vecinal o de barrio, De padres de familia, Pensionados o jubilados, Grupos u organizaciones de mujeres, Organización en protección de animales, Organización pro derechos humanos/ecologista/feminista/homosexual, etc. Las respuestas se recodificaron como: Pertenece/ha participado = 1, No pertenece/ni ha participado = 0.

En suma, los datos muestran que la militancia en organizaciones es muy baja en los jóvenes, ya que 67% de ellos no pertenece a ninguna organización de las 11 listadas en la encuesta. De acuerdo con los datos del índice, los jóvenes pertenecen, en promedio, a 0.63 organizaciones, lo cual sugiere que el nivel de capital social es aún más bajo entre los jóvenes respecto a la población en general.

CONFIANZA EN INSTITUCIONES

En general, el nivel de confianza interpersonal e institucional en México es bajo. Particularmente preocupante es la falta de confianza de los ciudadanos en las instituciones representativas de la democracia, como los diputados y los partidos políticos, así como en los gobiernos locales (estatal y municipal) y, en menor medida, en el federal (INE, 2014). La confianza en instituciones políticas y en los políticos no goza de buenos niveles de aprobación. Llama la atención que instituciones con un marcado carácter vertical y poca transparencia, como la Iglesia y el ejército, tengan buena aceptación en los ciudadanos. Los datos del *Informe país* (INE, 2014) muestran que 62% confía en el ejército y 55% en la Iglesia. Por el contrario, las instituciones políticas, que por su función de representación y pluralidad son indispen-

Gráfico 12. Niveles de capital social (pertenencia a organizaciones)



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

sables en una democracia, como los partidos políticos y el poder legislativo, se encuentran en los niveles más bajos de desconfianza, de menos de 20%, inclusive por debajo de instituciones tan desprestigiadas como la policía.⁷ La valoración de los gobiernos en sus tres niveles tampoco es favorable, arriba de 30% están los niveles de confianza que expresan los ciudadanos. Los resultados son muy similares a los de la ENCUP 2012, estudio en el cual la familia, los médicos, la Iglesia, los maestros, el ejército, la televisión y los militares resultaron ser las instituciones mejor evaluadas por los ciudadanos, mientras que los sindicatos, los diputados, los senadores, los partidos políticos y la policía fueron quienes recibieron las peores evaluaciones por parte de los entrevistados (gráfica 13).

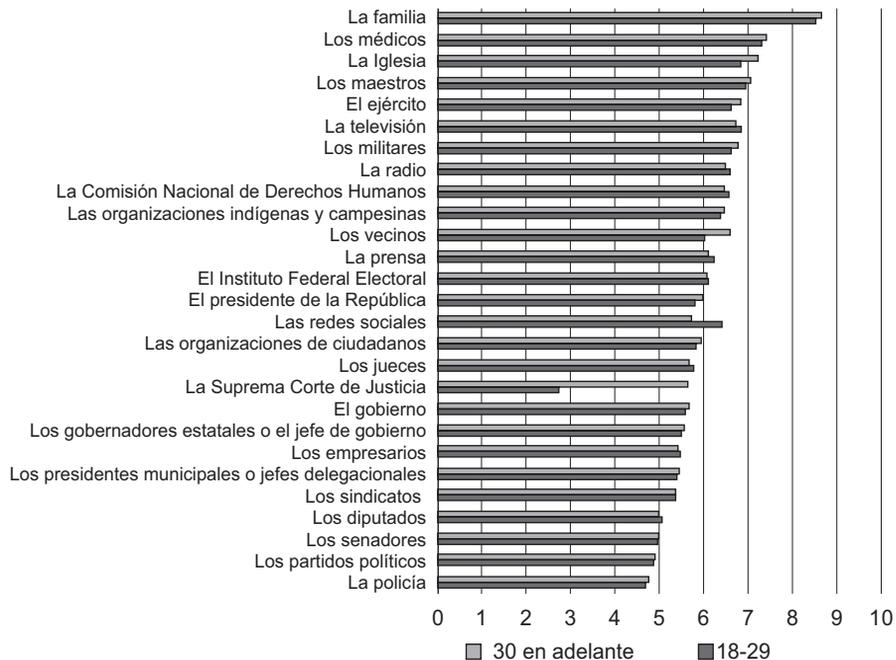
La familia es la institución en la que más confían los ciudadanos entrevistados en diversos estudios de opinión. La familia es un actor fundamental en la vida social y de pertenencia del mexicano. Según datos de otros trabajos, implica una manera de relacionar y organizarse con su entorno a través de relaciones informales (INE, 2014). Esta percepción de confianza hacia la familia también se ve reflejada cuando las noticias sobre política provienen de ella. En los datos de la encuesta del Colmex apreciamos que, de todos los medios anteriores, es la familia la que goza de mayor confianza, como se aprecia en la gráfica 14.

A los entrevistados les dan más confianza las noticias sobre las elecciones cuando las reciben de la familia. No obstante, aun cuando se confía bastante en la familia, no es en este espacio donde los jóvenes se informan y tratan te-

⁷ El ejército y la Iglesia también obtienen favorables niveles de confianza en la ENCUP, 2012, mientras que los partidos políticos y los diputados federales son las instituciones que menos confianza generan. Disponible en: <http://www.encup.gob.mx/work/models/Encup/Resource/69/1/images/Resultados-Quinta-ENCPJ_2012.pdf>.

Gráfica 13. Confianza en instituciones y actores políticos

En una escala de calificación de 0 a 10, donde 0 es nada y 10 es mucho, por favor, dígame ¿qué tanto confía en...?

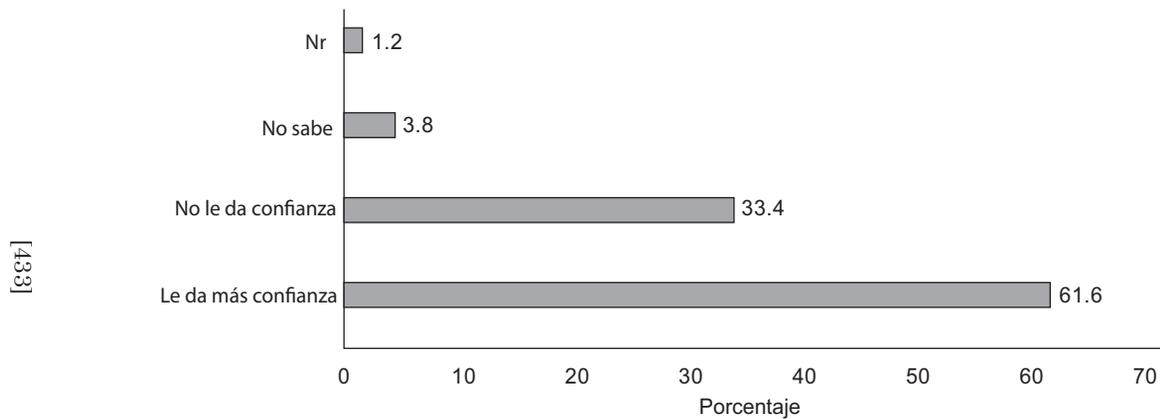


[432]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCPJ 2012.

Gráfica 14. Confianza en la familia como fuente de información

Cuando recibe noticias sobre las elecciones que se van a celebrar el 1 de julio, ¿le da más confianza o no le da confianza... familia?



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

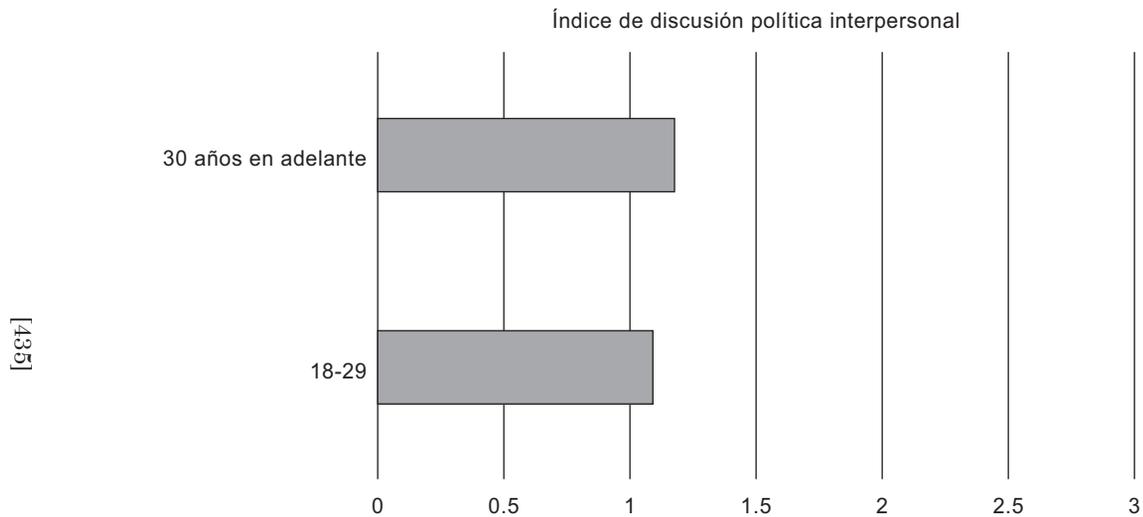
mas sobre política. La Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes, 2012 incluye una batería sobre la confianza de los encuestados en diversas instituciones a cargo de la integridad del proceso electoral, tales como el IFE (Instituto Federal Electoral), el TEPJF (Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación), la FEPADE (Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales), los institutos y los tribunales electorales locales. La medición del grado de confianza de los ciudadanos en las instituciones político-electorales se realizó a través de una escala basada en las preguntas sobre el grado de confianza que los jóvenes tenían en la labor de dichas instituciones. Las respuestas se recodificaron como: Mucho = 2, Poco = 1, Nada = 0. El rango de la escala va de 0 a 10 y la media es de 5.70.

Discusión política interpersonal

La “voz” en política es una herramienta indispensable (Hirschman, 1977); ésta se puede representar de diversas formas, desde los discursos de los políticos, los programas de los partidos, hasta las manifestaciones de la sociedad que exigen o demandan sobre un tema. También en los debates en el plano de los espacios políticos, como los parlamentos, o en la discusión entre ciudadanos con los amigos, familia o a través de las redes sociales. Por ello nos interesa mostrar dónde utilizan los jóvenes la “voz” en la política. Para ello, en la gráfica 15 presentamos el índice con base en los datos de la ENCUP 2012.

Los niveles de discusión política interpersonal en la ENCPJ 2012 se midieron a través de un índice aditivo de tres ítems con base en el número de agentes de socialización/comunicación política, con los que los encuestados discutieron sobre los eventos de la campaña (debates). Se utilizó la pregunta: “Independientemente de si vio o no los debates ¿con quiénes ha co-

Gráfica 15. Niveles de discusión política interpersonal



Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

mentado acerca de lo que sucedió en algunos de los debates?”⁸ (se registraron hasta tres respuestas anotando el orden de mención). Las respuestas se recodificaron como: Mencionó algún agente = 1, Nadie/No lo vio/No mencionó/No respondió = 0. El rango de la escala va de 0 a 3. En promedio, los jóvenes discutieron sobre los debates con 1.4 agentes de socialización/comunicación política.

Apoyo y satisfacción con la democracia

Otro de los temas importantes respecto al análisis de la democracia es qué tanta satisfacción produce y qué tanto apoyo recibe esta forma de gobierno entre los ciudadanos. En este caso nos interesa describir cuál es la preferencia de los jóvenes respecto a la democracia y otras formas de gobierno. La gráfica 16 muestra las opiniones de los entrevistados, con base en datos obtenidos de la ENCUP 2012.

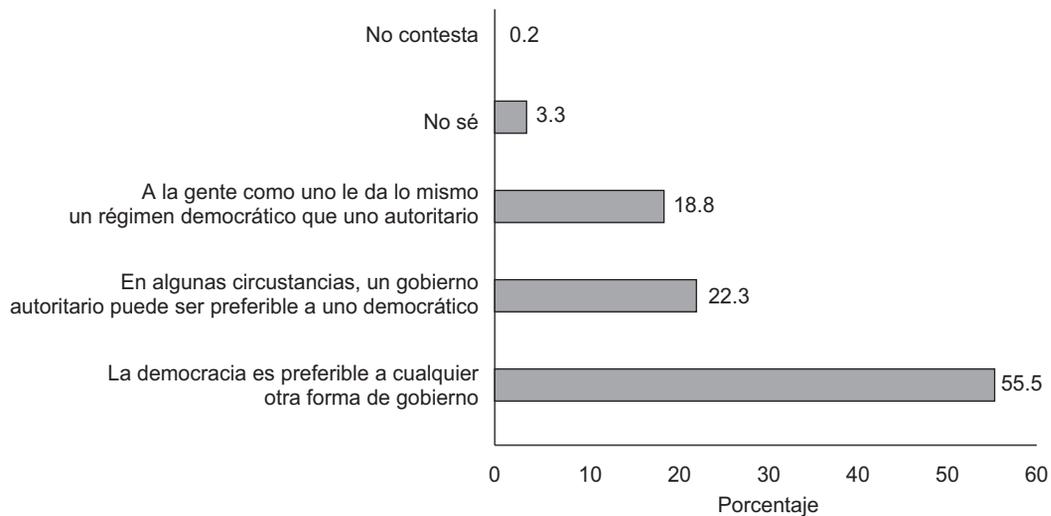
En los datos anteriores se aprecia que una mayoría, 55%, prefiere la democracia como forma de gobierno. Sin embargo, llaman la atención las actitudes de indiferencia respecto a la democracia: a 18% le da lo mismo el tipo de gobierno y las actitudes autoritarias, y 22% prefiere, en algunas circunstancias, un gobierno autoritario. Respecto a la satisfacción con la democracia, observamos una mayoría de jóvenes que dice estar poco o nada satisfecha con ella, como lo muestra la gráfica 17.

De los datos anteriores se aprecia que 55% muestra insatisfacción, mientras que 24% se dice satisfecho con la democracia mexicana. Este comportamiento de insatisfacción abona a la desafección política, pero no es exclusivo de los

⁸ Opciones de respuesta: 1. Familiares, 2. Amigos, 3. Compañeros de trabajo, 4. Compañeros de escuela, 5. Internet, 6. Redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), 7. Nadie, 8. No lo vio, 9. Otro, 99. NR.

Gráfica 16. Apoyo a la democracia

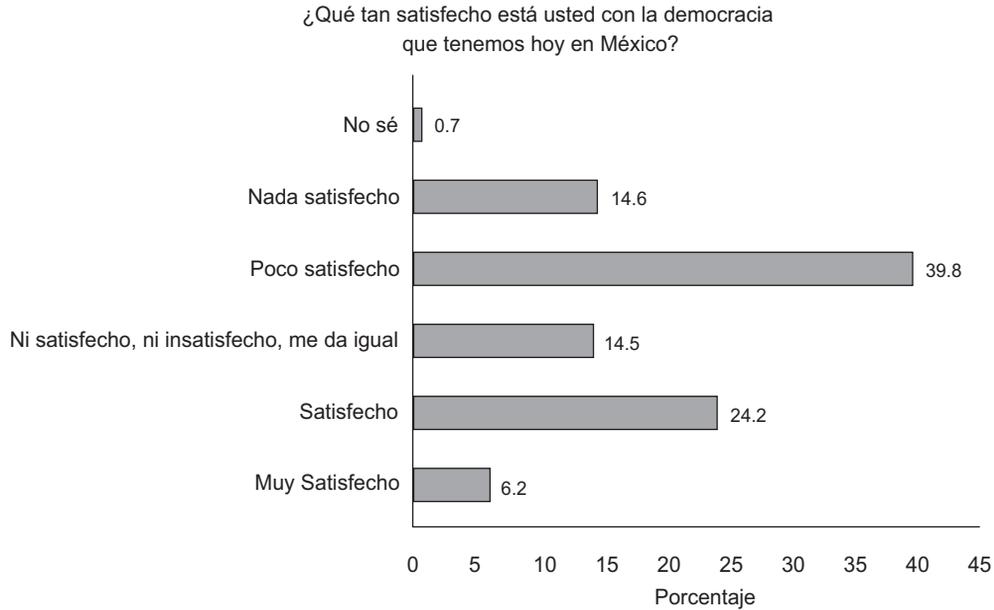
De las siguientes frases que le voy a mencionar
¿cuál es la que se acerca más a su manera de pensar?



[437]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

Gráfica 17. Satisfacción con la democracia



[838]

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

jóvenes mexicanos. El desencanto con la democracia aumentó en los últimos años (Meixueiro y Moreno, 2014).

Otro de los datos que contribuye a percibir ciertas actitudes autoritarias es la creencia de que una democracia funciona con un Congreso legislativo; si bien, como lo presentamos, los diputados tienen los más bajos niveles de confianza, el diseño democrático requiere de separación de poderes y uno de los poderes del Estado donde se refleja la pluralidad y parte de la representación política es el legislativo, además de ser electo de forma directa por los ciudadanos. La gráfica 18 basada en la ENCUP 2012 lo ejemplifica.

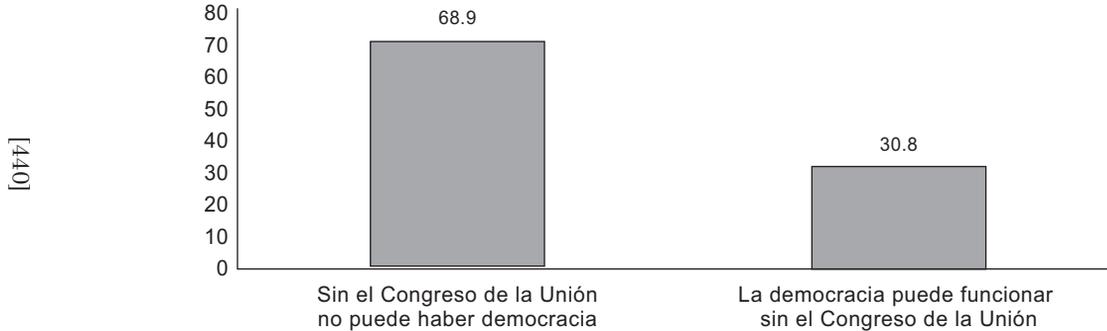
De la gráfica 18 llama la atención que 30% de los entrevistados opine que la democracia puede funcionar sin el Congreso. El poder político no se diluye porque desaparezca una institución, sino que se acumula o se dispersa en otras. Las experiencias de desaparición del legislativo tienen como consecuencia el camino a los autoritarismos o las dictaduras.

REFLEXIONES FINALES

Los datos presentados permiten apreciar que los jóvenes de zonas urbanas son un grupo poblacional donde la desafección política está presente; sus porcentajes de participación son los más bajos. A la gran mayoría de los entrevistados no les interesa la política. Su información sobre ésta proviene principalmente de la televisión, muestra de la escasa pluralidad y baja calidad de información política que pueden adquirir. Al contrario de lo que pensamos al inicio del trabajo, las redes sociales y el internet son herramientas poco utilizadas por los jóvenes dentro de sus interacciones políticas. La desconfianza que muestran hacia las instituciones políticas no es compensada por la credibilidad que tienen hacia la familia, donde se habla poco de política. Es-

Gráfica 18. Funcionamiento de la democracia

Hay personas que creen que sin el Congreso de la Unión no puede haber democracia, mientras que hay gente que dice que la democracia puede funcionar sin el Congreso de la Unión.
¿Qué frase está más cerca de su manera de pensar?



Fuente: elaboración propia con datos de la ENCUP 2012.

tas actitudes son coincidentes, en gran medida, con otros estudios de opinión pública, como la ENCUP 2012 o la ENCC 2013.

La información obtenida de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes, 2012 permitió construir índices para apreciar, de una manera más precisa, ciertas actitudes de los jóvenes entrevistados con respecto a sus niveles de eficacia y discusión política. Los jóvenes muestran bajos niveles de eficacia política, se perciben sin instrumentos para influir en los políticos. Sin embargo, existen experiencias coyunturales de movimientos de jóvenes que lograron cierta presión en los políticos, como fue el caso del movimiento #YoSoy132. Pero estas manifestaciones no logran evolucionar a una organización que permita mayor influencia en los políticos, lo que ocurre es que se diluyen con el tiempo.

También existen bajos niveles de conocimiento político de los jóvenes; muchas veces los ciudadanos no saben con precisión las funciones de los cargos públicos que se presentan en una elección, a veces sólo logran identificar un número limitado de los cargos que se presentan en elecciones concurrentes; el índice de conocimiento nos muestra que los jóvenes encuestados sólo identificaron 2.4 puestos de elección popular a elegir.

Respecto al nivel de capital social de los jóvenes en el sentido de pertenencia a organizaciones sociales, 67% no pertenece a ninguna organización, lo que muestra una débil experiencia organizativa relevante entre los jóvenes.

Otro de los datos encontrados es que la desconfianza hacia las instituciones políticas es elevada; los partidos políticos y los diputados son mal valorados. Este dato no es menor; el comportamiento y resultado de estas instituciones es probable que refleje la poca satisfacción con la democracia que manifiestan los entrevistados. Si bien no es una relación de causalidad entre la baja valoración de las instituciones políticas y la satisfacción con la democracia, trabajos

como el de Meixueiro y Moreno (2014) muestran que sí hay un incremento en la insatisfacción democrática de los ciudadanos mexicanos.

El índice sobre la discusión política presenta un nivel reducido de controversia entre los jóvenes. De siete agentes socializadores, sólo en uno los jóvenes entrevistados comentaron sobre política.

Tal vez como lo expresa Zambrano (1996), la política sea la actividad más estrictamente humana, por ello el desapego y desencanto que muestran los jóvenes hacia la política es una llamada de atención no sólo para los políticos, sino para cualquier sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

- ALDMOND, Gabriel y Sydney VERBA (1980), *The Civic Culture, Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Nueva York, Princeton University Press.
- COTARELO, Ramón (2011), *La política en la era de internet*, México, Tirant lo Blanch.
- DOWNES, Anthony (1957), *An Economic Theory of Democracy*, Nueva York, Harper Collins.
- HIRSCHMAN, Albert (1977), *Salida, voz y lealtad*, México, FCE.
- INE (Instituto Nacional Electoral) (2014), *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*, México, INE/Colmex.
- INEGI (2010), *Censo de Población y vivienda 2010*. Disponible en: <<http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/ccpv/cpv2010/default.aspx>>.
- MARAVALL, José María (2013), *Las promesas políticas*, España, Galaxia Gutenberg.
- MEIXUEIRO, Gustavo y Alejandro MORENO (coords.) (2014), *El comportamiento electoral mexicano en las elecciones de 2012*, México, CESOP-ITAM.
- NORRIS, Pippa (2011), *Democratic Deficit. Critical Citizens Revisited*, Nueva York, Cambridge University Press.

- PARAMIO, Ludolfo (2003), “Frustraciones de los electores y crisis de la democracia”, Unidad de Política comparada CISC, documento de trabajo 03-02, Madrid, CISC.
- PRZEWORSKI, Adam (2010), *Qué esperar de la democracia*, Argentina, Siglo XXI.
- Segob (Secretaría de Gobernación) (2012), *Encuesta Nacional de Cultura Política*. Disponible en: <<http://www.encup.gob.mx/work/models/Encup/Resource/69/1/images/Resultados-Quinta-ENCUP-2012.pdf>>.
- SEP (Secretaría de Educación Pública), *Encuesta Nacional de Valores en Juventud, 2012*, México.
- ZAMBRANO, María (1996), *Horizonte del liberalismo*, Madrid, Ediciones Morata.

LA CULTURA DE LOS JÓVENES Y LA CULTURA DE LA LEGALIDAD

ARTURO ALVARADO M.*

Este capítulo analiza un aspecto de la cultura política relacionada con la socialización de las normas legales concernientes a los procesos electorales. El material proviene de la encuesta de cultura política juvenil realizada por El Colegio de México (Silvia Gómez Tagle, Héctor Tejera Gaona y Jesús Aguilar López), donde los entrevistados respondieron un conjunto de reactivos asociados al conocimiento de las leyes y el apego a las mismas.

En este sentido, los temas a tratar son: *1o.* Una discusión sobre la cultura política de los jóvenes, que propone una forma de relacionarla con la llamada “cultura” de la legalidad, o, en términos más generales, un intento por vincularla con la percepción, aceptación, uso de las leyes y otras normas en la población estudiada, y *2o.* Una discusión sobre la violencia político electoral asociada a estas prácticas.¹

* Doctor en Ciencias Sociales, con especialidad en Sociología (1988) por el Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México, obtuvo la Licenciatura en Sociología en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Actualmente se desempeña como director del Centro de Estudios Sociológicos de El Colegio de México. Correo electrónico: <alvarado@colmex.mx>.

Agradezco a Susana Esquivel, Alejandro Ocaña y Paulina González su colaboración para preparar este artículo y analizar los datos.

¹ Sobre este punto no es posible conocer a fondo, con la encuesta, si

Para analizar la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE), es necesario precisar varios de los términos que serán utilizados en este capítulo para hacer una revisión de la literatura y el contexto en que se realizó la investigación, no obstante que el marco del debate nacional y la realización de otros estudios sobre este tema no serán comparables entre sí.

La primera cuestión que deseamos abordar es: ¿cuáles serían los vínculos entre el conocimiento de las reglas y leyes electorales y la cultura política? Estos nexos podrían mostrarse a través del conocimiento y la aceptación-rechazo de normas legales; incluso, podría vincularse con el uso efectivo de las leyes o ciertas prácticas asociadas. Todos estos aspectos reflejan actitudes y valores, manifiestan la identidad de los ciudadanos y su conocimiento e internalización de las normas electorales. La pregunta consecuente sería: ¿Cómo construyen los jóvenes su identidad de ciudadanos frente a actos legales e ilegales? ¿La cimientan de la misma forma que lo hacen todos los ciudadanos, donde se forja una idea consistente de la vinculación entre cierto tipo de reglas y las prácticas electorales democráticas? O por el contrario, ¿existen disonancias? ¿Podríamos pensar que se da cierto cinismo en las prácticas electorales? Esto se ejemplificará con el análisis de la asociación entre el conocimiento de las reglas y el delito electoral, y la práctica declarada de su aceptación-ejercicio por parte de los encuestados.

Otra cuestión a resolver en el estudio es “si existe una cultura política propia de los jóvenes o si los diferentes grupos de edad comparten una cultura política similar matiza-

las personas tienen suficiente evidencia sobre temas ilegales o sobre violencia en los procesos electorales. Lo que podemos conocer es si la persona reconoce esta conducta y si ha participado en ella con actores gubernamentales, no gubernamentales o sindicales. Por este motivo no profundizaremos en este apartado.

da por la información adquirida a través del tiempo por procesos de socialización diferenciados y por configuraciones culturales regionales” (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013: 2). Para resolver esta cuestión era necesario tener una muestra de dos conjuntos de población, uno de ellos de personas jóvenes (entre 18 y 29 años) y otro de adultos mayores de 29 años.² También era importante hacer una reflexión más profunda de la hipótesis de una cultura propia de los jóvenes porque, de acuerdo con Urbina, más que una subcultura, ocurriría que:

[...] diferencias asociadas al origen social de los individuos, atributos descriptivos como el sexo y la precedencia de experiencias tempranas y familiares de carácter participativo, se conjugan con la experimentación de eventos transicionales que definen la autonomía y el carácter independiente de los jóvenes durante el curso de su prefiguración como adultos; dicha conjugación se estructura bajo una lógica temporal, que da cuenta de [...] una brecha de posibilidades para una participación política activa entre grupos sociales con diferentes perfiles [Urbina, 2014: 25].

Este trabajo propone, como otros estudios sobre juventud, entender esta problemática y sus procesos de socialización como parte de una transición hacia la adultez, que conlleva otras implicaciones en términos de la relación y aprehensión de una cultura política “general”.

En este sentido cabe proponer que más que una cultura propia, la transición de jóvenes a adultos parte del espacio

² La encuesta tiene dos grupos de encuestados, uno de jóvenes entre los 18 y los 29 años y otro de adultos con edad mayor a los 29 años. Si bien la selección de los dos grupos fue realizada aleatoriamente, en el grupo de los adultos no fue posible probar las mismas hipótesis que aplicamos a los jóvenes, por razones que desarrollamos en este capítulo.

familiar donde se desprenden los orígenes sociales del sujeto, sus experiencias primigenias de contacto con lo público y la autoridad, así como el conjunto de valores básicos que orientaran su vida. Asimismo, entienden que la comunidad ejerce una importante influencia sobre la persona porque allí obtienen la posibilidad de ampliar el vínculo que tiene lugar en el hogar, constituyendo los acercamientos iniciales con nociones más amplias de colectividad e interés común. La escuela también es influyente porque allí deriva la posibilidad de afianzar y vincular las disposiciones y prácticas previamente adquiridas. Además, en el trabajo surge la oportunidad de concretar las circunstancias de autonomía económica que encuadran el sentido convencional de ser adulto, así como su correlativa implicación para la tenencia de mayores derechos y obligaciones (Urbina, 2014: 36-37). Estas experiencias envuelven un proceso amplio de conformación de valores y prácticas de los individuos.

Entre los componentes fundamentales de la cultura encontramos la confianza y la legitimidad que otorgan los ciudadanos a las normas, a las instituciones y a los procesos políticos. La credulidad que los electores depositan en la eficacia de las normas y el proceso político estructura las dinámicas de la participación electoral (esto permite también configurar identidades partidarias o preferencias electorales de los ciudadanos mexicanos) (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013).

En cuanto a estos temas, la encuesta presenta varios reactivos en el contexto de las elecciones presidenciales de 2012 y en conocer el nivel de certidumbre que tenían los encuestados de las instituciones políticas y de las elecciones (candidatos, partidos políticos e instituciones electorales, como el IFE y el TEPJF). En este sentido, el estudio ofrece información importante acerca de la confianza que los jóvenes tienen de sus círculos sociales cercanos, como amigos, familiares y compañeros de trabajo. Al respecto, las relaciones

interpersonales son un medio de intercambio de información muy importante: 43% de los jóvenes considera que los amigos o compañeros de trabajo o de escuela merecen más confianza. En este trabajo encontramos que “los interlocutores con mayor credibilidad política (para los jóvenes) son los familiares cercanos, tanto para hombres como para mujeres, con 61% de respuestas positivas” (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013: 49). Esta información fortalece nuestra idea de que existe un vínculo entre las opiniones de los padres de las familias a las que pertenecen los jóvenes encuestados, y también permite relativizar “la influencia que los medios pueden tener en las campañas electorales, ya que la información recibida pasa por filtros que permiten asimilar selectivamente los mensajes donde los “intermediarios” juegan un papel importante” (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013: 49).³

Por otra parte, la intención (y el acto) del voto es analizado en la encuesta porque el sufragio universal es considerado como la principal práctica al alcance de la mayoría de los ciudadanos, el cual aparentemente nivela las diferencias en todos los demás órdenes: sociales, religiosos, económicos, étnicos, de género, etcétera.⁴

Empero, debemos ser cuidadosos con estos resultados, debido a que el contexto general en el que ocurre la participación sí tiene un efecto sobre la percepción y la conducta

³ Existen muchas otras prácticas sociales y cívicas, no estrictamente de participación política, que también permiten conocer la configuración de valores cívicos y el reconocimiento e internalización de las prácticas democráticas. Éstas pueden ocurrir en el ámbito de la participación barrial-comunitaria, o en la escuela y otros espacios sociales (clubs deportivos, etc.), que podrían ofrecer una idea de que estas prácticas específicas de los jóvenes tienen una influencia independiente del contexto familiar.

⁴ Una reflexión más profunda y crítica de este supuesto propondría que las prácticas políticas de los jóvenes ayudarían a entender en qué medida el sufragio es un acto de igualación o de diferenciación social.

del elector. Hay numerosas distorsiones producidas por una participación predominantemente inequitativa, en donde el goce de derechos ciudadanos se constriñe “por el peso de inercias que privilegian a ciertos votantes” (Urbina, 2014: 16). Por ejemplo, para nuestro caso, el ofrecimiento de bienes y servicios públicos de forma clientelar y selectiva, para inducir a que un elector vote por ciertos candidatos, o también mediante el condicionamiento de servicios, son un claro ejemplo de que no existen condiciones para el ejercicio libre ni equitativo del sufragio. Todavía peor sería la evidencia de coacción al votante.

Asimismo, es necesario considerar que en el grupo “joven” del estudio existen enormes brechas producidas entre los diferentes grupos de edad, la pertenencia a ciertos tipos de familias, el sexo y la escolaridad, y que cada una de estas dimensiones produce efectos en las transiciones a la vida adulta, que se combinan con factores estructurales como la desigualdad y las diferencias entre hombres y mujeres. No podemos considerar a los jóvenes como una categoría uniforme, como tampoco a los adultos como otra “unidad” homogénea, semejante.

Cabe recalcar que efectivamente no existe una subcultura política propia de la población joven, sino más bien expresiones diferenciadas de valores y apreciación de los procesos. El resultado es que la cultura juvenil está determinada-influida por procesos de socialización temprana en la familia, la escuela y otras interacciones sociales en distintos momentos de la formación de los ciudadanos. En este sentido la construcción de ésta y de la categoría joven no sólo está histórica y culturalmente acotada (Valenzuela, 1997; Reguillo, 2003), sino determinada por procesos sociales estructurales.

Hay que considerar también que el contexto y el “aprendizaje social” de normas e instituciones está marcado por la historia política del país y del régimen democrático. Una

persona de 18 años en el año de 2012 asistirá a votar por primera ocasión en un contexto nacional donde las prácticas democráticas están más difundidas y aceptadas. Su educación política, su información, el contexto político-institucional y las normas vigentes son distintos a las de generaciones que le preceden. Diferente será la situación de una persona que votó en las elecciones de 1994, o en las de 1988, donde las normas, las reglas de la competencia y las instituciones electorales no eran democráticas, y el voto no se contaba de la misma forma que en 2012.

Otra pregunta que tendremos que abordar es cuál es la incidencia específica de la participación de los jóvenes en la política. En el caso de 2012 tenemos el ejemplo del movimiento #YoSoy132 como la marca de dicho proceso electoral, así como del tipo de participación juvenil innovadora. Tal vez este fue el acto más significativo de intervención de los jóvenes en las elecciones presidenciales y de movilización electoral (esta práctica, que aparece como contestataria y democrática, y que contrasta con otras analizadas en este capítulo, es la que manifiesta los conocimientos y la aceptación de actos ilegales en los comicios).

Cabe destacar (en concordancia con Urbina, 2014) el carácter transitorio-intermitente de los ciclos de la participación en las actividades políticas, sobre todo cuando consideramos distintos rangos de edad en los que para un grupo importante de encuestados votar fue una experiencia nueva. La etapa de la juventud en este sentido aparece como “detonadora” y como reflejo de una serie de conocimientos, valores, actitudes y conductas sobre la política y las elecciones (y de todas las actividades en torno a ellas, la organización, las campañas, candidaturas, la votación y procesos de reconocimiento antes, durante y después del proceso).

La cultura política en México no es monolítica y ha estado enlazada con diversas tradiciones contradictorias propias de la evolución del régimen político, tales como el naciona-

lismo postrevolucionario exacerbado, rasgos de autoritarismo presidencialista, apego a valores “tradicionales” y cierto corporativismo que mencionan los primeros modelos (por ejemplo Almond y Verba, 1963, pero también Hansen, 1973 o Easton, 1968). En este sentido “nuestra cultura política” no es totalmente coherente; hay contradicciones entre algunos valores y aun así no deja de ser democrática. Pueden coexistir valores democráticos con otras prácticas de regímenes pasados, pero esto no necesariamente destruye un gobierno.

Según Urbina (2014: 27), las generaciones recientes han atestiguado, a nivel local y nacional, la alternancia partidista en el poder ejecutivo, y una creciente presencia de la oposición partidaria junto con expresiones novedosas de movilización electoral. Las “juventudes” han resignificado la noción de democracia, han vivido una mayor apertura con respecto al pasado y se han beneficiado de esta transición política.

Esto permite pensar en un nuevo contexto de participación y socialización política proclive a la formación de una cultura prodemocrática.

Ahora bien, a pesar de contar con este “bono democrático”, la información que arroja la encuesta refleja que las formas de participación política de los jóvenes no responden a categorías ni a esquemas tradicionales. Según nuestro estudio, así como otros trabajos (Mora y Oliveira, 2009: 267), los jóvenes prefieren mantenerse al margen de la institucionalidad que los excluye (según ellos), permanecer en una esfera “privada” social y fuera de la esfera pública-política, e intervenir sólo en acciones colectivas informales. Uno de los temas que llama la atención es su participación social, ya que la mayor parte de los jóvenes manifestó no estar interesada en colaborar con organizaciones formales, lo que no necesariamente significa que estén alejados del ámbito público. El análisis de los resultados de la encuesta nos ayuda a conjeturar y explorar razones nuevas a las propuestas

por teorías “clásicas” de la participación política, que expliquen los motivos por los que los jóvenes no participan, ya sea como forma de rechazar el sistema o porque tienen otras prioridades individuales y colectivas, diferentes a las de los adultos, por falta de confianza en las instituciones, o por la desinformación en la que viven algunos grupos juveniles. Es en este contexto que debemos reinterpretar la relación de los jóvenes con la política y tratar de entender cuáles y cómo son sus nuevas formas de participación, que no responden a los esquemas convencionales (véase una mayor discusión de este tema en el estudio y en los capítulos de este libro).

En la participación política se integran las distintas dimensiones del compromiso cívico como un proceso en el cual los ciudadanos tratan de incidir, directa o indirectamente, en decisiones políticas, sobre la autoridad o el gobierno, y lo hacen con una concepción del poder y con un conjunto de valores y reglas que configuran este compromiso.

El tipo de colaboración cívica no está necesariamente ligada a la acción pública directa; puede ocurrir en grupos deportivos o religiosos, comités vecinales, asociaciones estudiantiles, o también en actos de protesta; pero no excluye para todos los casos la participación en campañas políticas o partidarias u organizaciones de la sociedad civil. El compromiso cívico tiene que ver precisamente con la adopción e internalización de las normas asociadas a estos procesos, los cuales dependen del contexto en donde los jóvenes se educan y socializan, como la familia, la escuela, el empleo, el barrio o la ciudad y el entorno político (Urbina, 2014: 14).

Precisamente, respecto a la participación política no institucional, la encuesta analiza los aspectos de intervención de los jóvenes que no tienen como marco de referencia instituciones u organizaciones políticas como espacios para satisfacer tanto la resolución de problemas personales como

públicos. Así, la canalización de sus expectativas, intereses e inquietudes recae en asociaciones deportivas, religiosas, culturales, artísticas y de beneficencia, así como en organizaciones de carácter estudiantil, de condóminos, vecinales o de barrio, y en movimientos en defensa de la ecología, los derechos de la mujer y la diversidad sexual (aunque estos tres últimos ofrezcan indicadores sumamente bajos. Ver referencias en el estudio). También llama la atención la participación de los jóvenes entrevistados en asociaciones de padres de familia, lo que hace suponer responsabilidades de maternidad/paternidad tempranas.

A todo lo anterior, los resultados de la encuesta traslucen hasta qué punto la no participación juvenil en partidos políticos en la sociedad urbana mexicana está motivada porque los partidos no satisfacen las expectativas de los ciudadanos (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013: 56).

¿QUÉ ES SER JOVEN?

La categoría central de este trabajo y su relación con la cultura política es la de los jóvenes. En este sentido, es necesario tomar en cuenta algunas definiciones y caracterizar este grupo de población en México. En principio, “jóvenes” son las personas que declararon tener entre 18 y 29 años, pero esta definición requiere ser enriquecida y colocada en un contexto teórico problemático.

Juventud es un proceso de transición y creación de sujetos, en el cual se forjan individuos autónomos y sujetos políticos en distintos ámbitos. Esta (categoría de) población está caracterizada por una serie de transiciones psicológicas y sociales. En la gran mayoría de los estudios de juventud encontramos varios eventos relacionados entre sí: la salida de la escuela, el abandono del hogar de origen, la entrada al mercado de trabajo, el inicio de la vida sexual, la formación de pare-

jas, crear un hogar propio y tener descendencia, los cuales se establecen como una ruta que sirve de referencia para el cambio hacia la adultez (Hogan, 1978, 1980; Hogan y Astone, 1986; Echarri y Pérez Amador, 2007; Urbina, 2014: 36).

Durante la juventud se producen una serie de transformaciones durante las que las personas adquieren responsabilidades, asumen nuevos roles y enfrentan circunstancias que las conducen a una actuación con autonomía y a la emancipación que implica ser adulto.

Un componente importante de esta transformación de jóvenes en ciudadanos es el involucramiento cívico y la participación política, producto de este proceso político-social de múltiples determinaciones.

En la medida en que el joven inicia su participación política, ajusta sus repertorios de habilidades, recursos y expectativas, define parte de sus nociones y hábitos sobre lo político (Urbina, 2014: 6). Las percepciones, actitudes y valores tendrán una centralidad en las disposiciones, preferencias, actitudes y conductas del individuo sobre el poder público.

LOS JÓVENES EN MÉXICO Y SUS DISTINTOS MOMENTOS DE “MADURACIÓN”

México ha sido un país de jóvenes. El censo de población y vivienda de 2010 registró 26.4% del total de habitantes como personas entre los 15 y los 29 años de edad (INEGI, 2010). De esa proporción, 22 995 612 personas oscilan entre los 18 y los 29 años de edad.

Es importante resaltar que en 2012, el padrón electoral estaba conformado por 80 millones de ciudadanos, de los cuales 29.55% eran jóvenes entre 18 y 29 años —cerca de 23 millones—, y poco más de 3.5 millones votaron por primera vez en el 2012 (sobre este perfil, véase Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2012).

Asimismo, de acuerdo con el informe *La situación actual de los jóvenes en México* del CONAPO, en 2008, 60% de los jóvenes vivían en hogares nucleares, los cuales representaban el 68% de las viviendas en el país (CONAPO, 2010). Además, en ese momento del diagnóstico, 80% de los jóvenes vivían en unidades domésticas formadas por una pareja con hijos.

En México, la salida del hogar tiene lugar en los primeros años de la adultez y se encuentra estrechamente asociada a la primera unión, especialmente en el caso de las mujeres (Echarri y Pérez Amador, 2007; Mier y Terán, 2009).

Este grupo de población presenta algunos rasgos de precariedad socioeconómica. Si bien la pobreza descendió entre 2000 y 2008, 40% de los hogares donde reside al menos un joven tiene dificultades para sufragar los gastos del mantenimiento de la vivienda, la movilidad, la vestimenta, la educación, la salud. Además, poco más de 1 de cada 10 hogares no cuenta con recursos para alimentar adecuadamente a sus miembros (CONAPO, 2010).

Por otra parte, según el diagnóstico del CONAPO, en el año 2009, 4 de cada 10 personas entre 15 y 24 años realizaba alguna actividad económica de manera exclusiva.

La tasa de participación económica (TPEA) de los jóvenes [...] se ha reducido de manera constante durante la última década, al pasar de 50.0 a 43.7 y 41.2 por ciento, del año 2000 al 2005 y 2009, respectivamente. [...] Tres de cada diez tenían como única ocupación estudiar, uno de cada seis se dedicaba al trabajo doméstico, dos de cada cien trabajaban y estudiaban, y apenas uno de cada cien reportaba no trabajar ni estudiar [CONAPO, 2010: 54 y 57].

En el mismo estudio que publicó el CONAPO, 40% de jóvenes se dedicaban sólo a estudiar. Cabe destacar que en contraste, en la encuesta encontramos un importante grupo de entrevistados de alta escolaridad, superior a este promedio.

Esto nos podría sugerir una mejor posición de los jóvenes que estudian frente a los que trabajan, y establecería diferencias respecto al resto de la población. En el campo, dicha proporción llega apenas a 23.4%; sin embargo, en ambos grupos su tasa de desocupación es muy alta, especialmente entre los adultos jóvenes.

En 2009, cerca de 8 de cada 10 jóvenes ocupados reportaron ser trabajadores subordinados y remunerados; 7 de cada 100 declararon ser trabajadores por cuenta propia; poco menos de 1 de cada 6 era trabajador sin pago, y apenas 0.5%, empleadores. Tal distribución muestra su participación en las actividades familiares, en particular como refiere el estudio del CONAPO, los adolescentes “reportan una proporción tres veces superior (25.1%) a la de los adultos jóvenes (8.7%) entre los trabajadores sin pago” y 27% de los adultos jóvenes no tienen ninguna prestación en el trabajo (CONAPO, 2010).

“A finales de la primera década del nuevo milenio, aproximadamente 60 por ciento de los jóvenes ocupados recibían menos de dos salarios mínimos, y 80 por ciento menos de tres salarios” (CONAPO, 2010: 64). El 35.8% de los jóvenes ocupados pertenecía al sector servicios, 21.8% al comercio, 17.3% a la industria manufacturera, 14.7% al sector agropecuario y 9.1% a la industria de la construcción, es decir, una población mal pagada.

En síntesis, a pesar de que son parte de la población mayoritaria del país, los jóvenes tienen una participación económica proporcionalmente menor a otros grupos y muchos de sus integrantes tienen condiciones de vida precarias. Si bien una proporción considerable estudia, esto no necesariamente repercutirá en una mejor condición económica ni en una participación activa en la vida pública, como lo veremos a continuación.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA:
“ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA POLÍTICA
DE LOS JÓVENES 2012”

La encuesta fue aplicada a 6 164 personas, de las cuales 3 468 eran jóvenes de entre 18 y 29 años de edad (56% del total). De ellos, 52% eran mujeres y 48% hombres.⁵

La encuesta fue aplicada a una muestra de personas habitantes de domicilios seleccionados al azar. A todos los jóvenes se les aplicó un cuestionario que incluye una historia de su participación cívico-política en actividades formales y no formales, así como sus opiniones, actitudes y preferencias político partidarias. Las preguntas de la encuesta que cubren particularmente los temas de este capítulo son:

- Para usted, ¿qué es un delito electoral?
- ¿Algún partido político o candidato le ha ofrecido alguna tarjeta o servicio a cambio de su apoyo en estas elecciones?
- ¿Qué conductas considera legales o ilegales? (Las opciones eran: “dar mordida”, “comprar algo sabiendo que es robado”, “no pagar impuestos”, otras, n.s., y n.r.)

⁵ Para una referencia completa a la metodología y marco muestral de la encuesta, véase el reporte final (Silvia Gómez Tagle *et al.*, 2014). La encuesta se realizó en zonas urbanas de las 32 entidades federativas que cumplieran los siguientes criterios: que fueran zonas urbanas metropolitanas y de grandes ciudades que están en el sistema geográfico nacional con la cartografía para 2012 del IFE y que contienen secciones electorales urbanas en municipios conurbados (INEGI). También se incluyeron ciudades grandes con más de un distrito electoral, incluyendo las capitales de los estados. Se utilizaron como marco de muestreo 76 secciones electorales (SE) de 76 zonas metropolitanas (definidas como la zona de cobertura de la encuesta). También se realizó una clasificación de las SE dentro cada una en “conglomerados” de cinco categorías que marca el comportamiento histórico de elecciones ganadas por los tres partidos políticos más grandes del país (Gómez, Tagle, Tejera y Aguilar, 2013).

Cuadro 1. Tamaño de la muestra

<i>Cuestionarios</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Absolutos</i>
Muestra total de cuestionarios aplicados	100	(6 164)
Cuestionarios completos	77.3	(4 748)
Cuestionarios completos aplicados a jóvenes	56	(3 468)
Cuestionarios completos aplicados a no jóvenes	21	(1 280)

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Nota: Los adultos encuestados no representan una muestra aleatoria, corresponden a una muestra controlada porque únicamente se entrevistó a los adultos que vivían con jóvenes.

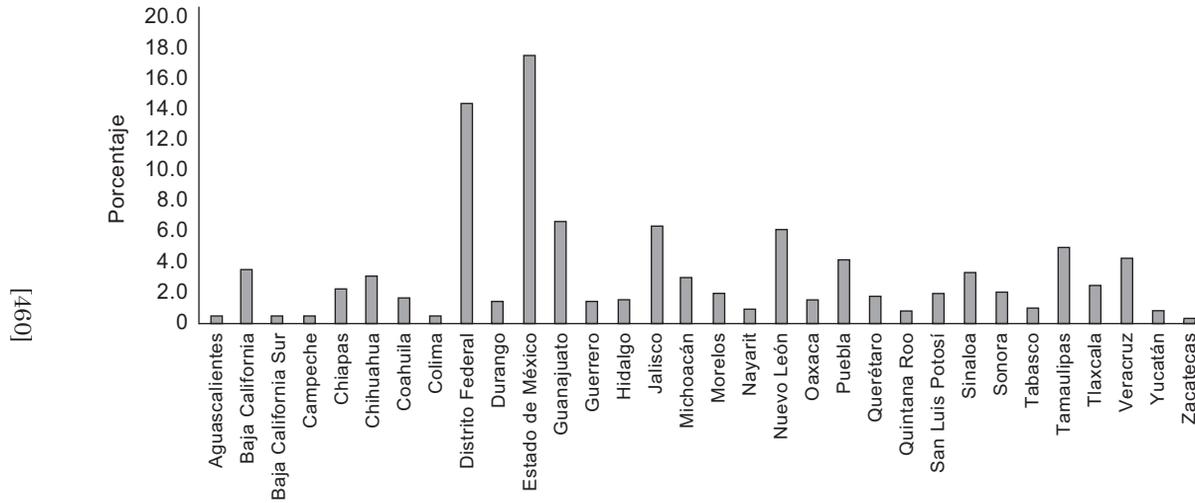
Para entender las respuestas, así como la vinculación con valores, actitudes y conductas, es necesario hacer una breve revisión del perfil de resultados de la encuesta, tanto para jóvenes como (parcialmente) para los adultos. Veamos una síntesis de los resultados.

Cuadro 2. Composición de la muestra de jóvenes según grupos de edad

<i>Grupo etario</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Absolutos</i>
18-19	24	824
20-24	41	1 415
25-29	35	1 229
<i>Total</i>	<i>100</i>	<i>3 468</i>

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Gráfica 1. Distribución del levantamiento de la encuesta en jóvenes por entidad federativa



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO
DE LOS JÓVENES ENCUESTADOS

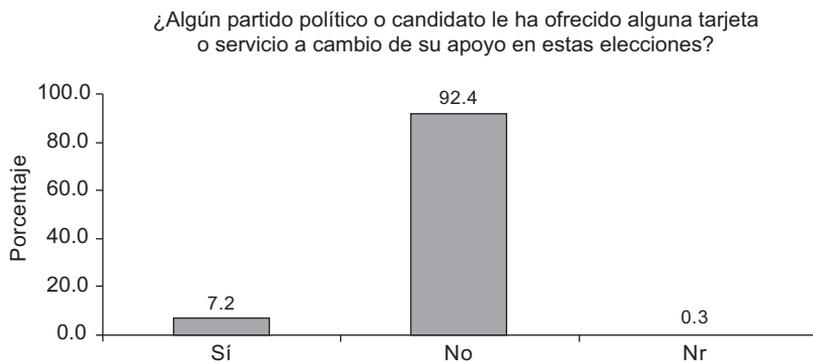
La mayoría de los encuestados (jóvenes) tenían un promedio de escolaridad en el nivel medio superior (preparatoria) (39.1%), seguido de la secundaria (28.2%) y de los estudios profesionales (17.2%). Ésta es una muestra urbana de personas con un nivel de educación muy por encima del promedio nacional ya que la muestra sobrerrepresenta jóvenes de “zonas electorales” urbanas de grandes ciudades. La mayoría (84.5%) contaba con una educación promedio que permitiría asumir que conocen un mínimo de normas y procesos políticos. Además, es de esperarse que alguna proporción de esta muestra haya sostenido algún intercambio o experiencia participativas, tanto en actividades formales como informales. Es probable que los estudiantes de educación superior (17.2%) tengan alguna experiencia electoral, estén en condición de participar y discutir sobre política con mayor autonomía, y hayan superado algunos obstáculos sociales propios de la precariedad que caracteriza a su vida adulta temprana (vid. antes).⁶

Por otra parte, 31.7% de los jóvenes afirmó dedicarse a estudiar como su ocupación principal, 23% dijo dedicarse principalmente a labores domésticas bajo el rubro de ‘ama de casa’, y 22% manifestó trabajar en una empresa o negocio privado.

Al preguntarles acerca de los principales problemas que viven en su ciudad, la falta de empleo fue el asunto más

⁶ Esta idea sería acorde con el trabajo de Verba, Schlozman y Brady (1995), que apuntan que existe evidencia que sugiere que quienes participan activamente tienden a ser los más educados, los más adinerados y los pertenecientes a los grupos sociales “dominantes” (hombres, conjuntos étnicos particulares, etc.). Sin embargo, poco se sabe acerca de cuáles son los mecanismos específicos y lógicas temporales bajo las cuales se configura su involucramiento (Urbina, 2014: 26-27).

Gráfica 2. Porcentaje de población joven a la que algún partido político o candidato le ofreció o no alguna tarjeta o servicio a cambio de su apoyo en las elecciones



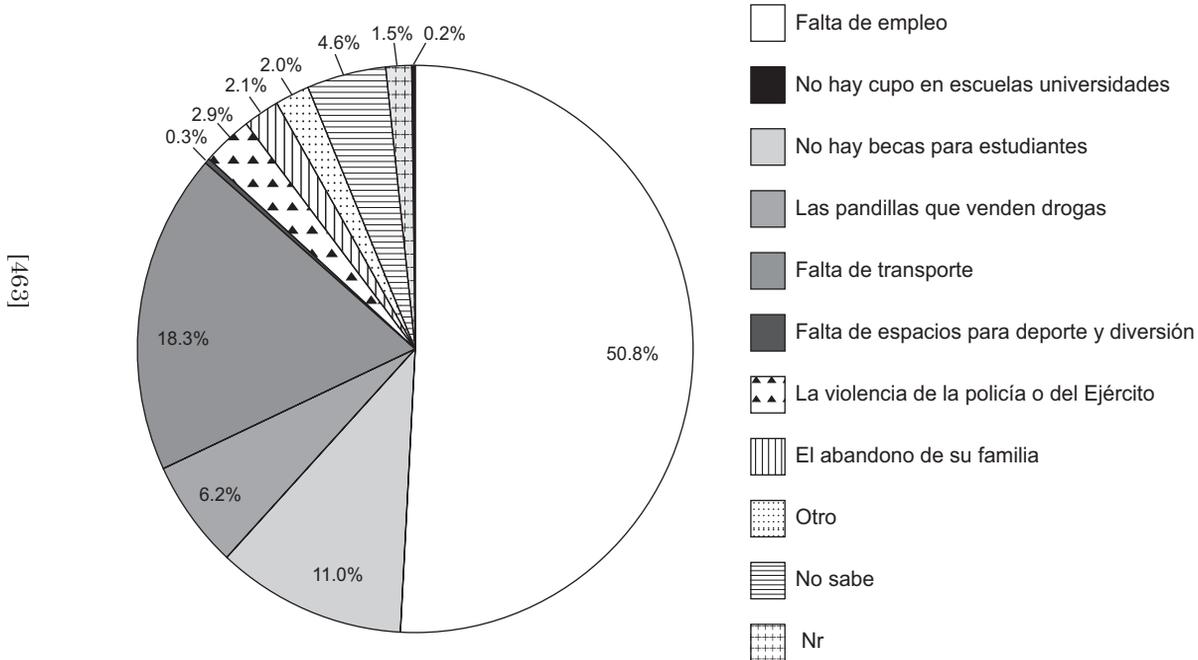
Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

mencionado (50.8%). Otros problemas importantes para ellos fueron la presencia de pandillas que venden drogas (18.3%), el escaso cupo en las escuelas o en las universidades (11%), la carencia de becas para continuar con sus estudios (6.2%), la falta de espacios para recreación y deporte (2.9%), y la violencia de las policías (2.1 por ciento).

En sintonía, poco menos de 92.4% de los jóvenes encuestados aseveró no recibir algún tipo de apoyo por medio de un programa social. Al preguntarles acerca del grado de efectividad de ciertas medidas para resolver sus problemas, 15% consideraron que compilar firmas entre los vecinos es la medida más efectiva; 12% dijo que es mejor publicar cartas en los periódicos o denunciar los hechos ante los medios. En contraste, para el 42% juntar firmas con los vecinos es una medida poco efectiva, y para 40%, lo es quejarse ante las autoridades.

Gráfica 3. Principales problemas de los jóvenes en su ciudad

¿Cuáles son los principales problemas de los jóvenes en su ciudad?



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Para 51% de los entrevistados, pedir ayuda a un político o a un funcionario influyente y presionar con el voto a las autoridades son las medidas menos efectivas para resolver sus conflictos, seguidas por las manifestaciones en la vía pública, los bloqueos al tránsito o la toma de edificios (50%). Respecto a su valoración de la política, perciben y “sienten” que los gobernantes se preocupan poco por los problemas de los jóvenes.

Para obtener información en medios de comunicación masivos, los entrevistados manifestaron ser televidentes asiduos: 70% de ellos ve la tele con frecuencia y el tipo de contenidos preferidos son las telenovelas (32.9%), los noticieros (21.8%) y los deportivos (15.4%). Destaca que menos del 1% de la población entrevistada aseguró ver con frecuencia programas dedicados al análisis político o de la coyuntura nacional. Respecto a los programas radiofónicos, poco más de la mitad de los encuestados dijo escuchar programas dedicados a la música y al entretenimiento, mientras que 38.6% dijo no escuchar la radio.

La participación en actividades políticas es escasa. La gran mayoría (9 de cada 10) afirma nunca haber participado en acciones de protesta, y entre aquellos que han participado en algún acto o manifestación colectiva, 10% mencionaron el uso de internet o redes sociales para difundir información o burlarse de autoridades gubernamentales, 5% para solicitar apoyo de partidos o de organizaciones sociales, 6% para adherirse u organizar marchas o plantones y mandar cartas a periódicos, y 6% para adherirse u organizar huelgas o paros laborales: 4% ha participado en bloquear el paso en calles o avenidas, o en impedir el acceso a edificios públicos o privados, y 3% haciendo pintas en paredes.

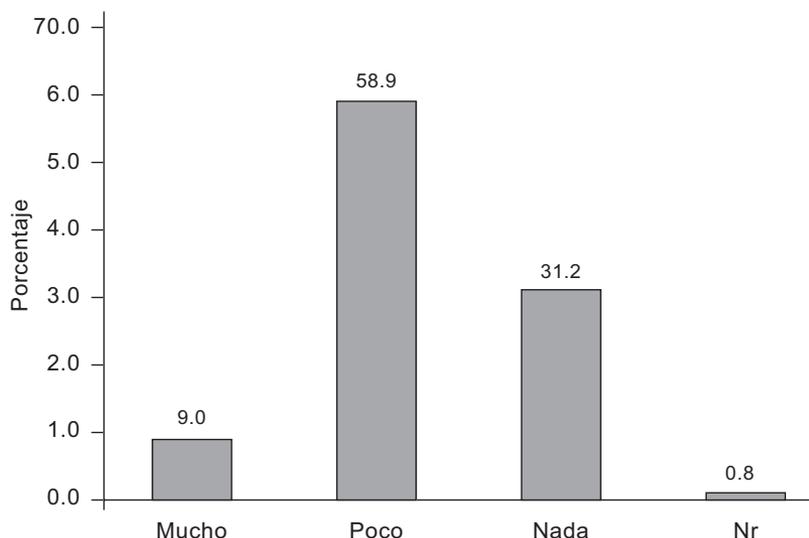
Durante la jornada electoral del año 2012 la información sobre Enrique Peña Nieto (PRI) fue la más seguida por los encuestados a través de internet o las redes sociales. La información de Andrés Manuel López Obrador (PRD, PT y MC)

Cuadro 3. ¿Qué tan efectivas son las siguientes acciones?
(porcentajes de población)

<i>Acciones</i>	<i>Muy efectiva</i>	<i>Poco efectiva</i>	<i>Nada efectiva</i>	<i>No sabe</i>	<i>No respondió</i>
Pedir ayuda a un político o a un funcionario influyente	6	39	51	4	1
Presionar con el voto a las autoridades	9	36	51	4	1
Participar en una organización vecinal para presionar a los políticos	10	39	46	4	1
Publicar cartas en los periódicos o hacer denuncias ante los medios	12	35	47	5	1
Quejarse ante las autoridades	11	40	46	3	1
Pedir apoyo a una organización civil	11	39	45	5	1
Juntar firmas con los vecinos	15	42	38	4	1
Manifestar en la calle, bloquear el tránsito o tomar edificios	11	34	50	5	1

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Gráfica 4. ¿Qué tanto se preocupan por atender sus demandas quienes los gobiernan?



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

fue la segunda más seguida a través de la red, y la de Josefina Vázquez Mota (PAN) ocupó el tercer puesto.

Cerca de 35% de los jóvenes encuestados declaró que preferiría a un ciudadano como candidato que a un político (24.5%). Un académico (16%) y un líder social (12.2%) también figuraron entre las principales respuestas. Los empresarios (4.8%) fueron el tipo de candidato menos preferido por los jóvenes.

Para el 28% de este sector, Enrique Peña Nieto fue elegido como primera opción. Para el 27% Andrés Manuel López Obrador, para el 18% Josefina Vázquez Mota, y para el 6% restante, Gabriel Quadri de la Torre.

Esta sería la pregunta que expresa mejor la preferencia de los jóvenes por los candidatos a la presidencia; sin embargo, no hay gran diferencia con el resto de la población ni con las tendencias generales de los resultados definitivos. Incluso, al preguntarles por una segunda opción, las preferencias seguían el mismo orden. Asimismo, al indagar por cuál candidato nunca votarían, Peña Nieto obtuvo 29%, seguido por López Obrador y Vázquez Mota.

Respecto a sus preferencias partidarias, se les cuestionó acerca de su opinión en relación con los partidos políticos contendientes en la elección. La respuesta “regular” fue dominante para todos los partidos. En segundo lugar se ubicó la percepción de “buena”, exceptuando al Partido del Trabajo, Movimiento Ciudadano y Nueva Alianza, los cuales obtuvieron una mala percepción. La suma de “muy mala”, “mala” y “regular” superó las respuestas de “buena” y “muy buena”. Una pregunta fundamental tiene que ver con la intención de votar, la cual mostró una altísima intención fuera de la proporción efectiva que acudió a las urnas, y una pequeña diferencia entre los jóvenes y el resto de los encuestados (80.6% contra 88.8% de los adultos).

De acuerdo con datos del Instituto Federal Electoral (IFE) [hoy, Instituto Nacional Electoral], el 1 de julio de 2012 más de 50 millones de mexicanos emitieron su voto para elegir al presidente de la república y para renovar la Cámara de Diputados, cifra que equivalió a 62.08% del padrón. Según datos de ese instituto, la tasa de participación de los hombres fue de 57.78% y la de las mujeres de 66.08%. En lo que se refiere al tipo de sección, la participación electoral en las secciones urbanas fue de 61.66% en promedio; 64.18% en las rurales y 61.36% en las mixtas. Respecto a la edad, los niveles de participación se concentran en la población de 40 a 79 años; sin embargo, al desglosar la información de manera más detallada se pudo percibir que fueron las personas mayores de 80 años y los jóvenes de 20

Cuadro 4. ¿Qué opinión tiene de los siguientes partidos?

	<i>Muy buena</i> (%)	<i>Buena</i> (%)	<i>Regular</i> (%)	<i>Mala</i> (%)	<i>Muy mala</i> (%)	<i>No sabe</i> (%)	<i>No respondió</i> (%)
PAN	7.4	26.2	35.1	21.2	6.9	2.4	0.7
PRI	9.7	25.0	27.4	23.4	11.7	2.1	0.8
PRD	7.1	26.0	33.6	21.2	8.2	3.1	0.8
PVEM	2.7	22.9	40.9	20.4	6.9	5.3	0.8
PT	2.0	19.1	41.8	23.0	5.4	7.8	0.9
Movimiento Ciudadano	2.0	17.7	40.9	21.3	5.7	11.2	1.2
PANAL	2.4	19.3	42.2	19.7	6.6	8.7	1.1

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

a 39 años quienes tendieron a participar menos. Los asistentes que sufragaron por vez primera (18-19 años) representaron una excepción entre la población joven, lo que seguramente tuvo que ver con la novedad de ejercer por primera vez su derecho al voto (INE, 2014: 61,62).

IDENTIFICACIÓN PARTIDARIA

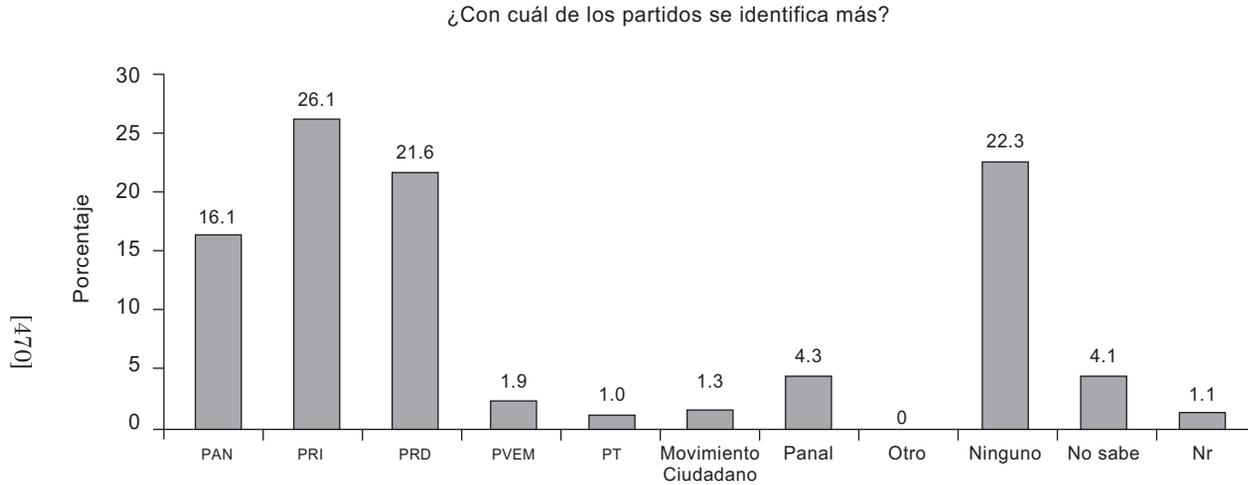
El PRI (26.1%) fue el partido con el que más se identificaron los jóvenes en las elecciones de 2012. En segundo lugar se ubicó el PRD (21.6%) y en tercero el PAN (16.1%). Destaca que casi 22% de la población encuestada dijo no sentirse identificada con ninguno de los partidos contendientes, dato que trasluce que estos continúan sin representar los ideales e intereses políticos de los jóvenes mexicanos, lo cual se refleja en su participación (véase la gráfica 16), ya que al preguntarles si participan o no en algún partido político o sindicato, cerca de 97% de los jóvenes dijo “no”, contra un bajo pero representativo 2% que dijo “sí participar”.

En cuanto a su identificación con alguna corriente política, 27.2% de los jóvenes dijo identificarse con la derecha, mientras que 27% dijo identificarse con la izquierda; es decir que la primera rebasa ligeramente a la segunda como postura política entre los jóvenes mexicanos. Es importante mencionar que 34% de los entrevistados dijo no identificarse con ninguna de las dos.

Poco más de 80% de los jóvenes pensó en ir a votar, 4% dijo no pensar hacerlo, y cerca de 3% dijo no saber si iría. Esto denota que la intención de participar como votante en el proceso electoral de 2012 fue un acontecimiento importante para la gran mayoría de los jóvenes.

Si bien la intención de voto era muy alta, la participación efectiva fue relativamente baja. Como lo mencionamos en el trabajo y el documento base del estudio del que forma

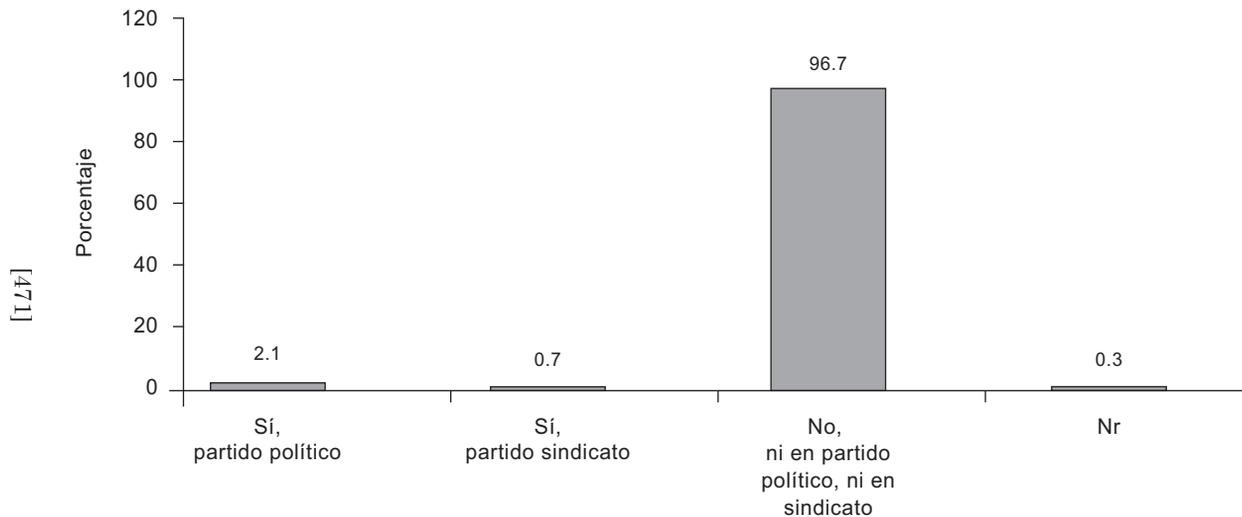
Gráfica 5. Identificación con los partidos políticos



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

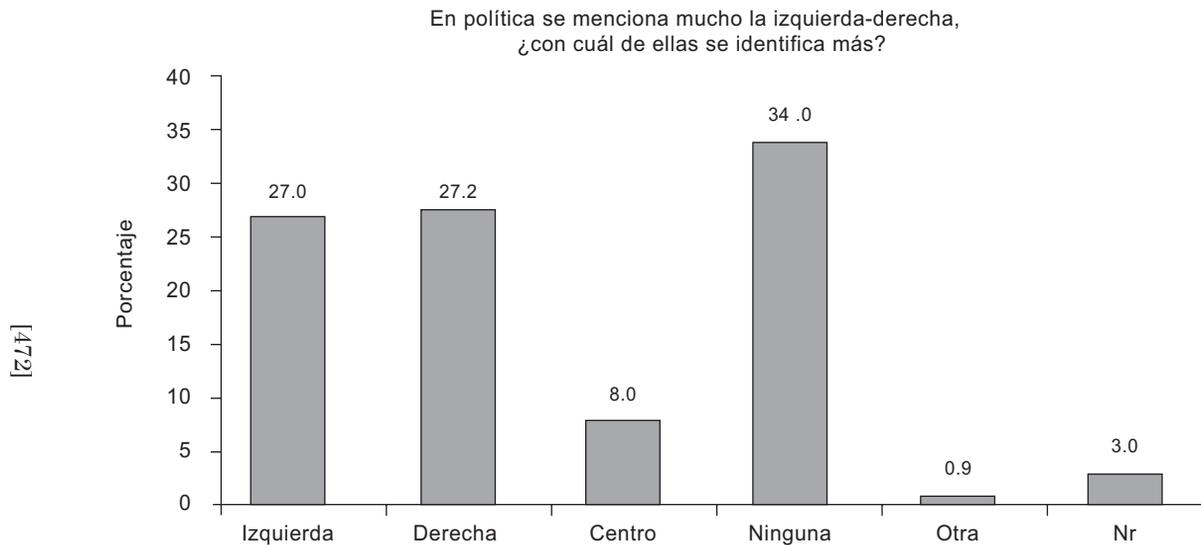
Gráfica 6. Participación en partidos políticos o en sindicatos

¿Participa en un partido político o un sindicato?



Fuente: Muestra de jóvenes. Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Gráfica 7. Porcentaje de identificación con la izquierda o la derecha



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

parte este trabajo, la dinámica de participación electoral resulta especialmente pertinente para el estudio de la cultura política dado que es una experiencia concreta en la que el ciudadano se relaciona con el poder. Además, dicha relación (con su ingrediente de valores imaginarios y prácticas políticas) es central para explicar el devenir de la democracia en México, sobre todo si se aportan elementos para explicar la posición de los jóvenes, los cuales serán la fuerza ciudadana más importante en el futuro. El sufragio es un mecanismo de decisión único al alcance de la mayoría de los ciudadanos, por lo que podría decirse que los coloca a todos en el mismo plano de poder político, a pesar de la gran desigualdad económica (Gómez, Tejera y Aguilar, 2013: 3).

En este sentido, la gran mayoría tenía conocimiento de que en la elección estaba en contienda la Presidencia de la República de 2012. Más de 82% de los jóvenes sabía de la celebración de esa elección, sin embargo, muy pocos conocían qué otros puestos estaban en disputa.

OTRAS ENCUESTAS SOBRE PREFERENCIAS ELECTORALES Y CULTURA POLÍTICA DE JÓVENES

El siguiente apartado tiene un propósito más contextual e ilustrativo que el de realizar una comparación entre las encuestas, dado que, como lo mencionamos, la encuesta de El Colegio de México sobre cultura política no es comparable con otras. También es importante tomar en cuenta las prácticas ilícitas reportadas en otros sondeos, así como las actitudes de los respondientes frente a ellas, hecho que, como veremos, es algo frecuente y tiende a tener respuestas similares.

COMPARACIONES Y CONTEXTOS. OTROS SONDEOS
SOBRE CULTURA Y PARTICIPACIÓN

El estudio de la cultura política por medio de encuestas ya ha sido realizado en varias ocasiones en México. En particular durante el periodo de nuestra encuesta también fueron aplicados otros dos sondeos: 1) la Encuesta Nacional sobre la Calidad de la Ciudadanía IFE 2013 y 2) la Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012.

La Encuesta Nacional sobre la Calidad de la Ciudadanía IFE, levantada en el mes de agosto de 2013, recolectó 11 000 entrevistas personales en vivienda con hombres con una población de 18 años o más. Tiene representación nacional y una sobrerrepresentación en cinco regiones del territorio mexicano, 10 estados y 12 municipios (INE, 2014). El reporte integra siete capítulos con temas como estado de derecho y acceso a la justicia, vida política y calidad de la ciudadanía, sociedad civil (participación no electoral), vida comunitaria y valores, redes personales y organizacionales (en el fondo trataron de explorar y definir quién es el ciudadano promedio en México) (Somuano, 2013).

El perfil del votante resultado de la encuesta, para los grupos de 18 a 19 y de 20 a 29 años fue de 62.03% y de 53.11%. Según los resultados de los autores, los partidos políticos han sido incapaces de representar y crear confianza entre los jóvenes, ya que 52% no se identifica con ningún partido así como también son los más abstencionistas (Somuano, 2013).

Por otra parte, la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012) también levantó un cuestionario en el que incluye población joven. Según el reporte, el “diseño de la muestra [fue] polietápico, estratificado y por conglomerados. La población objetivo del estudio la constituyen los adultos, hombres y mujeres de 18 años o más que residen permanentemente en viviendas particulares ubicadas dentro del territorio nacional” (Diario Oficial, 2013: 49).

La ENCPJ 2012 fue levantada en zonas urbanas y rurales del país, de acuerdo a la base de secciones electorales registradas por el IFE en 2009. El tamaño de la muestra es de 1 400 encuestas aplicadas, de las cuales 1 181 resultaron válidas. Así, en esta encuesta fueron entrevistados 44.3% de jóvenes y 55.7% de “adultos”. En esta misma encuesta, se registraron algunas respuestas sobre actividades ilícitas que podemos contrastar con nuestros resultados.

Si bien algunas preguntas solicitan información específica sobre actos contrarios al derecho electoral, otras refieren a la opinión, al acuerdo o no del encuestado y no al acto ilícito propio.

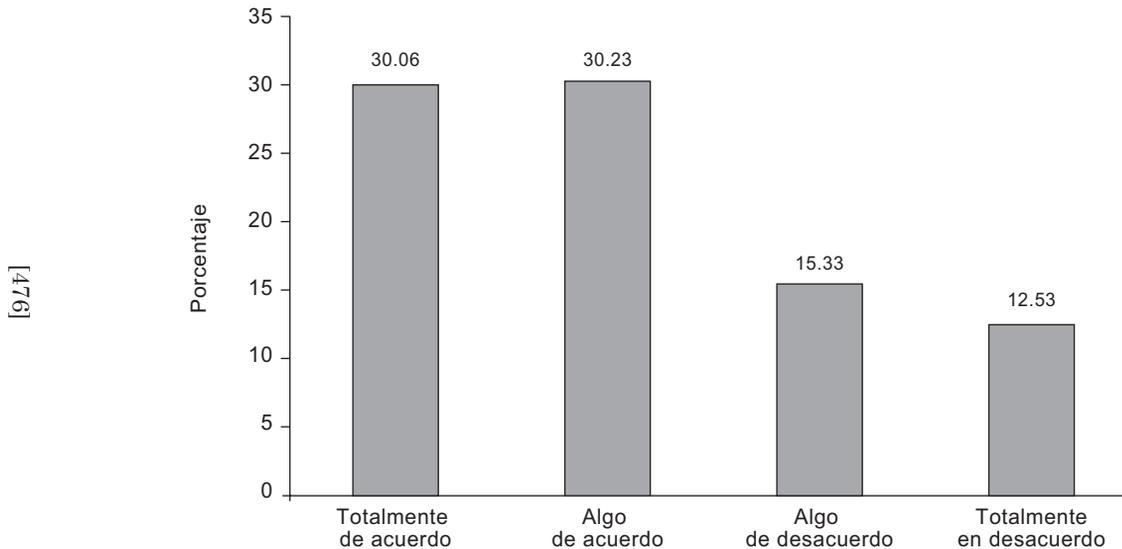
La población encuestada tiene una opinión de los políticos generalmente negativa y además les imputa acciones contrarias a las leyes electorales y a la libertad e igualdad en los procesos electorales, pero sólo 9% mencionó que alguna persona intentó condicionar los servicios públicos a votar por un candidato. En este caso los respondientes fueron más precisos sobre los programas ofrecidos.

La respuesta de los adultos respecto de si (en las últimas semanas) alguien le hizo un favor o le ofreció un regalo o servicio a cambio de su voto es muy alta: 4% de los jóvenes respondió negativamente, mientras que 96% de los adultos respondió afirmativamente.

La ocupación de los jóvenes está concentrada entre amas de casa, a la que le siguen los obreros, los empleados y los estudiantes (con sólo 7% del total).

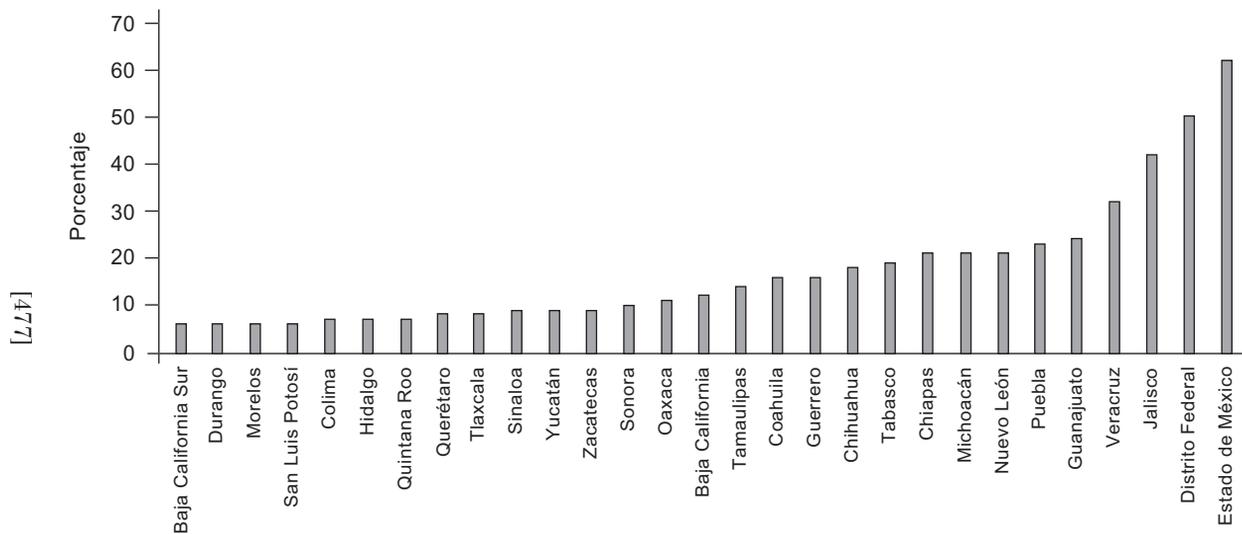
Adicionalmente, contamos con una (tercera) encuesta que pretende recabar información sobre las actitudes y acciones políticas de la población joven. Se trata de la Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012, IMJUVE-IIJ, que fue levantada con una metodología de muestreo probabilístico, estratificado, polietápico y por conglomerados, con una muestra de 5 000 jóvenes y que consta de una representatividad nacional.

Gráfica 8. Porcentaje de población joven que dijo estar en total acuerdo, en parcial acuerdo, en desacuerdo o en parcial desacuerdo en que gente de su comunidad venda sus votos por regalos, favores o acceso a servicios



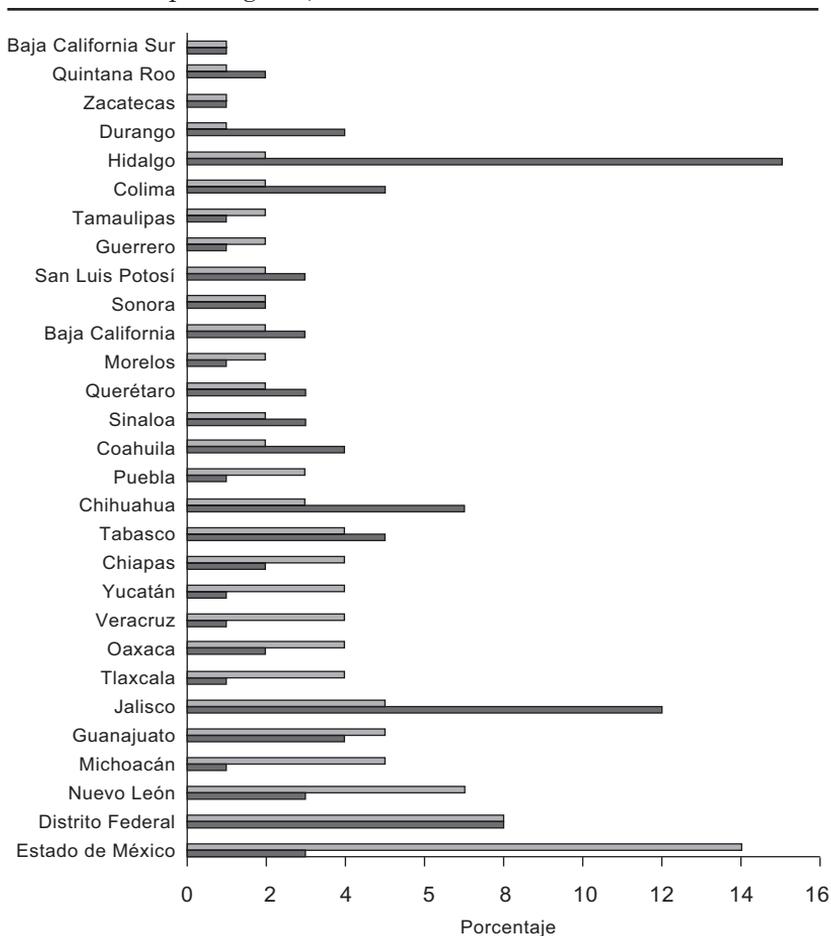
Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Gráfica 9. Porcentaje de jóvenes por entidad federativa que dijeron que en su comunidad los políticos compran votos con regalos, favores o acceso a servicios



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Gráfica 10. Porcentaje de jóvenes por entidad federativa que está de acuerdo o no en que su comunidad venda sus votos por regalos, favores o acceso a servicios



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

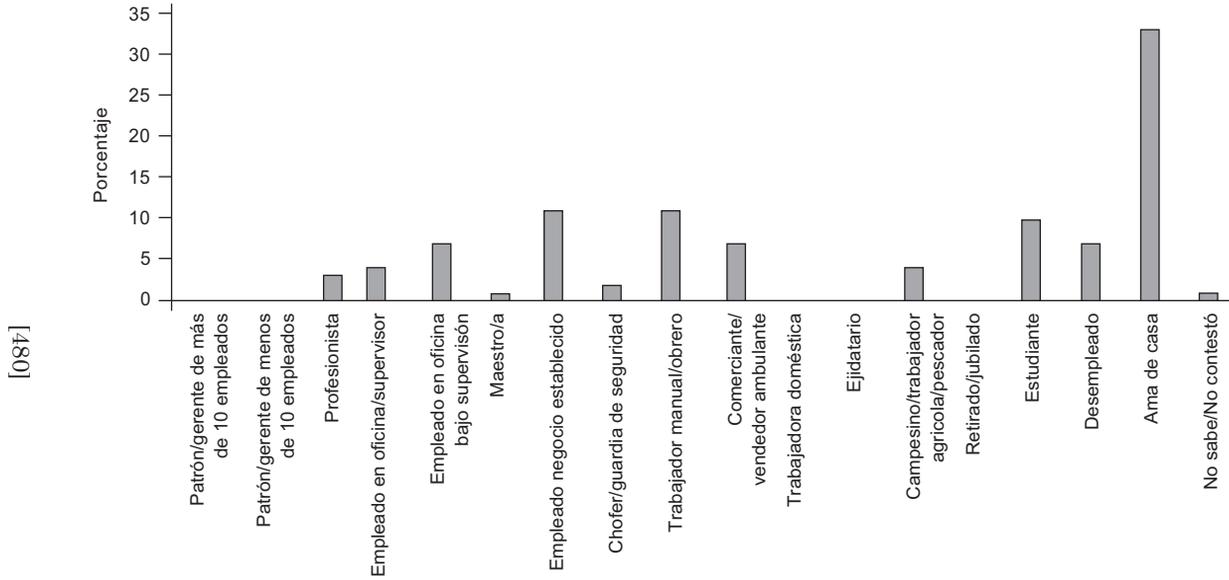
Cuadro 5. Programas mencionados en beneficio del electorado a cambio del voto condicionado

<i>Programas</i>	<i>Menciones</i>
70 años y más	6
Apoyo a mujeres trabajadoras	2
Ayuda a tercera edad	1
Leche Liconsa	1
Despensa	2
Tarjeta hogar	2
Oportunidades	15
Personas con beneficio en la presidencia	1
Presidente municipal	1
Procampo	1
Promesa de cargo si ganaba el PAN	1
Seguro Popular	23
Seguro Social	1

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Es necesario comentar que estas encuestas presentan dificultades para compararlas entre sí, como también con la elaborada por Gómez Tagle *et al.*, ya que cada una establece rangos de edades diferentes para lo que entienden por población “joven”, y porque todas ellas fueron aplicadas en tiempos distintos (las muestras aleatorias no deberían ofrecer mayor problema pero los resultados sobre los perfiles de los encuestados son sumamente distintos).

Gráfica 11. Ocupación de los jóvenes encuestados



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES EN LA POLÍTICA

El sondeo del Instituto Mexicano de la Juventud muestra que la participación de los jóvenes en la política ha sido mínima debido a varios factores: la desconfianza hacia los políticos, la apatía, el poco interés en las organizaciones, etc. Según este sondeo, el poco interés por la política es resultado de la “referencia a un sistema político que se percibe integrado de funcionarios deshonestos (37.4%), la indiferencia (22.8%) y la percepción de una falta de comprensión de los temas políticos, que deriva en el aislamiento o evasión del tema (22.7%), y la falta de tiempo (13.6%)” (IMJUVE-IIJ, 2012).

Por otro lado, la participación de los jóvenes en alguna organización, asociación, grupo o movimiento es mínima si observamos los datos de la encuesta “92.6% de los jóvenes dijo no participar en alguna, un 3.3% indicó participar a veces, y solamente un 1.9% de encuestados señaló hacerlo de manera permanente. Estos dos últimos sumados dan un 5.2% de encuestados que participan en alguna asociación, grupo o movimiento” (IMJUVE-IIJ, UNAM, 2012).

La encuesta con base en la cual elaboramos este texto permite cotejar el comportamiento cívico-político mostrado por jóvenes y adultos, ya que como estrategia de levantamiento se entrevistaron adultos (1 280 casos) que vivían con los jóvenes encuestados. Aun cuando las diferencias entre ambos (particularmente en cuanto a consumo y cultura) son usualmente evidentes, aquellas ubicadas en el campo socio-político se presuponen como resultado de las primeras. La cuestión es que se requiere de comparaciones para el establecimiento de dichas diferencias, las cuales en muchos casos, no tienen validez estadística. Por ejemplo, se puede emplear la Encuesta Nacional de Cultura Política 2010 (ENCUP) y diferenciar los resultados por rangos de edad para reali-

zar comparaciones, pero siendo una muestra con representación nacional y no por grupos de edad, los resultados no son estadísticamente confiables.

Esta encuesta tuvo además una pregunta de opinión interesante que vincula un tema canónico de la participación y la democracia, referente a las preferencias por un gobierno democrático respecto de cualquier otro. Como resultado 61.5% mencionaron preferir la democracia como forma de gobierno en comparación con cualquier otro sistema, contra 17.8% que prefirió uno no democrático. Además, mostró una baja simpatía por los partidos políticos. 45.2% no simpatiza con ninguno, 25% lo hace con el PRI, 11.9% con el PAN, y 10.4% con el PRD.

En la encuesta se les preguntó a los jóvenes qué calificación otorgaban a la democracia en México. El resultado fue de 6 sobre 10. Asimismo, se les consultó sobre su opinión acerca de los partidos políticos y su afiliación con ellos. La gran mayoría respondió no tener afiliación (45.2 por ciento).

La segunda estrategia se dirige a determinar si el ejercicio partidario-gubernamental de diferentes ámbitos de persistencia electoral o competencia entre partidos influye en la forma en que jóvenes y adultos se comportan en el espacio público.

COMPRA DEL VOTO, COACCIÓN, CLIENTELISMO Y ACTOS ILEGALES

En esta sección procedemos a describir y analizar los resultados de las respuestas sobre la compra del voto así como otras acciones ilícitas.

Más de 92% de los jóvenes entrevistados mencionó que ningún partido político o candidato le había ofrecido alguna tarjeta o servicio a cambio de que apoyara a un partido o candidato en las elecciones, contrastando con el 7% restante

al que sí le ofrecieron algún servicio o apoyo económico para participar en el proceso electoral. De esa proporción de jóvenes, 5% reportaron que los partidos políticos fueron quienes les ofrecieron algún servicio, y 2% que fueron los candidatos (véase gráfico 12).

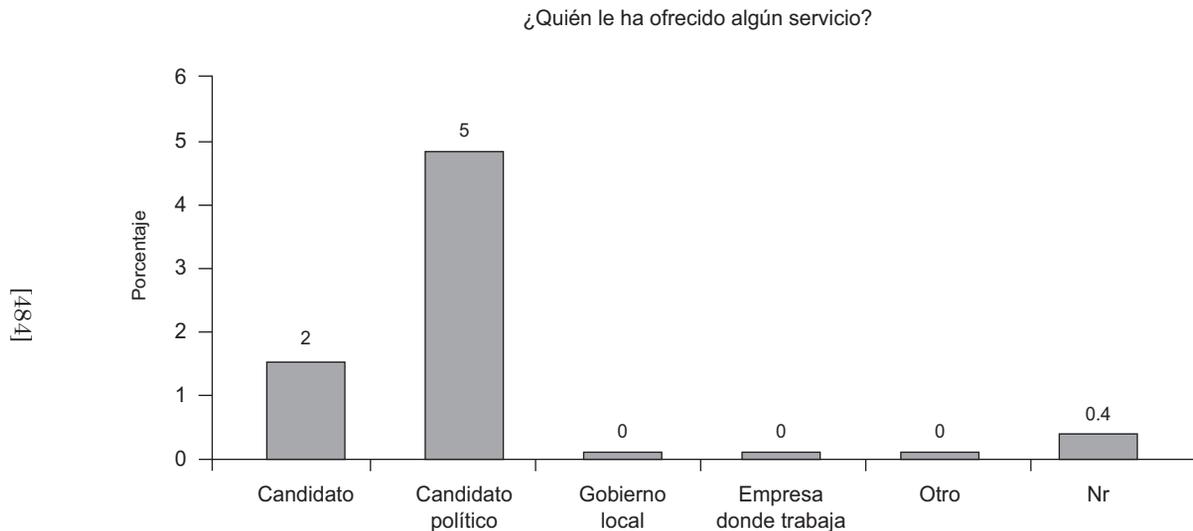
LA PRÁCTICA DE COMPRA DE VOTO

El conocimiento de los delitos electorales se concentra principalmente en la compra del voto, que ha sido una de las demandas ciudadanas y de los partidos con más diseminación.

Después de realizar una serie análisis estadístico de correlaciones para conocer si existen algunas variables asociadas con la compra del voto o con otras actividades ilícitas, identificamos tres variables potencialmente asociadas a los delitos electorales; observamos que éstas tienen entre sí correlaciones positivas directas. La finalidad de la correlación estadística es ayudar a determinar el coeficiente de asociación o dependencia que existe. En este análisis, la herramienta fue utilizada para explorar las nociones que los ciudadanos jóvenes tienen sobre delitos electorales, que a su vez pone a prueba su credibilidad en las instituciones electorales y partidos políticos. Las tres variables asociadas son: 1. ¿Algún partido político o candidato le ha ofrecido alguna tarjeta o servicio a cambio de su apoyo en estas elecciones?; 2. Si se enterara o presenciara un delito electoral, ¿lo denunciaría?; 3. Para usted ¿qué es un delito electoral?

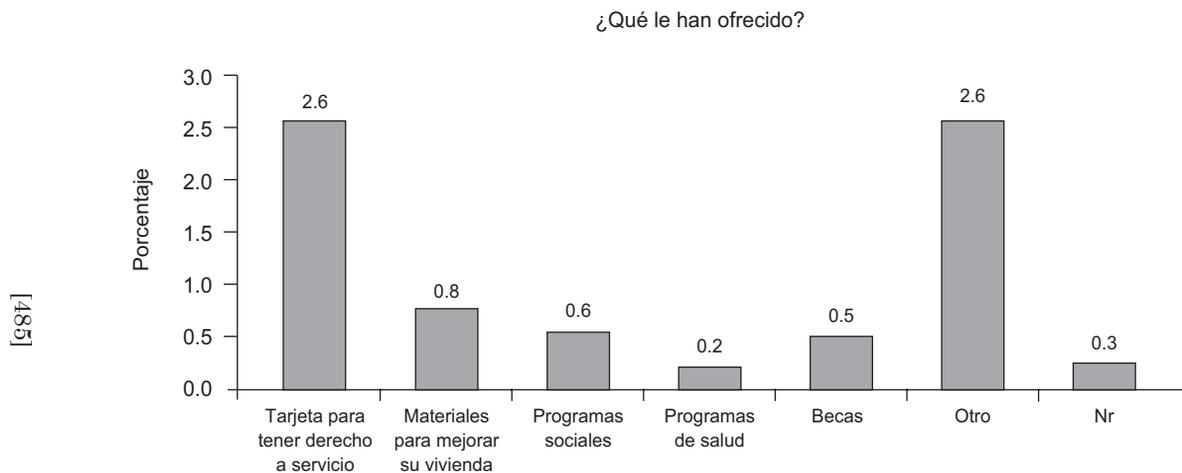
El cuadro 6 muestra la distribución de respuesta que los jóvenes tienen sobre qué es un delito electoral. En su opinión, comprar votos, robarlos de las urnas y venderlos, son delitos electorales. Juntos concentran el 62.6% de las respuestas; además, las contestaciones que implican la compra y venta del voto representan más del 45%. Esto implica que

Gráfica 12. Actores políticos que les ofrecieron algún servicio a los jóvenes que dijeron haber recibido alguna oferta a cambio de su apoyo en las elecciones



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Gráfica 13. Prebendas ofrecidas a los jóvenes que dijeron haber recibido alguna oferta a cambio de su apoyo en las elecciones



Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

Cuadro 6. Para usted, ¿qué es un delito electoral?

<i>Respuesta</i>	<i>Porcentaje</i>
Comprar votos	33.5
Robar los votos de las urnas	17.4
Vender el voto	11.7
Falsificar credenciales	8.5
Hacer trampa con las boletas electorales	5.3
Amenazar a la gente para que vote por un partido	5.0
No sabe	4.1
Hacer trampa en las casillas	3.5
Utilizar el padrón electoral a favor de un partido	3.4
Otros	2.4
Cuando un partido no cumple las leyes que se estipulan en las campañas	1.8
Violar la ley de elecciones	1.4
No cumplir con reglas establecidas	1.2
Nr	0.7
<i>Total</i>	<i>99.9</i>

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

al menos 4 de cada 10 jóvenes encuestados piensan que el acto de comprar o vender votos es un delito electoral. Asimismo, al preguntarles si denunciarían el delito en caso de enterarse o presenciarlo, 72% respondió que sí y 28% dijo que no lo haría.

La mayoría de las respuestas de los jóvenes demuestran pleno conocimiento sobre aquellas acciones que implican un delito electoral, además, la mayoría coincide en que denunciaría el hecho en dado caso de que fuera testigo o bien cuando tuviera conocimiento de estos hechos; sin embargo, este discurso entra en contradicción cuando al en-

cuestado se le interrogó si algún partido político o candidato le había ofrecido algún tipo de tarjeta o servicio a cambio de su “apoyo” en las elecciones. Si bien el porcentaje de respuestas afirmativas representa cerca del 10%, al momento de aplicar el modelo de correlación se halló una asociación positiva directa entre las tres variables mencionadas.

En el cuadro 7 presentamos los valores de r para las tres preguntas. Éstas guardan una correlación positiva entre sí, pues al asociarlas de forma contingente, se obtiene una relación positiva en todos los casos. Si bien el coeficiente es débil, éste demuestra que existe una pequeña relación entre el conocimiento del delito electoral, su denuncia y la práctica del mismo. No obstante, la mayoría de los jóvenes entrevistados saben que las acciones vinculadas con la compra o venta de votos son un delito, algunos de ellos han recibido algún tipo de “servicio” a cambio de “apoyo” para un candidato o partido político.

De los jóvenes que afirmaron haber recibido algún tipo de “servicio” a cambio de “apoyo” para un candidato o partido político, 60% son mujeres y 40% varones, los cuales viven en las principales zonas metropolitanas de México. Cerca del 45% de los encuestados habita en las principales ciudades del país, como Guadalajara, Monterrey y el Distrito Federal; 15% reside en las zonas metropolitanas ubicadas en el centro del país, en las principales ciudades de los estados de Puebla, Tlaxcala, Guanajuato y Morelos. El porcentaje sobrante de entrevistados (40%) vive en el resto de las zonas urbanas del país.⁷

En cuanto a la escolaridad de este grupo, 34% respondió que cuenta con educación básica (primaria y secundaria), 44% afirmó haber cursado el nivel medio superior (bachillerato o equivalente) y 20% cuenta con estudios pro-

⁷ El porcentaje que declaró haber recibido ayuda del gobierno es de 8 por ciento.

Cuadro 7. Coeficiente de correlación entre variables vinculadas al delito electoral

		¿Algún partido político o candidato le ha ofrecido alguna tarjeta o servicio a cambio de su apoyo en estas elecciones?	Si se enterara o presenciara un delito electoral, ¿lo denunciaría?	Para usted, ¿qué es un delito electoral?
	Correlación de Pearson	1	0.144**	0.107**
	Correlación de Pearson	0.144**	1	0.230**
	Correlación de Pearson	0.107**	0.230**	1
	N	3 466	3 466	3 466

Fuente: Elaboración propia con base en la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (Colmex-UAM-IFE).

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

fesionales. La mayor parte se dedica a estudiar, al hogar o son empleados. El grupo etario donde se concentra el mayor porcentaje corresponde al de 20 a 24 años con 43%; le sigue el grupo de 25 a 29 con 36% y finalmente, con 21%, se ubican los jóvenes de 18 y 19 años.

DISCUSIÓN

En concordancia con el capítulo de Héctor Tejera y parcialmente con el completo reporte de la encuesta, el análisis busca encontrar explicaciones a ciertas conductas en dos grupos de la población estudiada, la de jóvenes y de adultos. Por este motivo compara varias de las acciones y percepciones de los jóvenes con aquellas que muestran los adultos que conviven en el hogar. En nuestro ejercicio de contrastación, las diferencias fueron mínimas y no resultaron estadísticamente significativas. Esto implica que no podríamos concluir que existe una subcultura juvenil específica dentro de la muestra de ciudadanos estudiada. Asimismo, la muestra del estudio presenta algunos rasgos que sobrerrepresentan a grupos sociales urbanos con una escolaridad superior al promedio, así como con condiciones de vida aparentemente superiores al resto de la población. Esto podría explicar la tendencia a reportar una intención de voto muy alta, así como el conocimiento de ciertos hechos, actores y procesos de las elecciones. Si bien pareciera ser una población relativamente mejor informada, tampoco presenta un interés superior o especial en la política y en los gobernantes. Por el contrario, se comporta en la misma forma que los adultos y que en otros estudios previos. Pero esta aparente apatía tiene un sentido distinto, ya que en realidad el estudio muestra que existen numerosas prácticas participativas no directamente vinculadas con la política gubernamental.

Nuestros hallazgos tratan de mostrar los factores influyentes en la construcción de cada una de las dimensiones de

la “socialización legal”. Es interesante que las respuestas muestran la conformidad con la ley, y que la legitimidad de las autoridades es alta. En gran medida, son los tipos de relaciones que la autoridad establece con ellos y las conductas de los gobernantes, las que erosionan su legitimidad y, por ende, la conformidad con la ley y cualquier idea de colaboración con ella. Además de que la percepción de los actos políticos es mala, la impresión de la pertinencia de la ley será muy baja, siendo una clave de lectura importante en nuestro contexto en los esfuerzos por explicar el delito juvenil. El hecho más notorio es que un grupo que adujo conocer las reglas y las leyes también mostró la práctica de aceptar o participar en acciones ilícitas.

Cabe preguntarse ¿qué ocurre cuando las personas aceptan actos ilícitos? Por ejemplo: las autoridades que proponen las reglas deciden cuándo y cómo aplicar la ley de acuerdo con su propio interés. La población reconoce que los poderosos quebrantan la misma, pero también reconoce que algunos gobernantes ofrecen programas y servicios públicos de manera clientelar e ilícita a cambio del voto, y un pequeño grupo está de acuerdo con esta conducta.

En este caso, percibimos que existe una “disonancia jurídica” en el modo en que la ley es aplicada. La forma como las autoridades administran la ley no está en correspondencia directa con la norma general, y las sanciones (su severidad o su benevolencia) tampoco están en correspondencia con la importancia (gravedad) de la falta, especialmente cuando un político o rompe una regla. Varios de los jóvenes que respondieron esta encuesta rechazan esta aplicación discrecional de la norma. Empero, otros más extraen consecuencias o razonamientos generales de estas acciones que los llevan a incurrir en actos ilícitos (incluso, el conocimiento es concorde con la ley y lo que sería de esperarse de una cultura cívica-democrática). Este comportamiento, por lo tanto, no es peculiar de los procesos electorales, sino de otro conjunto

de normas asociadas con actos ilícitos, como hurtar, comprar mercancía robada o no pagar impuestos. Tenemos entonces un ejemplo más que podría indicar una subcultura de la población asociada a una conducta cínica o disonante. La pregunta seguirá siendo si es propia de este grupo de edad o si es parte de una tendencia más amplia entre los ciudadanos.

BIBLIOGRAFÍA

- ALMOND, A. y S. VERBA (1963), "The Civic Culture", *An Approach to Political Culture*, cap. 1, Princeton University Press.
- ALVARADO, Arturo (2015a), "Actividades ilegales en las elecciones", *Elecciones en México: Cambios permanencias y retos*, México, El Colegio de México/INE, mimeo.
- (2015b), "Nociones de justicia, legalidad y legitimidad de las normas entre jóvenes de cinco países de América Latina", *Sociedade e Estado*, Brasil, vol. 30, núm. 1, enero-abril, pp. 75-97.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (2012), "Jóvenes mexicanos en procesos electorales", *En contexto*, núm. 21, pp. 1-14.
- Consejo Nacional de Población (CONAPO) (2010), *La situación actual de los jóvenes en México*, México, CONAPO.
- Diario Oficial de la Federación (2013), *Programa Sectorial de Gobernación 2013-2018*, México, Secretaría de Gobernación.
- EASTON, D. (1968), *Política moderna: un estudio sobre la situación de la ciencia política*, México, Editorial Letras.
- ECHARRI, C. y J. PÉREZ AMADOR (2007), "En tránsito hacia la adultez: eventos en el curso de vida de los jóvenes en México", *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol. 22, núm. 1, México.
- GÓMEZ TAGLE, Silvia, H. TEJERA y J. AGUILAR (2013), *Informe de la encuesta "La cultura política de los jóvenes en México" para el Instituto Federal Electoral*, México, El Colegio de México/Instituto Federal Electoral.
- HANSEN, R. (1973), *La política de desarrollo mexicano*, México, Siglo XXI.

- HOGAN, D. P. (1978), "The Variable Order of Events in the Life Course", *American Sociological Review*, 43(4): 261.
- (1980), "The Transition to Adulthood as a Career Continuity", *American Sociological Review*, 45(2): 261.
- HOGAN, D. y N. ASTONE (1986), "The Transition to Adulthood", *Annual Review of Sociology*, 12: 109-130.
- Instituto Mexicano de la Juventud e Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (2012), *Informe sobre la Encuesta Nacional de Valores en Juventud*. Disponible en: <<http://www.juridicas.unam.mx/invest/areas/opinion/envaj/pdf/resumen.pdf>>.
- Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (2010), *Censo de población nacional. México 2010*, México, INEGI.
- (2012), *Encuesta Nacional de Cultura Política 2012*, ENCUP 2012, México.
- Instituto Nacional Electoral (2014), *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México*, México, INE, El Colegio de México.
- MIER y TERÁN, M. (2004), "Pobreza y transiciones familiares a la vida adulta en las localidades rurales de la península de Yucatán", *Población y Salud en Mesoamérica*, Revista electrónica, vol. 2, núm. 1. Disponible en: <<http://ccp.ucr.ac.cr/noticias/conferencia/pdf/mier.pdf>>.
- (2009), *El proceso de formación de las parejas en México*, México, Siglo XXI/ Universidad Nacional Autónoma de México.
- MORA SALAS, MINOR, Orlandina de OLIVEIRA (2009), "Los jóvenes en el inicio de la vida adulta: trayectorias, transiciones y subjetividades", *Estudios Sociológicos*, vol. XXVII, núm. 79, pp. 267-289.
- REGUILLO, Rossana (2003), "Ciudadanías juveniles en América Latina", *Última Década*, 11(19): 23-56.
- Secretaría de Educación Pública, Instituto Mexicano de la Juventud e Instituto de Investigaciones Jurídicas (2012), *Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012*, México, SEP.
- SOMUANO, Fernanda (2013), *Democracia, abstencionismo y participación no electoral*, México, Centro de Estudios Sociológicos-El Colegio de México.
- (2014), *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en*

- México*, México, El Colegio de México y el Instituto Federal Electoral.
- URBINA, Gustavo A. (2014), “De jóvenes a adultos y de estudiantes a ciudadanos: Un estudio sobre la relación entre el proceso de activación cívica y la transición a la vida adulta en jóvenes universitarios de la Ciudad de México”, tesis para optar por el grado de doctor en Ciencia Social con especialidad en Sociología, México, Centro de Estudios Sociológicos-El Colegio de México.
- VALENZUELA, José Manuel (1997), “Culturas juveniles, identidades transitorias. Un mosaico para armar”, *JÓVENES, Revista de Estudios sobre Juventud*, año 1, núm. 3, México, CIEJ.
- VERBA, Sidney *et al.* (1995), *Voice and Inequality: Civic Voluntarism in American Politics*, Cambridge, Cambridge University Press.
- VERBA, S., N. BURNS y K. LEHMAN SCHLOZMAN (1997), “Knowing and Caring About Politics: Gender and Political Engagement”, *The Journal of Politics*, núm. 59, pp. 1051-1072.
- VERBA, S., N. BURNS y K. LEHMAN SCHLOZMAN (2003), “Unequal at the Starting Line: Creating Participatory Inequalities Across Generations Among Groups”, *The American Sociologist*, núm. 34, pp. 45-69.

REFLEXIONES EN TORNO AL MÉTODO.
ENCUESTA NACIONAL DE CULTURA POLÍTICA
DE LOS JÓVENES 2012

JAIME RAMÍREZ*
SILVIA GÓMEZ TAGLE**

INTRODUCCIÓN

El proyecto sobre “Cultura política de los jóvenes en México” busca ahondar en las dinámicas en torno a la participación política de los jóvenes y los adultos mexicanos en el contexto de las elecciones presidenciales de 2012, así como en el proceso de configuración de identidades partidarias o preferencias electorales, desde la perspectiva de la cultura política.

La investigación se sustenta en cuatro fases: la primera, que parte del análisis estructural de la política mediante la identificación de zonas donde existen núcleos duros¹ de los

* Maestro en Urbanismo, por la Universidad Nacional Autónoma de México. Coordinador de Sistemas de Información Geográfica de El Colegio de México. Línea de investigación: Métodos cuantitativos, estadística, demografía, análisis espacial e indicadores con temas urbanos y ambientales. Correo electrónico: <jrm@colmex.mx>.

** Doctora en Antropología por el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Profesora-investigadora de El Colegio de México. Línea principal de investigación: Antropología política, procesos electorales, en México y América Latina. Correo electrónico: <sgomez@colmex.mx>.

¹ Esta identificación tomó en cuenta sólo al contexto urbano. En este

partidos y aquellas donde predomina la volatilidad electoral, caracterizándolas mediante el peso y las tendencias estadísticas de dichas regiones en relación con los resultados de las elecciones federales; la segunda, que se inserta en el estudio de las características sociopolíticas y las relaciones sociales que dan lugar a ciertas formas de expresión política (cultura política); la tercera, en que se integran los resultados dados en las dos primeras fases, con el propósito de elaborar y aplicar una encuesta nacional sobre cultura política y participación electoral para analizar el comportamiento político de los mexicanos frente a las elecciones y los partidos, y en particular el de los jóvenes; y la cuarta y última fase, donde se hace un estudio más detallado de los resultados de los diferentes niveles de análisis.

Como punto de partida mostramos la metodología que sirvió para llevar a cabo la evaluación de los aspectos cuantitativos del estudio.

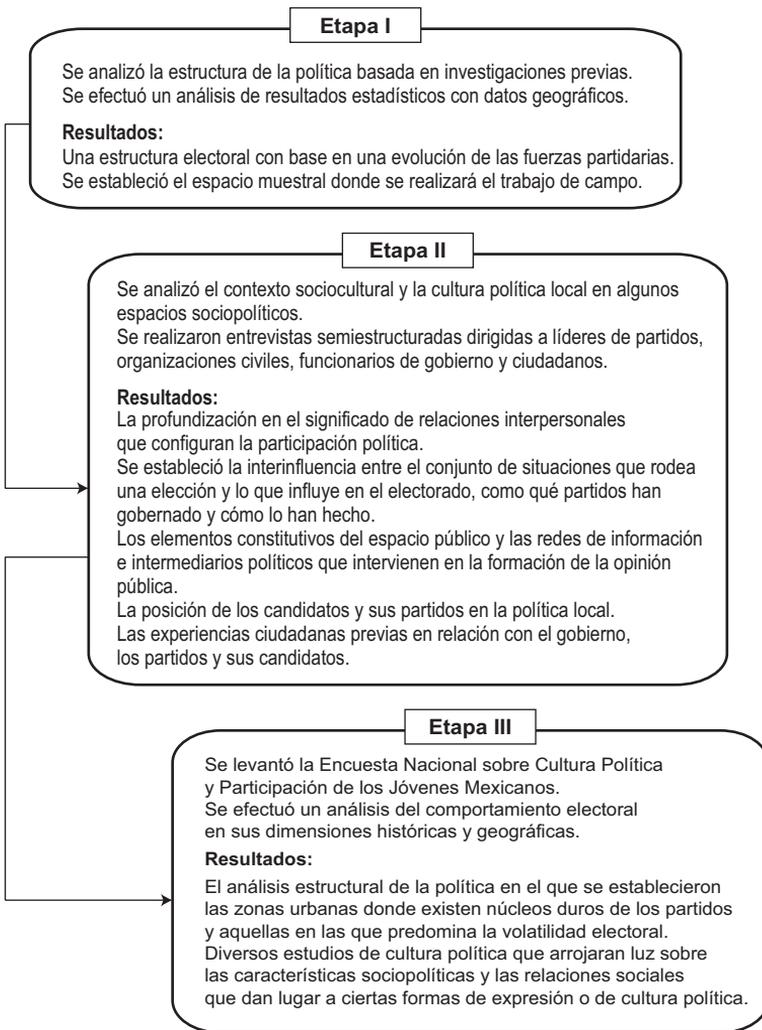
METODOLOGÍA

El proyecto se desarrolló en tres etapas distintas con estrategias diferentes en cada una para analizar el problema de la cultura política. El esquema 1 expresa estas etapas de evolución.

La encuesta levantada en la tercera etapa tiene el propósito de: *a*) explicar por qué y cómo participan los jóvenes y los adultos en las elecciones como votantes, espectadores o actores de la política; *b*) conocer las experiencias y percepciones de los ciudadanos respecto de las instituciones electorales encargadas de organizar y garantizar el desarrollo y la legalidad de los procesos electorales; *c*) entender de qué

sentido, al hablar de núcleos duros nos referimos a espacios donde no hay variación de votos de partido, la supremacía de uno se ha mantenido a través del tiempo.

Esquema 1



Fuente: Resultado del análisis de *clusters* (Hair, 1999: 42) del promedio histórico de votos por partido de diputados federales. Véase el capítulo “La empatía de los jóvenes en las elecciones de 2012: un acercamiento a la geografía de la cultura política”.

forma se relacionan estos ciudadanos con los actores políticos institucionales y no institucionales, particularmente los partidos políticos y los candidatos en el proceso electoral de 2012, pero también los movimientos sociales y organizaciones formales, aun cuando no políticas; *d*) ofrecer información sobre la cultura política de los mexicanos, diferenciada por grupos de edad, regiones y contextos políticos y socioeconómicos diversos; y *e*) describir los elementos constitutivos de la legitimidad electoral, tanto procedimental como subjetiva, expresada como confianza en los actores y las instituciones involucradas en el proceso.

Los datos que ofrece la encuesta sirven para identificar las características particulares de la cultura política de los jóvenes y también para comparar esta cultura juvenil con la cultura de los adultos que viven en su mismo entorno socioeconómico. De esta forma se podrá establecer si hay una influencia de cultura política con los grupos de edad jóvenes, o grupos de pares, en contraste con adultos que viven y trabajan en el mismo contexto social, donde existen otros factores culturales y de poder que configuran la cultura política matizada por las estructuras de poder y las configuraciones culturales regionales. Debido a esto, la encuesta se realizó en una muestra de hogares donde sólo habitan jóvenes y donde habitan jóvenes que conviven con adultos. Ambos grupos fueron entrevistados.

En principio, partimos de la idea de que los jóvenes conforman sus identidades políticas como una expresión de su diferencia, para desligarse de la tradición parental, lo cual puede significar una ruptura entre las preferencias electorales de los padres y de las nuevas generaciones. No obstante, dichas preferencias electorales expresadas en la votación por un partido no implican, en realidad, que estamos en presencia de una cultura política diferente. Los partidos en México se han adaptado en muchos aspectos a la cultura política del PRI, después de los cambios que permitieron la

competencia y la alternancia electoral. Se podría decir que todos aprendieron a jugar bajo las mismas reglas que dejaron setenta años de gobierno del partido hegemónico.

La pregunta central ha sido: ¿las prácticas políticas de los jóvenes están matizadas con las estructuras de poder y las configuraciones de las culturas políticas regionales? De ella se derivan otras como: ¿qué tipo de relaciones con el poder y sus instituciones guardan los ciudadanos en un proceso electoral?, y ¿son estas relaciones de reconocimiento de legitimidad procesales o de confianza? Para contestar estas preguntas, como fue mencionado antes, se realizó simultáneamente el estudio de los jóvenes y los adultos que conviven en un mismo domicilio, dado que estamos convencidos de que la información sobre los jóvenes adquiere sentido sólo si se puede comparar con la población adulta que comparte un mismo contexto socioeconómico y cultural.

LA DEFINICIÓN DE LAS ÁREAS METROPOLITANAS Y URBANAS COMO MARCO GEOGRÁFICO DE LA INVESTIGACIÓN

La base cartográfica ocupada para el marco geográfico corresponde a una actualización realizada en 2012, misma que el entonces Instituto Federal Electoral (IFE) liberó a nivel de secciones electorales para seguir el proceso electoral de ese año. La elección de las secciones tipificadas por comportamiento electoral histórico que se tomaron para la construcción de la muestra de la encuesta se hizo con base en una construcción previa elaborada por Gómez Tagle (2003) para todo el país. El conjunto de datos del estudio mencionado corresponde a 68 748 secciones que muestran el comportamiento respecto a su preferencia partidista preponderante a lo largo de 15 años (1994 a 2009). Para ello se utilizó una técnica estadística multivariada denominada análisis

de *cluster*,² que consiste en clasificar objetos en grupos diferenciados entre sí, pero homogéneos en el interior debido a las características de los elementos que conforman cada grupo. Para la construcción de los conglomerados se hicieron varias consideraciones previas. Los criterios para el análisis geográfico: se decidió hacer una encuesta exclusivamente urbana, dadas las grandes diferencias que hay en comportamiento político entre las zonas urbanas metropolitanas, ciudades medias y pequeñas y el mundo rural. También se consideró que los municipios no son espacios geográficos comparables en virtud de la enorme diversidad que presentan en distintas entidades federativas. Hay algunas con muy pocos municipios de grandes extensiones, otras con cientos de pequeños municipios y otras más donde coexisten municipios muy extensos —en donde hay zonas urbanas y rurales— y otros muy pequeños, tanto en extensión como en población; más aún, hay municipios que no tienen continuidad geográfica.

Por todo esto se decidió usar un criterio mixto, que combina los datos al nivel municipal del INEGI con datos por sección electoral definidas por el IFE (ahora INE), las cuales sirven para realizar todas las tareas de organización de las elecciones locales y federales, porque además son la base para identificar a todos los ciudadanos con derecho al voto. En esta investigación se incluyeron sólo las ciudades determinadas como zonas metropolitanas según el INEGI, a las que se agregaron las ciudades “grandes”, definidas como aquellas que tienen más de un distrito electoral federal, y por su importancia política, todas las capitales de los estados.

Con este criterio se elaboró un territorio virtual que denominamos “áreas urbanas y metropolitanas”, el cual inclu-

² El término *cluster* se aplica para denominar en español a “grupos” o “conglomerados”. En nuestro caso, será indistinto utilizar el término en español o en inglés.

ye a 76 centros urbanos que forman un universo de 32 068 secciones electorales cartográficas³ (véase el mapa 1). Los centros de población antes mencionados cumplen con al menos una de estas tres condiciones básicas: ser una zona de las definidas por el INEGI como zonas metropolitanas en 2005,⁴ de aquí se tomó a 56 de ellas ser ciudades con dos o más distritos electorales⁵ 11 fueron consideradas por esto; y ser la ciudad capital de una entidad federativa —aun sin cumplir con los dos criterios anteriores—, así se anexaron 9 más (véase el anexo).

De los municipios considerados como urbanos, ya sea por formar parte de una zona metropolitana o por albergar una ciudad importante, se seleccionaron únicamente las secciones urbanas continuas, partiendo de la limitación municipal que conforma la ciudad. Por ejemplo, en el mapa 2 se observa cómo se selecciona a las secciones continuas y más urbanizadas de la ciudad de Guadalajara, en el estado de Jalisco⁶.

Esto evitó caer en la distorsión entre lo urbano y lo rural que producen los municipios con una pequeña parte de su territorio urbanizado y una extensa zona rural; se utilizó el criterio de “secciones urbanas” usado por el IFE al organizar la elección de 2009. Esta clasificación de las secciones electorales

³ Del total de 32 068 secciones cartográficas, había 3 377 que carecían de información. Para solventar este vacío, de los promedios de la votación de cada partido en el periodo utilizado, se obtuvo el promedio de las votaciones por partido de las secciones que tenían información completa, asignando este valor a las secciones carentes de información para que pudieran entrar a la clasificación utilizando la técnica de conglomerados.

⁴ Se tomó el año de 2005 debido a que el estudio comenzó antes de que se llevara a cabo el censo del 2010.

⁵ El criterio para conformar un distrito electoral se basa en el tamaño de la población basado sobre el principio fundamental de democracia representativa de la equidad del voto, que será aproximadamente mayor a 160 000 electores.

⁶ El software utilizado para construir la base cartográfica es el ArcGis 10.1. Se utilizó también el ArcView 3.2 para ilustrar resultados.

Mapa 1. Ubicación de las 76 áreas metropolitanas del país



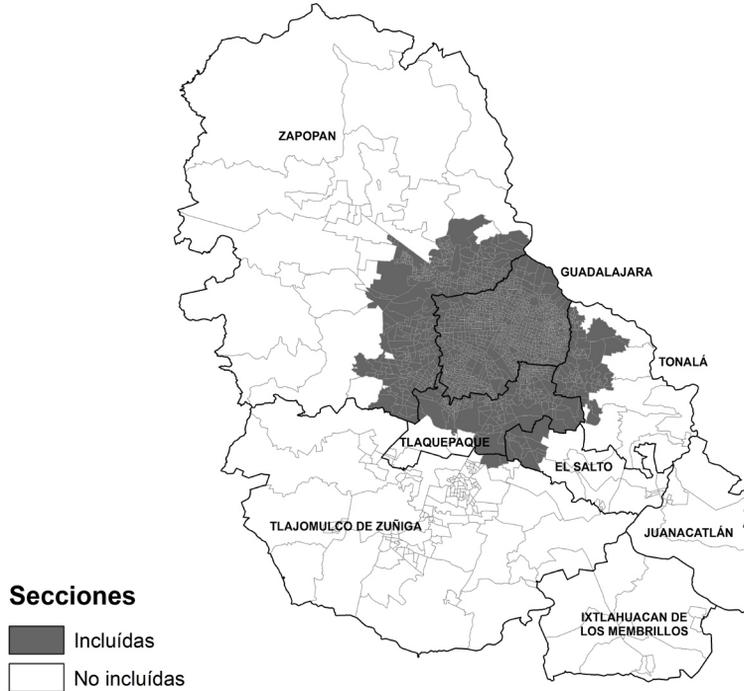
[502]

Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex, IFE.

Mapa elaborado por Jaime Ramírez, Departamento de Geografía Digital, El Colegio de México.

Mapa 2. Delimitación de Áreas urbanas

[503]



Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex, IFE.

Mapa elaborado por Jaime Ramírez, Departamento de Geografía Digital, El Colegio de México.

es actualizada para cada elección en campo, porque tiene que ver con vías de comunicación y accesibilidad para organizar el proceso electoral, desde la capacitación hasta la recolección de los paquetes electorales.

CARACTERIZAR EL COMPORTAMIENTO ELECTORAL EN ESTAS ÁREAS METROPOLITANAS DE 76 CIUDADES

Además de las diferencias en el comportamiento político entre las zonas urbanas y rurales, se consideró que otra característica geográfica que puede considerarse como “indicador de un tipo de cultura política” es el comportamiento electoral, por lo que es importante identificar la tendencia en las votaciones, que muchas veces es recurrente a lo largo de los años, y otra es que presenta variaciones significativas de elección en elección. La hipótesis que subyace es que las estructuras partidarias, muchas veces vinculadas a los poderes locales, ejercen una influencia fuerte sobre los votantes que lleva a mantener la lealtad por un candidato a pesar de sus características personales o la influencia de los medios de comunicación y los actos de campaña, lo que puede significar una especie de predeterminación para votar a favor de una opción electoral, lo cual opera principalmente en el medio rural, pero puede persistir aun en el medio cultural de las grandes ciudades.

Por estas razones se decidió utilizar el estudio histórico del comportamiento de los ciudadanos en elecciones federales legislativas en todas las secciones de las Áreas metropolitanas, y con esta información definir territorios del voto con diferentes patrones. Se utilizaron las elecciones legislativas federales por varias razones: primero porque las elecciones federales obedecen a un mismo esquema de reglas y oportunidades en todo el país, lo cual permite comparar diferentes regiones; y segundo, a las elecciones de diputados se

les dio preferencia porque en éstas los candidatos importan muy poco, mientras que el resultado más o menos exitoso depende en gran medida de las estructuras de base de cada partido. Finalmente se analizaron las elecciones de 2000, 2003, 2006 y 2009 porque es el periodo en el que se ha generalizado la competencia electoral en la mayor parte del país, al punto que no se han vuelto a consolidar mayorías legislativas para ningún partido, ni para el del presidente.

Con el fin de identificar los patrones típicos de comportamiento electoral se usó el porcentaje promedio por partido de las votaciones por sección de las últimas cuatro elecciones de diputados federales (2000, 2003, 2006 y 2009).⁷ Las 32 068 secciones de las áreas metropolitanas se clasificaron con el método de conglomerados estadísticos (*cluster*) con el fin de encontrar la similitud en el comportamiento de los votantes respecto de las tres fuerzas políticas principales al nivel nacional. En este sentido, los grupos permiten identificar la tendencia favorable hacia un partido o coalición (PRI, PAN, PRD y partidos afines) con diferente grado de importancia de los otros dos contendientes. Específicamente, la técnica de análisis de *cluster* consiste en formar grupos con elementos que tengan similitudes en el conjunto de variables utilizadas para relacionarlos de manera simultánea. La similitud es la medida de asociación base y se calcula con la distancia que hay sobre las variables entre las observaciones. Particularmente, no importa cómo sea calculada esta similitud (normalmente se usa la distancia euclidiana); lo esencial es que los conglomerados indiquen la pertenencia

⁷ Para ello se parte de la hipótesis de que en elecciones legislativas, más que en presidenciales, entran en juego las estructuras de la política local y de los partidos políticos, por lo que permiten identificar rasgos de la cultura política, más que situaciones coyunturales de una elección presidencial en la que se expresan coaliciones políticas efímeras (pluralismo-alternancia).

al grupo de cada observación. El número de *cluster* a formar dependerá de la evaluación de la medida de similitud que se haga dentro de cada conglomerado, de tal forma que si ésta aumenta, el conglomerado se hace menos similar, lo cual se hace evidente observando el comportamiento de la desviación estándar.⁸ A medida que el número de conglomerados disminuye, la homogeneidad hacia el interior necesariamente mengua. No olvidemos que una estructura simple tenderá hacia la parsimonia y se reflejará en el menor número de conglomerados posibles (para mayor profundidad en el tema refiérase a Hair, 1999).

En el cuadro 1, se observa el procedimiento para formar los *clusters* de preferencia, que responden al promedio de cada partido en ese grupo de secciones en el periodo. Es así como se obtuvieron los cinco grupos siguientes:

El grupo 1 (en sentido horizontal), que se caracteriza por una franca preferencia por el PAN, mantiene una presencia importante del PRI y muy escasa presencia de la izquierda. Aunque las secciones que componen este grupo mantienen una desviación estándar relativamente baja en los promedios de las votaciones de los partidos, en el caso del PRD-IZQ la desviación estándar (3.96) es menor que la del PAN (6.55) y la del PRI (6.52). Esto indica que en conjunto las votaciones del PRD-IZQ en el grupo varían menos con respecto al promedio de 9.20 puntos porcentuales.

El grupo 2, en donde hay una ligera inclinación por el PAN, pero con casi igual presencia del PRI, supondría una zona que está en total disputa entre los dos partidos; además, en ese grupo la izquierda es casi inexistente. Ahí, la variación de las votaciones que tiene el PAN es menor a la de los otros dos partidos, siendo este grupo de secciones

⁸ La desviación estándar consiste en un valor que sirve para estimar un intervalo de confianza a un 95%, sobre el que puede situarse el verdadero valor de la media.

Cuadro 1. Secciones clasificadas por grupo promedio histórico de votación por partido

<i>Tipo de cluster</i>	<i>PAN</i>	<i>PRI</i>	<i>PRD-IZQ</i>	<i>Núm. de secciones</i>	<i>Grupo</i>	<i>Porcentaje de secciones</i>
PAN dominante	53.08	32.06	9.20	7 671	1	23.92
Desviación estándar	6.55	6.52	3.96			
PAN fuerte PRI competitivo	37.41	33.00	22.01	8 696	2	27.12
Desviación estándar	3.98	5.58	4.26			
PRI dominante PAN competitivo	35.26	49.63	9.84	7 059	3	22.01
Desviación estándar	6.61	6.83	3.56			
PRI fuerte IZQ competitiva	20.71	40.33	31.80	2 981	4	9.30
Desviación estándar	5.58	6.45	5.62			
PRD fuerte PAN y PRI poco competitivos	23.23	22.92	43.20	5 661	5	17.65
Desviación estándar	6.12	4.31	5.59			
NAC AMU* PAN y PRI fuertes, IZQ poco competitiva	36.63	35.34	20.92	32 068		100.00
Desviación estándar	12.42	10.70	13.37			

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), "Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

* NAC AMU se refiere al promedio nacional de las Áreas metropolitanas urbanas.

el de mayor homogeneidad en los promedios de votación. Al observar la desviación estándar de los grupos, podemos advertir que el comportamiento del grupo del PAN es más consolidado porque mantiene la menor desviación estándar (3.98), en tanto que para el caso del PRI, se presenta un grupo menos consolidado, con una desviación estándar de 5.58.

El grupo 3 se parece mucho al 1, sólo que en este caso el partido con más ventaja es el PRI y en segundo lugar está el PAN, en tanto que el PRD se mantiene en un lugar distante del conjunto. De acuerdo al comportamiento de las desviaciones estándar, observamos que tanto el PRI como el PAN tienen el mismo nivel de consolidación, con valores muy parecidos (6.61 y 6.83, respectivamente). A pesar de que la izquierda (PRD-IZQ) es el grupo más consolidado del grupo (3.356), su participación es marginal en el conjunto de votaciones.

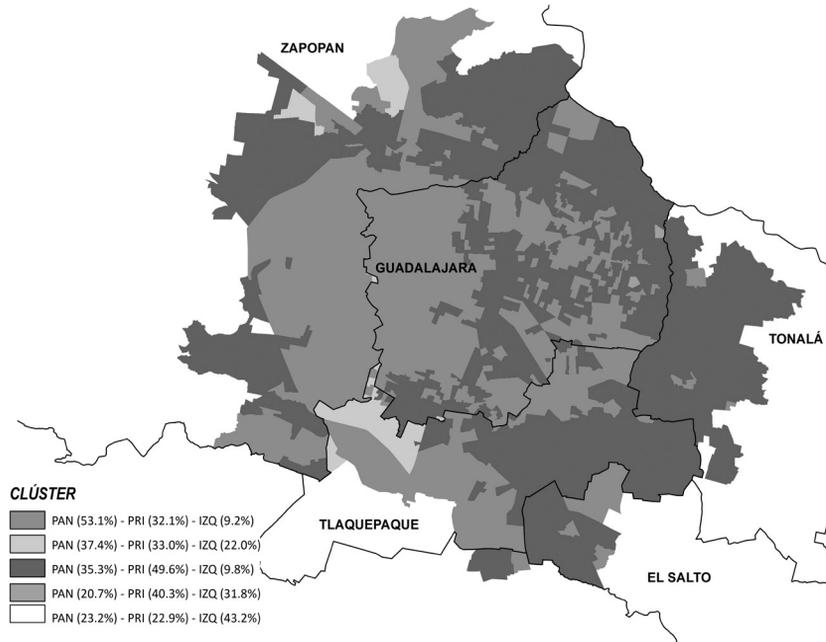
El grupo 4 muestra un comportamiento similar al 3, pero con un porcentaje minoritario del PRI. De igual forma, mantiene porcentajes significativos de la izquierda en segundo lugar y del PAN en tercero en orden descendente. Los valores de la desviación estándar para las tres fuerzas partidistas se mantienen en un rango más o menos homogéneo (5.58, 6.45 y 5.62, respectivamente).

El grupo 5 muestra una franca preferencia por la izquierda, así como un PRI y un PAN bastante competitivos. De acuerdo a los valores de la desviación estándar, observamos que tanto el PAN como el PRD-IZQ mantienen un comportamiento parecido (6.12 y 5.59). A pesar de que el PRI tiene poca participación en este grupo, se observa que mantiene una mayor cohesión en torno a su promedio de votaciones.

En términos geográficos, el comportamiento de estos resultados muestra cómo las Áreas metropolitanas tienden a una hegemonía de partido a lo largo del tiempo, esto visto por los *clusters* formados. En el caso de la ciudad de Guadalajara (mapa 3), el PAN y el PRI han dominado en gran parte

Mapa 3. Comportamiento electoral de la Zona Metropolitana de Guadalajara por *clusters*

[509]

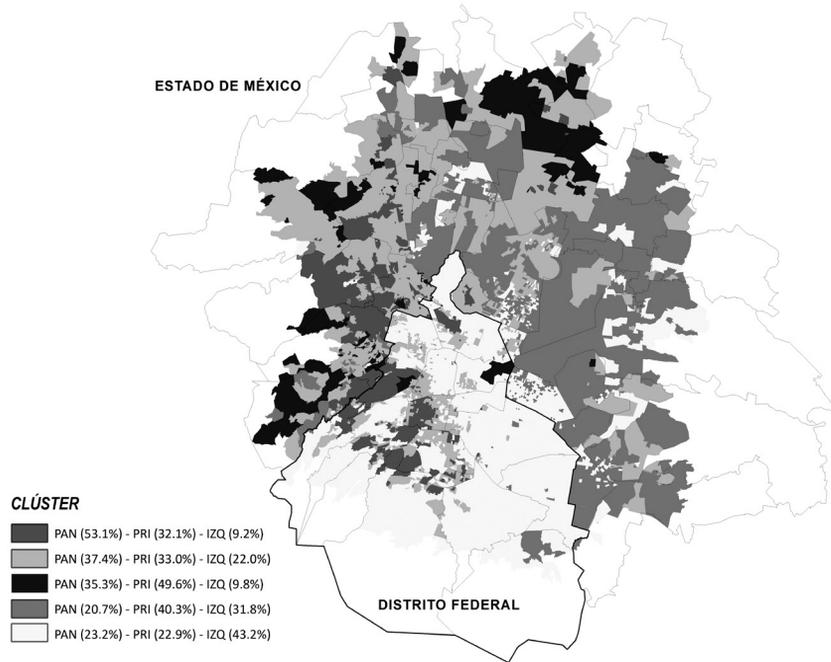


Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex, IFE.

Mapa elaborado por Jaime Ramírez, Departamento de Geografía Digital, El Colegio de México.

Mapa 4. Comportamiento electoral de la Zona Metropolitana del Valle de México por *clusters*

[019]



Fuente: Estadísticas electorales del Proyecto de Geografía Electoral de Silvia Gómez Tagle y Jaime Ramírez, Colmex, IFE.

Mapa elaborado por Jaime Ramírez, Departamento de Geografía Digital, El Colegio de México.

del territorio. Un PAN dominante se observa en gran parte del centro y sur de la ciudad, mientras que un PRI también dominante se concentra principalmente en el oriente pero hay presencia en toda la periferia.

Para el caso de la Zona Metropolitana del Valle de México (mapa 4), aunque están visibles todos los grupos, se nota el predominio de la izquierda en gran parte del territorio del Distrito Federal, y en los municipios conurbados del oriente (Estado de México), se presenta de manera fragmentada. Es importante la presencia del PAN en el poniente del DF, así como el corredor que se forma con los municipios del Estado de México hacia el norponiente del AMVM. La aparición del PRI se ubica en la periferia de manera dominante en colindancia con la parte rural, pero en los municipios que están en el norte de la ciudad pertenecientes al Estado de México se encuentra un PRI fuerte con una izquierda competitiva; esto también se ve en todo el oriente de la Ciudad de México.

MARCO MUESTRAL DE LA ENCUESTA

La información del marco geográfico para realizar la investigación, así como el análisis histórico del comportamiento electoral de las 32 068 secciones de las Áreas metropolitanas, llevó a definir cinco subzonas con un comportamiento electoral diferenciado históricamente que fue la base para el diseño de la muestra para la encuesta. Esta información fue proporcionada al consultor encargado de llevar a cabo el levantamiento de la encuesta. Para ello, *a priori* se fijó un levantamiento de 500 secciones distribuidas en las 76 áreas urbanas. La elección de estas secciones de acuerdo al comportamiento electoral fue a partir de la representación proporcional en el conjunto de los datos (véase el cuadro 2).

Cuadro 2. Distribución proporcional de las 500 SE en muestra, según *cluster*

<i>Concepto</i>	<i>Cluster</i>					<i>Total general</i>
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	
Total SE	7 671	8 696	7 059	2 981	5 661	32 068*
Porcentaje	23.9	27.1	22.0	9.3	17.7	100.0
SE a seleccionar	120	133	1	48	89	500

* Cabe resaltar que para que todas las secciones fueran elegibles en el muestreo, se asignó a las 3 377 secciones electorales que no tenían información (*missing*), el promedio de votación de los partidos en el periodo de la sección de la información que sí contaba con la información completa en todos los registros. De esta manera llegamos al total de secciones geográficas representadas en las zonas metropolitanas (32 068 secciones).

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), “Informe ENCPJ 2012”, México, El Colegio de México, mimeo.

DISEÑO MUESTRAL DE LA ENCUESTA

La Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 se realizó con el diseño de investigadores participantes y la asesoría técnica de Berumen y Asociados, tanto en el diseño del cuestionario como de la muestra aleatoria —tomada en varias etapas— a nivel nacional. Además, esta empresa se hizo cargo tanto del levantamiento en campo de la encuesta como de la captura y tabulación básica.

La selección de las 500 secciones para ser encuestadas se elaboró con base en un muestreo aleatorio simple, identificadas de acuerdo a su localización geográfica, como lo muestra el cuadro 3.

La representatividad estatal en ningún momento fue considerada como parte del marco muestral, por tal razón es preciso mencionar que no debe contemplarse para representar cualquier resultado estadístico. En este sentido, la única característica que si puede considerarse como punto de corte para hacer comparativos son los conglomerados.

POBLACIÓN OBJETIVO
(CONSIDERACIONES DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS)

El objetivo de la encuesta fue conocer las percepciones y el grado de información de los jóvenes mexicanos sobre aspectos de cultura política en el ámbito urbano. La población objetivo estuvo integrada entonces por jóvenes residentes en áreas urbanas del país (76 Áreas metropolitanas) entre 18 y 29 años de edad. Además se entrevistó a un grupo control de adultos de 30 años y más que viven con jóvenes residentes de las mismas áreas seleccionadas en la muestra de los jóvenes.

Cuadro 3. Distribución de secciones electorales en muestra, según entidad federativa y conglomerado

<i>Entidad federativa</i>	<i>Cluster</i>					<i>Total general de SE en muestra</i>
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	
01. Aguascalientes	1					1
02. Baja California	8	10	2			20
03. Baja California Sur				1	1	2
04. Campeche			2			2
05. Coahuila de Zaragoza	2		6			8
06. Colima			2			2
07. Chiapas		11				11
08. Chihuahua	2	3	10			15
09. Distrito Federal	5	8			69	82
10. Durango			6	1		7
11. Guanajuato	27	1	3			31
12. Guerrero				4	3	7
13. Hidalgo		2	4			6
14. Jalisco	14	2	17			33
15. Estado de México	6	42	4	22	11	85
16. Michoacán de Ocampo	3	7			2	12

[514]

17. Morelos		9				9
18. Nayarit	1			3		4
19. Nuevo León	10	4	14	3		31
20. Oaxaca		2		2	1	5
21. Puebla	9	6	1			16
22. Querétaro	8	1				9
23. Quintana Roo	1	1	1			3
24. San Luis Potosí	7		1			8
25. Sinaloa	1	3	12			16
26. Sonora	5	3	1			9
27. Tabasco				4		4
28. Tamaulipas	4	5	15			24
29. Tlaxcala		6		4	1	11
30. Veracruz de Ignacio de la Llave	3	7	8	4		22
31. Yucatán	3		1			4
32. Zacatecas					1	1
<i>Total general</i>	<i>120</i>	<i>133</i>	<i>110</i>	<i>48</i>	<i>89</i>	<i>500</i>

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), “Informe ENCPJ 2012”, México, El Colegio de México, mimeo.

COBERTURA

La encuesta se levantó en las 76 Áreas metropolitanas definidas que, como ya se ha mencionado, cubren 500 secciones electorales, en las 32 entidades federativas del país.⁹

Con los parámetros generales, el consultor diseñó el siguiente plan de muestreo para ubicar a los hogares a escala nacional, dividido en varias etapas que se describen a continuación:

1. En la primera etapa, y antes de la selección, se distribuyeron las 500 secciones electorales a seleccionar entre los cinco conglomerados de acuerdo con el número de secciones electorales (SE) de cada uno, cuya distribución inicial se presenta en el cuadro 3.
2. En la segunda etapa de muestreo fueron seleccionadas con probabilidad proporcional a una medida de tamaño (PPT), por tamaño de su lista nominal, las secciones (SE) correspondientes a cada conglomerado, según el cuadro 2.
3. En la tercera etapa, se eligieron en gabinete y de manera aleatoria, dos manzanas en cada una de las secciones electorales de la muestra.
4. La cuarta etapa consistió en un “barrido censal” en campo, de las manzanas seleccionadas; es decir, que todas las viviendas particulares ocupadas que se en-

⁹ Inicialmente, el grupo de investigación consideró deseable hacer 10 entrevistas en cada sección electoral, de tal manera que 65% de las entrevistas (3 250) fueran aplicadas a jóvenes de entre 18 y 29 años de edad, en tanto que 35% (1 750 entrevistas), a adultos de 30 años de edad y más. Estas consideraciones respondían inicialmente a los objetivos planteados por el proyecto aunque, como posteriormente veremos, las cifras obtenidas por el estudio fueron diferentes debido a imponderables que se presentaron a lo largo del proceso de levantamiento, además de las restricciones de recursos y tiempo.

contraban dentro de la manzana fueron consideradas dentro de la muestra. En este barrido se buscaban hogares con población objetivo, es decir, con personas de 18 a 29 años de edad.

En la última etapa de muestreo, también en campo, se seleccionó a un miembro del hogar de entre 18 y 29 años de edad mediante la técnica del próximo cumpleaños. Dado que no había sustitución, si la persona seleccionada no se encontraba en el hogar se intentaba contactarla hasta en tres ocasiones. Se impuso la condición de no contar con sustituciones, por lo que si después de tres intentos la entrevista no se lograba, el hogar se consideraba como hogar de “no respuesta” y de esta forma se registró en los resultados finales. Si se conseguía la entrevista con el joven de 18 a 29 años de edad y había otros residentes habituales de 30 años o más, se seleccionaba a uno de ellos (considerado como *adulto*) para incluirlo en la entrevista; en caso contrario, se asignaba el código de no respuesta correspondiente.¹⁰ En apego a la distribución de entrevistas que se había acordado (65% jóvenes, 35% adultos), en algunos de los hogares solo se aplicó el cuestionario individual a los miembros de 18 a 29 años de edad. Se esperaba que el diseño anterior produjera una muestra global estrictamente probabilística de alrededor de 10 000 viviendas particulares ocupadas con población objetivo, con una tasa estimada de no-respuesta del orden de 50%. Con ello se pretendía obtener cerca de las 5 000 entrevistas completas para representar el comportamiento nacional.

¹⁰ Cabe señalar que el adulto elegido no fue seleccionado de manera aleatoria; como más adelante se aclara consistió en un orden preestablecido; ésta es una de las razones por las que no se le puede asignar un ponderador que permita calcular su representatividad en la población definida como adulta.

SECCIONES DE LA ENTREVISTA

La encuesta incluyó dos instrumentos de medición:

- *Cuestionario de hogar*, que se aplica a todos los hogares seleccionados con población objetivo y cuyo informante es cualquier miembro del hogar de 18 años de edad o más.
- *Cuestionario individual*, cuyo informante es cualquier miembro del hogar entre 18 y 29 años de edad, seleccionado mediante la técnica del próximo cumpleaños. En los hogares donde además residan adultos de 30 años de edad y más, se aplica un cuestionario individual seleccionando al informante de acuerdo con el siguiente orden: jefe/jefa de hogar (JH); en su ausencia, el/la cónyuge del JH; y en ausencia de ambos, cualquier miembro del hogar de 30 años de edad y más.

AJUSTES AL DISEÑO INICIAL DE LA MUESTRA

Con el objetivo de observar la correcta aplicación de la metodología y el llenado de los cuestionarios, el levantamiento de la encuesta inició en secciones electorales de la Zona Metropolitana del Valle de México los días 14 y 15 de junio de 2012. En el diseño inicial de muestra se esperaba obtener un promedio aproximado de 10 hogares con entrevistas efectivas por sección electoral. La idea era alcanzar la meta prevista de alrededor de 5 000 entrevistas. Sin embargo, en los primeros días de trabajo de campo sucedió que el barrido de viviendas en las dos manzanas seleccionadas por SE no era suficiente para lograr las entrevistas esperadas, debido principalmente a los altos porcentajes de no respuesta de los hogares en los rubros de *Nadie en casa* y *Se negó a dar información*, además de que en más de 75% de las viviendas

no existía población objetivo. El operativo de campo estaba produciendo un promedio aproximado de cinco entrevistas de hogar por SE, y de seguir así no se alcanzaría la meta de obtener alrededor de 5 000 entrevistas individuales.¹¹

Por lo anterior se hizo un ajuste a la logística operativa que consistió en ampliar la muestra de viviendas en las SE seleccionadas, mediante la fusión de las manzanas elegidas con manzanas contiguas. Esto implica que si después de hacer el censo de la manzana seleccionada no se obtenía un promedio de alrededor de cinco hogares con población objetivo y entrevista completa, se encuestaría a la manzana que se encontrara al norte de la seleccionada; si aún no se lograba cubrir lo esperado, se seguía fusionando con las manzanas contiguas siguiendo la dirección de las manecillas del reloj hasta lograr el objetivo de levantamiento de información completa.

Debido a la alta tasa de no respuesta se sumó el periodo de cierre para realizar encuestas con temas electorales, por lo que en las secciones electorales que faltaban por trabajar se amplió la muestra de viviendas particulares ocupadas seleccionando manzanas adicionales.

Al final del trabajo de campo, el número de manzanas seleccionadas por sección electoral quedó distribuido de acuerdo a las cifras mostradas en el cuadro 4.

¹¹ Los resultados de este ejercicio mostraron lo siguiente:

- En 1 750 hogares se esperaba que tuvieran un cuestionario de hogar más dos cuestionarios individuales: el del miembro del hogar de 18 a 29 años más el cuestionario aplicado al adulto de 30 años y más. Con lo anterior se obtendrían 3 500 entrevistas individuales (1 750 adultos y 1 750 jóvenes).
- En 1 500 hogares existiría un cuestionario de hogar más un cuestionario individual aplicado al joven de 18 a 29 años (1 500 jóvenes).

Cuadro 4. Distribución de manzanas seleccionadas por sección electoral, según entidad federativa

<i>Entidad federativa</i>	<i>Número de manzanas seleccionadas por SE</i>								<i>Total de SE</i>	<i>Total manzanas seleccionadas en SE</i>
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7-8</i>	<i>9-10</i>		
01. Aguascalientes									1	6
02. Baja California	3	10	4	2	1				20	48
03. Baja California Sur		2							2	4
04. Campeche		2							2	4
05. Coahuila de Zaragoza		8							8	16
06. Colima	1			1					2	5
07. Chiapas		7	3	1					11	27
08. Chihuahua	1	5	3	2	2				13	38
09. Distrito Federal	13	27	19	11	1				71	173
10. Durango		6		1					7	16
11. Guanajuato	3	19	7	1			1		31	74
12. Guerrero		5	2						7	16
13. Hidalgo		1	1	2	2				6	23
14. Jalisco	5	17	3	3		1		1	30	75
15. Estado de México	6	47	22	4	2	2			83	204
16. Michoacán de Ocampo	1	4	3	2	1	1			12	37

17. Morelos	1	4	2		1		1		9	27
18. Nayarit	1	3							4	7
19. Nuevo León	3	18	5	5					31	74
20. Oaxaca			1	2		1		1	5	27
21. Puebla	3	5	4	3	1				16	42
22. Querétaro		3	1	4	1				9	30
23. Quintana Roo	1	2							3	5
24. San Luis Potosí		3	2		2	1			8	28
25. Sinaloa		15	1						16	33
26. Sonora		9							9	18
27. Tabasco	1	2		1					4	9
28. Tamaulipas	1	17	4	1					23	51
29. Tlaxcala	2	8	1						11	21
30. Veracruz de Ignacio de la Llave	4	12	3	2	1				22	50
31. Yucatán		2	2						4	10
32. Zacatecas		1							1	2
<i>Total de SE</i>	<i>50</i>	<i>264</i>	<i>93</i>	<i>48</i>	<i>15</i>	<i>7</i>	<i>2</i>	<i>2</i>	<i>481</i>	<i>-</i>
<i>Total de manzanas</i>	<i>50</i>	<i>528</i>	<i>279</i>	<i>192</i>	<i>75</i>	<i>42</i>	<i>15</i>	<i>19</i>	<i>-</i>	<i>1 200</i>

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), “Informe ENCPJ 2012”, México, El Colegio de México, mimeo.

LA SELECCIÓN DE VIVIENDAS

De acuerdo con el diseño y la selección de la muestra, en cada SE se seleccionaron dos o más manzanas en gabinete. Durante el operativo de campo, las tareas básicas en cada una de las manzanas seleccionadas fueron las siguientes:

- Barrido censal de las viviendas¹² particulares ocupadas dentro de cada manzana.
- Identificación de las viviendas particulares ocupadas con población objetivo mediante la aplicación de la pregunta filtro: *¿Vive en este hogar alguna persona de 18 a 29 años cumplidos?*
- Inclusión en la muestra de las viviendas con hogares con población objetivo.

Se definieron como hogares¹³ de interés para la encuesta los siguientes:

¹² Para fines del estudio se tuvieron en cuenta los siguientes conceptos:

- *Vivienda particular*. Espacio físico con entrada independiente destinada a servir de alojamiento a uno o más hogares, habitada o deshabitada en el momento de realizar la visita.
- *Hogar*. Conjunto de personas que hacen vida en común dentro de una vivienda, unidas o no por parentesco, que comparten los gastos de manutención y preparan los alimentos en la misma cocina. Comparten un ingreso destinado a cubrir un sustento.

Es importante aclarar que en este estudio se consideró un hogar por vivienda; de acuerdo al consultor que levanto la encuesta en campo, no hubo una selección del hogar dentro de la vivienda. El hogar seleccionado fue el que cumpliera con las condiciones iniciales, tener una persona de 18 a 29 años cumplidos.

¹³ No eran de interés aquellos hogares en los que solo había adultos de 30 años y más. La aplicación de la encuesta se apegó a los siguientes criterios operativos:

- Hogares con al menos un miembro del hogar entre 18 y 29 años más otros miembros menores de edad.
- Hogares con al menos un joven de 18 a 29 años más por lo menos un adulto de 30 años y más.

El consultor diseñó un formato de control de campo para registrar las viviendas seleccionadas en cada manzana y su resultado. El listado de vivienda es un formato en el que se reportan las viviendas particulares ocupadas de la manzana y se registran todos aquellos datos que permiten su correcta identificación en campo. Se utilizó un listado para cada una de las manzanas en muestra. Lo anterior permitió hacer de manera correcta el muestreo aleatorio.

Para el caso particular de esta encuesta, el formato permitió identificar las viviendas de interés, esto es, todas aquellas viviendas con población objetivo.¹⁴ Una vez ubicado en cada SE y manzana seleccionada, el encuestador realizaba un “barrido censal” para identificar hogares con habitantes jóvenes de 18 a 29 años de edad. Iniciaba su recorrido en la esquina noroeste de la manzana, preguntando en cada una

-
1. Se acudió (“tocó”) a cada una de las viviendas de las manzanas seleccionadas para identificar la existencia de informantes adecuados, hombres y mujeres de 18 a 29 años.
 2. Para registrar todas las viviendas “tocadas” en la manzana y su resultado, se utilizó el formato listado de vivienda.
 3. No se realizaron sustituciones de manzanas en caso de no respuesta.
 4. En cada una de las viviendas donde se identificó que habitaban jóvenes de 18 a 29 años de edad se aplicó un cuestionario de hogar, además de los cuestionarios individuales necesarios para cubrir la muestra requerida.
 5. Dado que no había sustituciones en los casos de no respuesta, se realizaron hasta tres visitas a los hogares seleccionados en horarios y días distintos para lograr la entrevista de los dos cuestionarios.

¹⁴ Para lograr el objetivo fue necesario recorrer en campo hasta 10 manzanas en algunas de las secciones electorales.

de las viviendas particulares ocupadas: ¿Vive en este hogar alguna persona de 18 a 29 años cumplidos?, y registraba el resultado en el formato listado de viviendas. Adicionalmente, y en respuesta a lo requerido por el levantamiento de la encuesta, el formato incluyó el registro de algunos elementos del entorno urbano que caracterizaban a la manzana, como alumbrado público, presencia de banquetas, áreas verdes, estacionamientos, oficinas y pavimentación. Además, el encuestador de acuerdo a su percepción registró una tipificación predominante de la manzana según al uso de suelo y captó la presencia del transporte cercano.

LA SELECCIÓN DE LOS INFORMANTES

El informante adecuado para responder la entrevista individual era cualquier miembro del hogar entre 18 y 29 años de edad seleccionado mediante la técnica del próximo cumpleaños. En los hogares donde además residían adultos de 30 años y más, se aplicaba un cuestionario individual seleccionando al informante de acuerdo con el siguiente orden:¹⁵

¹⁵ Al elegir al miembro del hogar por encuestar, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- a) El informante adecuado era un miembro del hogar seleccionado en muestra.
- b) No eran informantes adecuados:
 - Las personas fuera del rango de edad (18 a 29 años);
 - Hogares con sólo adultos residentes en ellos (todos de 30 años o más);
 - Visitantes de la familia, empleados domésticos o personas impedidas física o mentalmente, incapacitadas para responder la entrevista.
- c) No había sustitución de informantes seleccionados. Sólo se quitaban de la lista de elegibles los informantes con alguna discapacidad mental para ser entrevistados.

- Jefe/jefa de hogar (JH).
- En su ausencia, el/la cónyuge del JH.
- En ausencia de ambos, cualquier miembro del hogar de 30 años y más.

CONTENIDO DEL CUESTIONARIO INDIVIDUAL

El cuestionario individual aplicado en campo está integrado por un total de 106 preguntas que recopilaron información sobre los siguientes temas:

- a) Información general del entrevistado: edad, residencia, parentesco con el jefe del hogar, estado civil, ocupación, acceso y uso de los servicios de salud, escolaridad y religión.
- b) Medios para obtener información sobre política: televisión, radio y periódicos.
- c) Participación política no institucional.
- d) Redes sociales e internet.
- e) Conocimiento político: sobre las campañas presidenciales, candidatos, debates de las elecciones del 1 de julio.
- f) Identificación partidaria: candidato de preferencia, por quién nunca votaría, opinión sobre partidos políticos.
- g) Relación entre el poder político y la ciudadanía: atención de demandas de los gobiernos, interés en los jóvenes, atención a problemas del barrio.
- h) Transparencia de la democracia: presupuesto público, percepción sobre el partido político que ha gobernado mejor.
- i) Percepción sobre la capacidad del Estado de proporcionar seguridad, experiencias de violencia y policía:

trato de la policía cuando ha sido víctima de delito o detenido por la policía.

- j) Instituciones electorales: conocimiento, relación y credibilidad. Conocimiento sobre actividades de los funcionarios de casilla, observador electoral del IFE.
- k) Institutos electorales locales o consejos electorales.
- l) Cultura de la legalidad.

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS PARA EL MANEJO DE LOS DATOS

Bases de datos

Una vez terminada la fase de levantamiento en campo, se capturó y validó la información en tres bases de datos; se utilizó el software de SPSS para este fin, donde se etiquetaron todas las variables con la pregunta correspondiente. Los ponderadores¹⁶ correspondientes a cada registro se calcularon de acuerdo a los principios del muestreo —que consiste en determinar la probabilidad de seleccionar una vivienda en los diferentes niveles de selección—; las bases de datos son:

1. *Hogares*. Con toda la información del hogar y la vivienda que se pide en el cuestionario de hogar.
2. *Individuos*. Incluye la información del cuestionario individual.
3. *Listado de vivienda*. Incluye los datos registrados en el formato “Listado de vivienda”.

¹⁶ En los anexos se incorpora el procedimiento de cálculo y ocupación de los ponderadores.

LEVANTAMIENTO Y OPERACIÓN DE LA ENCUESTA

Para mejorar y reducir los errores de campo, se efectuó una prueba piloto de 40 cuestionarios en las ciudades de Cuernavaca y Pachuca de Soto los días 26 y 27 de mayo.¹⁷ El trabajo de campo se realizó del 14 al 30 de junio de 2012, dos semanas antes de la elección. El personal trabajó en equipos de tres encuestadores con un supervisor, todos bajo las instrucciones de un coordinador de campo.

Durante el “barrido censal” de las manzanas seleccionadas y al final del operativo de campo se tocaron 32 717 viviendas, de las cuales en solo 4 576 (14%) pudo corroborarse que existía al menos una persona de 18 a 29 años (informantes elegibles).

En los hogares con población de interés (4 576), se logró visitar a 4 398 (96.1%) hogares para aplicar la encuesta, de éstos se pudieron captar 3 468 (78.9%) entrevistas completas, es decir, que incluyen tanto el módulo de hogar como el módulo individual de un joven de 18 a 29 años, registrando una tasa de no respuesta de hogar de 21.1 por ciento.

Se levantaron variables que ayudaron a clasificar a los hogares encuestados por estrato socioeconómico; esto corresponde a lo dispuesto por la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI),¹⁸ teniendo la siguiente distribución (cuadro 5).

¹⁷ El principal hallazgo de la prueba piloto fue que la duración promedio del cuestionario individual era de 50 minutos, esto es, 30 minutos arriba de lo estimado en la propuesta aprobada del estudio. Con este resultado, se analizaron las variables prioritarias a incluir en la versión final del cuestionario y con ello eliminar preguntas para lograr que el tiempo de entrevista se acercara a los 30 minutos estimados al inicio del proyecto.

¹⁸ La regla AMAI aplicada para la clasificación de los hogares en estrato socioeconómico fue la que se conoce como 8X7 del 2011. Clasifica a los hogares y a todos sus integrantes, de acuerdo a su bienestar económico y

Cuadro 5. Distribución de hogares, según su nivel socioeconómico

<i>Nivel socioeconómico*</i>	<i>Total</i>	
	<i>Núm. hogares</i>	<i>Porcentaje</i>
NSE AB/C+	729	21.0
NSE C	1 177	33.9
NSE D+	716	20.6
NSE D/E	846	24.4
Total	3 468	100.0

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), “Informe ENCPJ 2012”, México, El Colegio de México, mimeo.

* Aunque no hay una etiqueta que describa el significado de la nomenclatura que se asocia a los niveles socioeconómicos (NSE), lo que caracteriza a cada nivel sería lo siguiente: al nivel A/B la planeación y futuro. C+ Entretenimiento y comunicación. C Vida práctica. C– mínimo de practicidad. D+ condiciones básicas sanitarias. D paredes y algunos servicios. E escasez.

Para los cuestionarios individuales se utilizaron los mismos códigos que en el cuestionario de hogar. En los 3 468 hogares encuestados se identificó a un total de 10 922 personas elegibles, tanto jóvenes de 18 a 29 años como adulto de 30 años y más, de las cuales se entrevistó a 4 748 individuos. La distribución por grupos de edad se muestra en el cuadro 6.

La encuesta estimó que en los hogares encuestados existe un promedio de 1.6 jóvenes elegibles de 18 a 29 años, y en los hogares donde habitan tanto jóvenes como adultos, hay un promedio de 1.9 adultos de 30 años y más elegibles.

social o qué tan satisfechas están sus necesidades en seis dimensiones: Capital humano, Planeación y futuro, Conectividad y entretenimiento, Infraestructura práctica, Infraestructura sanitaria e Infraestructura básica y espacio. Disponible en: <<http://www.amai.org>>.

Cuadro 6. Distribución de miembros de los hogares identificados y entrevistas completas realizadas, según grupo de edad

<i>Grupo</i>	<i>Integrantes del hogar identificados en el cuestionario de hogar</i>	<i>Miembros del hogar encuestados*</i>	<i>Promedio</i>
De 18 a 29 años	5 630	3 468	1.6
De 30 años y más	5 292	1 280	1.9
Total	10 922	4 748	2.3

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), “Informe ENCPJ 2012”, México, El Colegio de México, mimeo.

* Código 1 en módulo individual. Este código se refiere a que es una entrevista completa.

Algunos de los resultados que se obtuvieron una vez levantada la encuesta mostraron que 56.3% de los informantes fueron mujeres y que el rango de edad de los jóvenes que más frecuencia mostro fue el de 20 a 24 años, mientras que en el grupo de adultos el rango estuvo en las edades de 40 a 49 años.

De los resultados y cruces de las variables que se abordarán en los diferentes temas que este libro contempla, los autores harán mención de estos datos y cuestionarán la calidad y cuenta de ellos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La utilización de información proveniente de encuestas, y particularmente la que se ha elaborado para el presente trabajo, siempre estará sujeta al conocimiento de las circunstancias en las que fue levantada, así como a los datos que de manera transversal, horizontal e histórica, pueden dar cuenta de un comportamiento particular o general.

Específicamente, las recomendaciones para el uso de la información que hemos descrito están relacionadas con el uso de los factores de expansión para determinar la inferencia con respecto a la población. Derivado de la información obtenida y sus alcances, se concluye que el dato que se utilizó para seleccionar la muestra (fecha de cumpleaños del entrevistado) resultó altamente discriminante y bajo este criterio se excluyó *a priori* a la mitad de la muestra. En relación con ello, se infiere que la representatividad de la muestra guarda la estructura generacional pero no estaría suficientemente representada con respecto a la población. Esto es importante, dado que aunque no era el objetivo inicial de la encuesta, por esta razón deben mantenerse reservas en relación con el uso de los ponderadores.

En términos geográficos, la encuesta no muestra representatividad a nivel estatal ni a nivel de zona urbana, dado que fue construida a partir de un conjunto de observaciones que tiene representatividad únicamente a nivel nacional. En este sentido, el comportamiento de los datos responde sólo al conjunto de zonas urbanas seleccionadas.

En cuanto a las características de los individuos a los que originalmente estaba dirigido el estudio (relacionadas con jóvenes de 18 a 29 años y adultos mayores a 30 años), se debe mencionar que el comportamiento de los datos obtenidos obedece a las características solamente del primer grupo (jóvenes), dado que el segundo grupo (adultos) sólo fue captado bajo la circunstancia de convivencia con el primer grupo. En este sentido, sería necesario extender el análisis para captar las características de todo el universo y estar en condiciones de contrastar ambos grupos.

ANEXOS

A. LISTA DE ÁREAS METROPOLITANAS

<i>Núm.</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Entidad</i>	<i>Criterio</i>
			<i>1 = Def INEGI</i> <i>2 = Ciudad grande</i> <i>3 = Capital</i>
1	ZM de Aguascalientes	Aguascalientes	1
2	ZM de Tijuana	Baja California	1
3	ZM de Mexicali	Baja California	1
4	Ensenada	Baja California	2
5	La Paz	Baja California	3
6	Campeche	Campeche	3
7	ZM de Saltillo	Coahuila	1
8	ZM de Monclova-Frontera	Coahuila	1
9	ZM de Piedras Negras	Coahuila	1
10	ZM de La Laguna	Coahuila-Durango	1
11	ZM de Colima-Villa de Álvarez	Colima	1
12	ZM de Tecomán	Colima	1
13	ZM de Juárez	Chihuahua	1
14	ZM de Chihuahua	Chihuahua	1
15	ZM de Tuxtla Gutiérrez	Chiapas	1
16	Tapachula	Chiapas	2
17	ZM del Valle de México	Distrito Federal- Estado de México-Hidalgo	1
18	Durango	Durango	3
19	ZM de Toluca	Estado de México	1

(continúa)

<i>Núm.</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Entidad</i>	<i>Criterio</i>
			<i>1 = Def INEGI</i> <i>2 = Ciudad grande</i> <i>3 = Capital</i>
20	ZM de La Piedad-Pénjamo	Guanajuato- Michoacán	1
21	ZM de León	Guanajuato	1
22	ZM de San Francisco del Rincón	Guanajuato	1
23	ZM de Moroleón- Uriangato	Guanajuato	1
24	Celaya	Guanajuato	2
25	Irapuato	Guanajuato	2
26	Salamanca	Guanajuato	2
27	Guanajuato	Guanajuato	3
28	ZM de Acapulco	Guerrero	1
29	Chilpancingo	Guerrero	3
30	ZM de Pachuca	Hidalgo	1
31	ZM de Tulancingo	Hidalgo	1
32	ZM de Tula	Hidalgo	1
33	ZM de Guadalajara	Jalisco	1
34	ZM de Puerto Vallarta	Jalisco	1
35	ZM de Ocotlán	Jalisco	1
36	ZM de Morelia	Michoacán	1
37	ZM de Zamora-Jacona	Michoacán	1
38	Uruapan	Michoacán	2
39	ZM de Cuernavaca	Morelos	1
40	ZM de Cuautla	Morelos	1
41	ZM de Tepic	Nayarit	1

(continúa)

<i>Núm.</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Entidad</i>	<i>Criterio</i>
			<i>1 = Def INEGI</i> <i>2 = Ciudad grande</i> <i>3 = Capital</i>
42	ZM de Monterrey	Nuevo León	1
43	ZM de Oaxaca	Oaxaca	1
44	ZM de Tehuantepec	Oaxaca	1
45	ZM de Tehuacán	Puebla	1
46	ZM de Puebla-Tlaxcala	Puebla-Tlaxcala	1
47	ZM de Querétaro	Querétaro	1
48	ZM de Cancún	Quintana Roo	1
49	Chetumal	Quintana Roo	3
50	ZM de San Luis Potosí- Soledad de Graciano Sánchez	San Luis Potosí	1
51	ZM de Rioverde-Ciudad Fernández	San Luis Potosí	1
52	Los Mochis	Sinaloa	2
53	Culiacán	Sinaloa	3
54	Guasave	Sinaloa	2
55	Mazatlán	Sinaloa	2
56	ZM de Guaymas	Sonora	1
57	Hermosillo	Sonora	3
58	Cajeme	Sonora	2
59	ZM de Villahermosa	Tabasco	1
60	Cárdenas	Tabasco	2
61	ZM de Reynosa-Río Bravo	Tamaulipas	1
62	ZM de Matamoros	Tamaulipas	1
63	ZM de Nuevo Laredo	Tamaulipas	1

(continúa)

<i>Núm.</i>	<i>Ciudad</i>	<i>Entidad</i>	<i>Criterio</i>
			<i>1 = Def INEGI</i> <i>2 = Ciudad grande</i> <i>3 = Capital</i>
64	Ciudad Victoria	Tamaulipas	3
65	ZM de Tampico	Tamaulipas- Veracruz	1
66	ZM de Tlaxcala-Apizaco	Tlaxcala	1
67	ZM de Veracruz	Veracruz	1
68	ZM de Xalapa	Veracruz	1
69	ZM de Poza Rica	Veracruz	1
70	ZM de Orizaba	Veracruz	1
71	ZM de Minatitlán	Veracruz	1
72	ZM de Coatzacoalcos	Veracruz	1
73	ZM de Córdoba	Veracruz	1
74	ZM de Acayucan	Veracruz	1
75	ZM de Mérida	Yucatán	1
76	ZM de Zacatecas- Guadalupe	Zacatecas	1

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), "Informe ENCPJ 2012", México, El Colegio de México, mimeo.

ANEXO B

CÁLCULO DE PROBABILIDADES DE SELECCIÓN
DE LOS INDIVIDUOS ENCUESTADOS

Sea:

- X_i : El número de SE a seleccionar del i -ésimo conglomerado ($i = 1, 2, 3, 4, 5$)
- S_{ij} : Total de lista nominal dentro de la j -ésima SE del i -ésimo conglomerado
- N_i : Total de lista nominal del i -ésimo conglomerado
- M_{ij} : Total de manzanas dentro de la j -ésima SE del i -ésimo conglomerado
- m_{ij} : Total de manzanas seleccionadas dentro de la j -ésima SE del i -ésimo conglomerado
- 1: Representa la certeza de selección en el operativo de barrido exhaustivo de todas las viviendas ocupadas de la k -ésima manzana de la j -ésima SE del i -ésimo conglomerado, buscando hogares con personas de 18 a 29 años para intentar encuestarlos.
- N_{ijkl} : Total de personas de 18 a 29 años de la l -ésima vivienda de la k -ésima manzana dentro de la j -ésima SE del i -ésimo conglomerado
- A_{ijkl} : Total de personas de 30 años y más de la l -ésima vivienda de la k -ésima manzana en la j -ésima SE del i -ésimo conglomerado, donde vive al menos una persona de 18 a 29 años.

La probabilidad de seleccionar la j -ésima SE dentro del i -ésimo conglomerado está entonces dada por:

$$P_{ij} = \frac{X_i \circ S_{ij}}{N_i}$$

La probabilidad de seleccionar la manzana k de la j -ésima SE dentro del i -ésimo conglomerado está dada por:

$$P_{ijk} = \frac{m}{M_{ij}}$$

La probabilidad de seleccionar la vivienda i de la manzana k de la j -ésima SE dentro del i -ésimo conglomerado es 1 porque es un barrido censal dentro de la manzana elegida.

La probabilidad de seleccionar a una persona entre las de 18 a 29 años residente habitual de la vivienda l de la k -ésima manzana de la j -ésima SE dentro del i -ésimo conglomerado está dada por:

$$P_{ijkl} = \frac{1}{N_{ijkl}}$$

La probabilidad de seleccionar a una de las personas de 30 o más años de edad residente habitual de la vivienda l de la k -ésima manzana de la j -ésima SE dentro del i -ésimo está dada por:

$$P_{ijklA} = \frac{1}{A_{ijk}}$$

Por lo tanto, la probabilidad final de selección de un joven dentro de la l -ésima vivienda con población elegible, de la manzana k de la j -ésima SE dentro del i -ésimo está dada por:

$$\Pi_{ijkl} = \frac{X_i \circ S_{ij}}{N_i} * \frac{m_{ij}}{M_{ij}} * 1 * \frac{1}{N_{ijkl}}$$

El inverso de la fórmula anterior es el factor de expansión correspondiente al diseño de muestra para cada persona de 18 a 29 años entrevistada. Y la probabilidad de selección de la persona de 30 años o más dentro de la *i*-ésima vivienda donde habitan adultos y al menos una persona de 18 a 29 años, de la manzana *k* de la *j*-ésima SE dentro del *i*-ésimo conglomerado está dada por:

$$\Pi_{ijklA} = \frac{X_i \circ S_{ij}}{N_i} * \frac{m_{ij}}{M_{ij}} * 1 * \frac{1}{A_{ijkl}}$$

El inverso de la fórmula anterior es el factor de ajuste de diseño para cada persona de 30 años y más entrevistada. El factor de expansión proveniente del diseño se encuentra en la base de datos con el nombre *PONDERADOR*.

Advertencia: Los ajustes relacionados al *PONDERADOR*, sólo son válidos en caso de que se utilicen para estimar datos relacionados con la población de jóvenes (objetivo de la encuesta). La utilización del ponderador en relación con la población adulta produciría sobreestimación de este grupo de edad. El entrevistado categorizado como “de 30 años y más” *NO* forma parte de un muestreo aleatorio, dado que fue elegido dentro de los hogares donde residía un joven; conforme a los principios del muestreo no hay manera de asignar un ponderador para inferir en su estimación. El ajuste que a continuación se describe, por estructura de edad, contempla a toda la población “de 30 y más”; para guardar coherencia con los objetivos del estudio, deberían excluirse los hogares donde sólo cohabitaban adultos.

*Factores de ajuste demográfico
(estructuras de sexo y edad)*

Las estructuras correspondientes a subgrupos de sexo y edad que resultan de la encuesta al aplicar el ponderador a las encuestas efectivas se muestran en el cuadro B1.

Las estructuras de edad y sexo del IFE que se usaron para ajustar la base se muestran en los cuadros B2 y B3.

Una vez aplicados los factores de expansión correspondientes a los cuestionarios completos tanto de jóvenes como de adultos se compararon estructuras de edad y sexo de los dos grupos de interés para el conjunto de las 76 zonas metropolitanas, así como de las secciones clasificadas, según las características del comportamiento electoral histórico (cinco conglomerados estadísticos) con datos del Instituto Federal Electoral (al mes de mayo de 2012), de donde se derivaron los siguientes factores de ajuste por grupos de edad y sexo.

El factor de ajuste a estructuras de edad y sexo se encuentra en la base de datos con el nombre *FAC_AJUSTE*. Para ajustar los casos absolutos al total de casos efectivos del levantamiento se aplicó la siguiente relación:

(1) Total de casos ponderados	162 253
(2) Total de casos a ajustar	4 748
(1)/(2)	34.1723
Inverso de (1)/(2)	0.02926

Al multiplicar la constante 0.02926294 a todos los factores de ajuste y multiplicar por el ponderador de diseño obtenemos la expansión requerida conservando las estructuras porcentuales. El ponderador de diseño con factor de ajuste a estructuras de edad y sexo y aplicando la constante 0.02926294 se encuentra en la base de datos con el nombre

Cuadro B1. Estructura de edad por sexo de los encuestados

<i>Grupo de edad</i>	<i>Absolutos</i>			<i>Porcentaje</i>		
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>	<i>Hombres (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>	<i>Total (%)</i>
18 a 19 años	10 989	14 054	25 043	6.8	8.7	15.4
20 a 24 años	19 952	26 575	46 527	12.3	16.4	28.7
25 a 29 años	15 979	21 195	37 174	9.8	13.1	22.9
30 a 39 años	4 870	6 120	10 990	3.0	3.8	6.8
40 a 49 años	10 094	12 662	22 756	6.2	7.8	14.0
50 a 59 años	5 976	7 179	13 155	3.7	4.4	8.1
60 y más años	3 658	2 951	6 609	2.3	1.8	4.1
<i>Total</i>	<i>71 518</i>	<i>90 736</i>	<i>162 254</i>	<i>44.1</i>	<i>55.9</i>	<i>100.0</i>

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

Cuadro B2. Estructura del IFE,
según grupo de edad y sexo

<i>Grupo de edad</i>	<i>Porcentual</i>		
	<i>Hombres</i> (%)	<i>Mujeres</i> (%)	<i>Total</i> (%)
18 a 19 años	2.1	2.3	4.5
20 a 24 años	6.5	7.1	13.6
25 a 29 años	6.1	6.6	12.8
30 a 39 años	12.1	13.1	25.2
40 a 49 años	9.9	10.8	20.7
50 a 59 años	6.0	6.5	12.5
60 y más años	5.1	5.6	10.7
<i>Total</i>	<i>48.0</i>	<i>52.0</i>	<i>100.0</i>

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

Cuadro B3. Factores de ajuste demográfico a estructura
de edad y sexo

<i>Grupo de edad</i>	<i>Porcentual</i>	
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>
18 a 19 años	0.3164767	0.26851205
20 a 24 años	0.53155178	0.43261365
25 a 29 años	0.62350666	0.50878785
30 a 39 años	4.036907	3.4760586
40 a 49 años	1.5984429	1.38382218
50 a 59 años	1.61939642	1.46895382
60 y más años	2.26638519	3.06678422

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

PON_FAC_AJUSTE. La base ponderada aplicando el ponderador de diseño con factor de ajuste a las estructuras de edad y sexo (*PON_FAC_AJUSTE*) genera la distribución que se muestra en el cuadro B4.

Al concluir el operativo de campo se lograron 3 468 entrevistas individuales a jóvenes de 18 a 29 años, más 1 280 de entrevistas a adultos de 30 años y más, para un total de 4 748 entrevistas en todo el país. En el cuadro B5 se presenta el detalle por entidad federativa y módulo (hogar e individual).

Cuadro B4. Distribución resultante al aplicar el ponderador de diseño con factores de ajuste por grupo de sexo y edad

<i>Grupo de edad</i>	<i>Absolutos</i>			<i>Porcentaje</i>		
	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>	<i>Hombres (%)</i>	<i>Mujeres (%)</i>	<i>Total (%)</i>
18 a 19 años	102	110	212	2.1	2.3	4.5
20 a 24 años	310	336	646	6.5	7.1	13.6
25 a 29 años	292	316	608	6.1	6.6	12.8
30 a 39 años	575	623	1 198	12.1	13.1	25.2
40 a 49 años	472	513	985	9.9	10.8	20.7
50 a 59 años	283	309	592	6.0	6.5	12.5
60 y más años	243	265	508	5.1	5.6	10.7
<i>Total</i>	<i>2 277</i>	<i>2 472</i>	<i>4 749</i>	<i>47.9</i>	<i>52.1</i>	<i>100.0</i>

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

Cuadro B5. Distribución de resultados por entidad federativa
y módulos de hogar e individual

<i>Entidad federativa</i>	<i>Entrevistas completas</i>							
	<i>SE en muestra</i>	<i>Módulo individual</i>				<i>Porcentaje</i>		<i>Secciones improductivas</i>
		<i>Módulo de hogar</i>	<i>Jóvenes de 18 a 29 años</i>	<i>Adulto de 30 años y más</i>	<i>Total</i>	<i>Jóvenes de 18 a 29 años (%)</i>	<i>Adulto de 30 años y más (%)</i>	
01. Aguascalientes	1	12	12	8	20	60	40	
02. Baja California	20	117	117	31	148	79	21	
03. Baja California Sur	2	12	12	5	17	71	29	
04. Campeche	2	14	14	7	21	67	33	
05. Coahuila de Zaragoza	8	52	52	27	79	66	34	
06. Colima	2	13	13	7	20	65	35	
07. Chiapas	11	76	76	25	101	75	25	
08. Chihuahua	15	104	104	43	147	71	29	2
09. Distrito Federal	82	497	497	129	626	79	21	11
10. Durango	7	44	44	23	67	66	34	
11. Guanajuato	31	228	228	50	278	82	18	
12. Guerrero	7	46	46	21	67	69	31	
13. Hidalgo	6	48	48	9	57	84	16	
14. Jalisco	33	218	218	109	327	67	33	3

[519]

15. Estado de México	85	607	607	208	815	74	26	1
16. Michoacán de Ocampo	12	99	99	31	130	76	24	
17. Morelos	9	64	64	20	84	76	24	
18. Nayarit	4	28	28	12	40	70	30	
19. Nuevo León	31	211	211	122	333	63	37	
20. Oaxaca	5	49	49	32	81	60	40	
21. Puebla	16	140	140	53	193	73	27	
22. Querétaro	9	58	58	21	79	73	27	
23. Quintana Roo	3	25	25	9	34	74	26	
24. San Luis Potosí	8	63	63	15	78	81	19	
25. Sinaloa	16	112	112	61	173	65	35	
26. Sonora	9	68	68	31	99	69	31	
27. Tabasco	4	32	32	13	45	71	29	
28. Tamaulipas	24	171	171	60	231	74	26	1
29. Tlaxcala	11	83	83	16	99	84	16	
30. Veracruz de Ignacio de la Llave	22	143	143	67	210	68	32	
31. Yucatán	4	24	24	12	36	67	33	
32. Zacatecas	1	10	10	3	13	77	23	
<i>Total de manzanas</i>	<i>500</i>	<i>3 468</i>	<i>3 468</i>	<i>1 280</i>	<i>4 748</i>	<i>73</i>	<i>27</i>	<i>18</i>

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

INCIDENCIAS DE CAMPO

En términos generales, durante el operativo de campo se registraron las incidencias que se describen a continuación:

1. El principal motivo de no respuesta fue no encontrar a los residentes de las viviendas seleccionadas a pesar de realizar más de dos visitas, en fines de semana, días festivos e incluso en horarios nocturnos en aquellas zonas donde podía ingresarse sin poner en riesgo la seguridad del personal.
2. Ausentismo de los jóvenes en los hogares debido a sus actividades escolares, laborales, sociales o de esparcimiento. No obstante haber realizado más de una visita a las viviendas, se reportaba que salían muy temprano y llegaban muy noche (incluso después de las 10 de la noche), que no tenían hora de regreso o que solo se les localizaba los fines de semana.
3. El rechazo abierto de los habitantes a proporcionar información, básicamente por lo siguiente:
 - a) Los habitantes de las viviendas en muestra manifestaban que no les interesaba.
 - b) En algunas áreas de alto nivel no se pudo acceder ya sea porque existía vigilancia o por ser áreas cerradas.
 - c) Desconfianza por los problemas de inseguridad.
4. La inseguridad en algunas SE donde habitan bandas de delincuentes que impiden que personas ajenas a la colonia entren a realizar algún trabajo. Esto pone en riesgo la seguridad del personal.
5. Los horarios irregulares de los informantes para sus actividades (trabajo, estudio y actividades sociales) fueron factores que afectaban para cubrir las citas

nocturnas que permitían localizar a las personas que sólo se encuentran de noche.

6. En virtud del proceso electoral del 1 de julio, los informantes mencionaban que ya habían sido encuestados en varias ocasiones por lo que se negaron a participar.
7. En 18 de las 500 SE seleccionadas no fue posible aplicar la encuesta porque son zonas en las que el paso está restringido a personas ajenas, por lo que no se permitió la entrada al personal de campo; otras son zonas de alto riesgo en las que peligró la seguridad de los encuestadores y zonas de comercios y oficinas y otras donde no se encontró a la población objetivo en el momento de la visita. En el cuadro B6 se detallan los motivos por SE.

Cuadro B6. Relación de secciones electorales en las que no se levantó la encuesta

<i>Número de incidencia</i>	<i>Entidad Federativa</i>	<i>Sección electoral</i>	<i>Zona Metropolitana</i>	<i>Observaciones</i>
1	Chihuahua	2083	ZM de Juárez	Zona apoderada por la banda de delincuentes denominada "Azteca", que no permite que gente externa esté en la colonia. Zona de alto riesgo.
2	Chihuahua	1772	ZM de Juárez	No hay viviendas habitadas, zona de terrenos. Hay una unidad habitacional deshabitada porque fueron víctimas de la delincuencia y emigraron.
3	Distrito Federal	3055	ZM del Valle de México	Zona de nivel alto, conjunto habitacional Santa Teresa. Hay caseta de vigilancia y no permiten el acceso.
4	Distrito Federal	4944	ZM del Valle de México	Zona de nivel alto, se recorrieron dos manzanas. Los resultados de tocar las puertas son "nadie en casa", "negativa a responder" e "informantes inadecuados (servidumbre)". Ya no fue posible recorrer más manzanas porque la vigilancia no permitió seguir tocando.
5	Distrito Federal	4056	ZM del Valle de México	Sección donde no se permitió el acceso. Es el fraccionamiento Chimalli.

6	Distrito Federal	526	ZM del Valle de México	La sección electoral es la colonia Country Club, donde hay caseta de vigilancia privada y sólo permiten el acceso a residentes de la colonia.
7	Distrito Federal	666	ZM del Valle de México	Colonia Cafetales, segunda sección. Se inició el recorrido, pero personal de vigilancia retiró a los entrevistadores de la zona indicándoles que no se permite que entren encuestadores.
8	Distrito Federal	748	ZM del Valle de México	Colonia Lomas del Chamizal y Bosques de las Lomas. No se permite el acceso; hay vigilancia privada.
9	Distrito Federal	3535	ZM del Valle de México	Colonia Lomas de Guadalupe. Los resultados son “no respuesta”; nadie en casa y ausentes en el momento de la visita.
10	Distrito Federal	4679	ZM del Valle de México	Zona de alto riesgo. Colonia donde imperan las vecindades con presencia de consumidores y vendedores de droga y bodegas de mercancía de contrabando. Se golpeó al entrevistador y se le pidió que se retirara.
11	Distrito Federal	2429	ZM del Valle de México	Colonia El Sifón. Unidad con dos entradas cerradas sin acceso; no se permitió la entrada al personal.

(continúa)

Cuadro B6. (concluye)

<i>Número de incidencia</i>	<i>Entidad Federativa</i>	<i>Sección electoral</i>	<i>Zona Metropolitana</i>	<i>Observaciones</i>
12	Distrito Federal	4597	ZM del Valle de México	La sección completa es un edificio de la Unidad Tlatelolco y no se tuvo acceso.
13	Distrito Federal	4724	ZM del Valle de México	Zona de alto riesgo. Son vecindades donde hay muchos drogadictos y se resguarda mercancía pirata.
14	Estado de México	2890	ZM del Valle de México	Zona residencial de Colinas y Jardines de San Mateo. No se encontraron viviendas con población objetivo.
15	Jalisco	628	ZM de Guadalajara	Colonia Arcos Vallarta. Zona de oficinas y muy pocas viviendas. Sin población objetivo.
16	Jalisco	3372	ZM de Guadalajara	Colonia Viveros del Valle, fraccionamiento con vigilancia privada. No se permitió el acceso.
17	Jalisco	1978	ZM de Puerto Vallarta	Se barrió toda la sección y no se encontraron viviendas con población objetivo; es zona comercial.
18	Tamaulipas	244	ZM de Tampico	Zona comercial y viviendas donde no hay población objetivo.

Fuente: S. Gómez Tagle, H. Tejera y J. Aguilar (2014), Informe ENCPJ 2012, México, El Colegio de México, mimeo.

BIBLIOGRAFÍA

- GÓMEZ TAGLE, Silvia, Héctor TEJERA GAONA y Jesús AGUILAR LÓPEZ (2012), Informe de la encuesta “La Cultura Política de los Jóvenes en México” para el Instituto Federal Electoral (mimeo). Disponible en: <<http://culturadelalegalidad.org.mx/recursos/Contenidos/Estadsticas/documentos/La%20cultura%20politica%20de%20los%20jovenes%20en%20Mexico.pdf>>. Consultado el 2 de julio de 2016.
- HAIR, Joseph F., Jr., Rolph E. ANDERSON, Ronald L. TATHAM y C. Black WILLIAM (1999), *Análisis Multivariante*, 5a. ed., Madrid, Prentice Hall.

La cultura política de los jóvenes
se terminó de imprimir en julio de 2018
en los talleres de Impresos Almar, S.A. de C.V.,
Netzahualpilli 120, col. Estrella del Sur,
09820, Ciudad de México.
Portada: Enedina Morales.
Tipografía y formación: Manuel O. Brito Alviso.
Cuidó la edición la Dirección de Publicaciones
de El Colegio de México.

CENTRO DE ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS

El propósito de este libro es discutir la cultura política, entendida como entramados de valores, imaginarios y prácticas políticas, marcadas por el contexto político y socioeconómico en el que se encuentra todo ser humano, joven o adulto, por lo que será mejor hablar de las “subculturas políticas” de los jóvenes mexicanos en vez de pretender que todos los mexicanos comparten una misma “cultura política”.

Los trabajos que integran este libro tienen en común el análisis de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012, que fue la parte central de un proyecto de investigación realizado durante la campaña presidencial de ese año. Desde distintas perspectivas teóricas y metodológicas, los autores despliegan un panorama amplio sobre la percepción política de los jóvenes sobre la democracia mexicana, así como las estrategias que ellos emplean para incidir en el espacio público.

En sus textos se pueden encontrar claves para explicar las dinámicas de la participación electoral y el abstencionismo de los jóvenes mexicanos, el proceso de configuración de sus identidades políticas y de género, así como los elementos a través de los cuales construyen su discurso político basados en sus propias experiencias en relación con las políticas públicas, los problemas de violencia y seguridad que los rodean, su acceso a los medios de comunicación, las orientaciones y prácticas políticas de sus familiares; y en general, su entorno socioeconómico, cultural y geográfico.

ISBN: 978-607-628-106-2

