

Efectos de los medios sociales en la eficacia política, capital social y participación política de los jóvenes universitarios en México y Colombia

Effects of social media on the political, efficacy, social capital and political participation of university students in México and Colombia

**Daniel Javier de la Garza Montemayor¹,
Abraham A. Hernández Paz² &
Gerónimo Emmanuel Palacios Coronilla³**

- 1 Daniel Javier de la Garza Montemayor es Doctor en Filosofía con orientación en Ciencias Políticas por parte de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). Recibió la distinción *Summa Cum Laude* en la defensa de su tesis doctoral, y la Medalla José María Parás Ballesteros, en la categoría “Mérito Académico de Posgrado”. En la actualidad se desempeña como Profesor de Tiempo Completo, Coordinador de la Maestría en Ciencia Política y Coordinador de la Academia en Ciencia Política a nivel Licenciatura de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Tiene la distinción de Candidato a Investigador Nacional dentro del Sistema Nacional de Investigadores durante el periodo 2018-2020, concedido por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México). Universidad Autónoma de Nueva León. *Correo electrónico: danieldelagarza@gmail.com*
- 2 Abraham Alfredo Hernández Paz es Doctor en Gerencia Pública y Educativa, Maestro y Lic. en Relaciones Internacionales. Cuenta con una amplia experiencia en la docencia, así como en cargos administrativos en la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la Universidad Autónoma de Nuevo León. En la actualidad es Profesor de Tiempo Completo y Director Designado de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales para el periodo 2018-2021. Forma parte del Sistema Nacional de Investigadores, en el Nivel 1. Su principal línea de investigación se basa en la educación cívica. Universidad Autónoma de Nueva León. *Correo electrónico: abraham.hernandezp@uanl.mx*
- 3 Gerónimo Emmanuel Palacios Coronilla es Licenciado en Administración de Negocios internacionales por la Universidad del Valle de México (UVM) y actualmente recién graduado de la Maestría en Relaciones Internacionales por parte de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), esta última destacada por ser estudiante de tiempo completo por parte del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México). Realizó una estancia de investigación en la Universidad Pablo de Olavide en Sevilla, España, la cual le permitió incorporarse a la investigación para la generación de conocimiento y desarrollar su tesis de maestría. Universidad Autónoma de Nueva León. *Correo electrónico: geronimopalacios92@gmail.com*

RESUMEN

En los últimos años se han incrementado los estudios académicos sobre los efectos de los medios sociales en la participación política convencional. Existen dos dimensiones que aparecen de manera constante en esta línea de investigación emergente: la construcción del capital social y el sentimiento de eficacia política. En el presente estudio se compara a dos grupos de jóvenes universitarios de dos diferentes países latinoamericanos (México y Colombia) en torno a sus respuestas de acciones que confirman su sentimiento de eficacia política, así como los elementos que les permiten construir capital social con la ayuda de los medios sociales. De igual manera, se lleva a cabo una relación de estos conceptos con su participación dentro y fuera de línea. Respecto a las conclusiones, no se encontraron grandes variaciones entre los dos grupos que participaron en el estudio. No obstante, los resultados confirman una tendencia que ha aparecido en otros estudios similares: la participación política dentro y fuera de línea tiene una fuerte relación entre sí, así como con los constructos de capital social y eficacia política.

PALABRAS CLAVE

Participación política, redes sociales, Internet, capital social, eficacia política.

ABSTRACT

Academic studies on the effects of social media on conventional political participation have increased in recent years. There are two dimensions that appear constantly in this line of emerging research: the construction of social capital and the sentiment of political efficacy. In this study, two groups of university students from different Latin American countries (Mexico and Colombia) are compared around their responses of actions that confirm their sentiment of political efficacy, as well as the elements that allow them to construct social capital with the help of the media. social. In the same way, these concepts are related to their participation inside and outside social media. Among the conclusions we found that there were no great variations between the two groups that participated in the study. However, the results confirm a trend that has been identified in other similar projects: political participation inside and outside social media has a strong relationship with each other, as well as with the constructs of social capital and political efficiency.

KEY WORDS

Political Participation, social networks, Internet, Social Capital, Political Efficacy.

RESUMO

Os estudos acadêmicos sobre os efeitos das mídias sociais na participação política convencional aumentaram nos últimos anos. Existem duas dimensões que aparecem constantemente nessa linha de investigação emergente: a construção do capital social e o sentimento de eficácia política. Este estudo compara dois grupos de estudantes universitários de dois países latino-americanos diferentes (México e Colômbia) em torno de suas respostas a ações que confirmam seu senso de eficácia política, bem como os elementos que lhes permitem construir capital social com a ajuda das mídias sociais. Da mesma forma, esses conceitos estão relacionados à sua participação dentro e fora da linha. Entre as conclusões, descobrimos que não houve grandes variações entre os dois grupos que participaram da pesquisa. Não obstante o que precede, os resultados confirmam uma tendência que foi identificada em outras pesquisas similares: a participação política dentro e fora da linha tem uma forte relação entre si, assim como com as construções de capital social e eficácia política.

PALAVRAS-CHAVE

Participação política, redes sociais, Internet, Capital Social, Eficácia Política.

Conflictos de interés: Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

I. Introducción

En el contexto contemporáneo, resulta obvio afirmar que la comunicación política debe de tomar en cuenta a los medios sociales en la misma medida que a los medios tradicionales. El cambio de una comunicación vertical de los medios masivos de comunicación a la horizontalidad que permiten los medios sociales, se ha dado de forma acelerada en la última década.

Esa realidad implica que los estudios académicos se han enfocado en medir el impacto de los medios convencionales en las actitudes políticas de los individuos. Algunos de los constructos que más han sido analizados en relación a los efectos de los medios sociales son la participación política dentro y fuera de línea, la formación del capital social, así como el sentimiento de eficacia política.

En el presente artículo realizaremos una comparación entre dos países latinoamericanos distintos (México y Colombia), pero con el mismo sujeto de investigación: los jóvenes universitarios. Ambos estudios partieron de un mismo cuestionario más amplio que cubrió otras dimensiones, pero para efectos de esta investigación se llevó a cabo un comparativo entre los dos países en cuanto a diferentes acciones relacionadas con el capital social que se crea a través de los medios sociales, cómo dichos medios fortalecen o no el sentimiento de eficacia política, y de qué forma estos dos constructos se relacionan con la participación política dentro y fuera de línea.

1. Participación política y medios sociales

Desde distintos contextos, se ha estudiado la manera en que los medios sociales promueven la participación política dentro y fuera de línea. En el caso de la investigación de Meyer (2017), analiza algunas variables con relación al uso intensivo del Internet y de las redes sociales que podrían influir en el interés y participación de los jóvenes en la política. La investigación arrojó como resultado que las personas que tienden a conectarse más a Internet y usan una red social como Facebook, tienen mayor participación que aquellos que no lo hacen. Sin embargo, el uso del Internet (fuera de los medios sociales) no tiene una relación significativa con la participación política en los jóvenes.

De igual manera, Cebrián (2009) habla sobre el incremento del uso de los medios de comunicación, la evolución de los cybermedios y cómo han modificado la forma de interacción entre las personas y la manera en que obtienen información.

Actualmente los usuarios de internet ya no son sólo receptores de información; también se convierten en productores, subiendo datos o contenido propio a una plataforma web. En este contexto se muestran nuevas formas de presentar información tanto en su narración como en su exposición, debido a que se facilita la usabilidad de los sitios digitales. Las limitaciones para obtener información de utilidad son cada vez más pequeñas, gracias a la ayuda de buscadores, además de que dicha información llega de forma expedita a los consumidores (Cebrián, 2009).

La investigación de Trilla, Jover, Martínez y Romañá (2011) señala las distintas formas de participación que tienen los estudiantes hoy en día en la universidad y la influencia de este elemento dentro de dicha institución educativa.

La participación de los jóvenes puede representarse con alguno de los siguientes conceptos: tipos genéricos de participación, objeto de la participación, formas o vías de la participación. En el mundo exterior los jóvenes ven el tema de la política con poco interés para intervenir en ella, pero mencionaron que su participación se facilitaría con el uso del Internet. Los autores reflexionaron que sólo con el tiempo se confirmaría si el uso del Internet como herramienta mejora el grado de participación entre los jóvenes (Trilla, Jover, Martínez y Romañá, 2011).

Es posible argumentar que debido a las posibilidades que tiene el Internet, ninguna campaña electoral o de comunicación institucional puede prescindir del mismo. Al respecto, Mayoral (2007) estudio el uso de Facebook como herramienta de las campañas políticas de las elecciones generales del 2016 en España, para poder persuadir a las personas de que participaran en evento electoral. En concreto, se estudiaron las diferentes técnicas de persuasión que utilizaron los candidatos a ocupar la Jefatura de Gobierno. En este caso se determinó que la apelación a los sentimientos causa un mayor efecto en la persuasión a través de los medios sociales, lo que pudo haber tenido una incidencia en los resultados de la elección.

Respecto a Latinoamérica, esta interacción es relativamente nueva. En el caso de la investigación de Echeverría (2009), se concluyó en aquel momento que aunque el uso de las cibercampañas había tomado fuerza en las elecciones regionales del 2009 en los estados sureños de Campeche y Yucatán, existieron desventajas

por la falta de conectividad y presencia de algunos lugares que son principalmente los rurales, dejando escapar una gran cantidad de votantes, además de que las plataformas digitales fueron insuficientes. Sin embargo, la irrupción del llamado invierno chileno en el 2011, así como el #YoSoy132 en México, serían catalizadores de nuevas movilizaciones dentro y fuera de línea en el contexto latinoamericano (Galindo y González, 2013; Caballin, 2014). Ambos sucesos capturarían la atención de académicos, creando una emergente línea de investigación.

2. Efectos de los medios sociales en la participación política de los jóvenes universitarios

El estudio del sentimiento de eficacia política ha resultado ser complejo en la medida en que se han buscado escalas que puedan representar con autenticidad este constructo, como lo muestra la investigación de Craig, Niemi y Silver (1990) donde se habla sobre el análisis de las escalas utilizadas en el estudio piloto realizado por NES (National Election System), así como también de los resultados obtenidos de las cinco partes que está compuesto dicho estudio. La investigación se enfocó en la eficacia interna, la confianza basada en el sistema, la eficacia basada en el sistema así como la eficacia y confianza basadas en los actuales sistemas. A pesar de que algunas de las escalas no funcionaron, se creó un precedente importante para analizar el constructo del sentimiento de eficacia política.

Morrell (2005) buscó identificar si el proceso de participación influía o no en el sentimiento de eficacia política. En otras palabras, el autor intentó determinar si el proceso de deliberación sobre decisiones colectivas tiene efectos sobre la eficacia política interna.

El estudio se basó en la formación de tres grupos diferentes en los que se trabajaron

temas de distinta manera. Se midió la eficacia política interna del grupo antes y después de los experimentos. En la investigación de Morell (2005) se demuestra que el proceso de deliberación por sí mismo no genera sentimientos de eficacia política en las personas, pero los individuos que se embarcan en un proceso de toma de decisiones deliberativa de forma evidente ven aumentar su eficacia política. Quienes participaron en el ejercicio votaron por los temas que se les ofrecieron, presentando un menor sentimiento de eficacia política que cuando intervinieron de manera directa en cada uno de los asuntos.

En el caso de la investigación de De Zuñiga y Ardévol-Abreu (2017), se abordó la percepción de la eficacia política interna, que es aquella que tiene el individuo sobre sí entiende y es capaz de participar en asuntos de política y también el sentimiento de eficacia política externa, que es la seguridad del impacto que se tiene con la participación política. En esta investigación se analizó el comportamiento de las personas ante la exposición de noticias sobre este tema, así como su participación en debates y en asuntos de política en general.

Los resultados señalan que la percepción de las personas aumenta cuando están expuestas a noticias, debido a que la información que se obtiene de asuntos públicos provoca que la gente se sienta más segura sobre sus conocimientos y de esta manera se consideran capaces para implicarse, aunque esto no cambia su percepción de que su participación tenga alguna repercusión. En concreto, De Zuñiga y Ardévol-Abreu (2017) encontraron que la eficacia política interna se fortalece en la medida en que se tiene conocimiento sobre política, pero eso no sucede con el sentimiento de eficacia política externa.

Resulta conveniente analizar el estudio de Reichert (2016), en el cual se aborda la for-

ma en que el conocimiento político de las personas afecta su participación en dichos temas, teniendo como mediador la eficacia política interna. El académico descubrió que el conocimiento político sumado a la eficacia política interna son importantes en el momento de la participación, pero no sólo la eficacia funciona como mediador, también poseen relevancia otros factores. Por otra parte, el estudio de Carpara, Vecchione, Capanna y Mebane (2009) aborda el fenómeno político desde una perspectiva psicológica, enfocándose en la auto-eficacia política, estudiando diferentes grupos de personas previamente seleccionadas, con distintas características en cada estudio.

En el primer análisis se buscó una forma que permitiera medir cuánto deben conocer o creer las personas para poder fomentar el funcionamiento de una democracia representativa, se encontró que la gente con títulos universitarios se siente más capaz de defender sus ideas y de participar en actividades políticas. En el segundo estudio se evaluó el interés y la participación política con diferentes escalas de auto-eficacia política, en donde no hubo muchas diferencias, pero se observó un resultado interesante en donde el 92% de los que participaron indicaron que han votado con frecuencia. Por último, en el tercer estudio fueron evaluadas personas adentradas en la política y los resultados alojaron que en la percepción de eficacia política, los políticos fueron los mejores calificados, seguidos por partidarios y al final los electores (Carpara, Vecchione, Capanna y Mebane, 2009).

Es posible identificar también esta relación cuando se analizan los sistemas políticos. Es el caso del estudio de Ikeda, Kobayashi y Hoshimoto (2008), que se centra en la relación que existe entre la elección política, el compromiso cívico y la eficacia política, siendo esta última tomada como una variable independiente usando las diferencias

de sistemas políticos de acuerdo a los partidos políticos, detallando la singularidad de cada uno como un macro factor y la forma en que afecta tanto el comportamiento como la psicología de las personas.

Los resultados de la investigación muestran que en los países donde la singularidad de los sistemas de los partidos políticos es más grande, la participación política es mayor y aumenta más la eficacia política en comparación de aquellos en los que la diferencia es menor. También la investigación demuestra que la participación política y la identificación con un partido tienen efectos sobre la eficacia política, aunque la participación se ve afectada dependiendo de qué tan partidista sea la persona, si siente poca identificación, la participación es mayor. En este caso, los resultados demuestran (contrario a lo que esperaban los autores) que las personas que no se sienten bien representadas participan más, con lo que mejora el sentimiento de eficacia política.

En el factor de género, Solhaug (2006) analiza la relación que existe entre la enseñanza de actitudes cívicas a una edad joven con una vida democrática en la edad adulta, sumándole a este conocimiento las variables de la motivación y la autoeficacia y cómo estas también tienen efectos. En los resultados respecto al área de género, fue posible observar que aunque el conocimiento entre hombres y mujeres es similar, la percepción de autoeficacia aún es mayor en los hombres.

Cuando se estudia la influencia de los padres y la educación, resulta importante cuando son niños, pero al pasar el tiempo esta influencia disminuye pues los jóvenes van creando su propia identidad. La educación también juega un papel importante; los individuos que estudian en un sistema general, en comparación de un sistema vocacional, tienden a estar más preparados en la materia y a creer más en

sí mismos y ser más tolerantes. También fue posible observar que el conocimiento y la autoeficacia están relacionados con la futura participación en las actividades políticas, ambas con diferente intensidad, aunque las dos son importantes, pues la autoeficacia mejora la motivación y el conocimiento mejora la tolerancia y el involucramiento (Solhaug, 2006).

En el mismo sentido, Kenski y Jominie (2006) exponen que el uso de Internet para obtener información sobre una campaña presidencial tiene repercusión sobre la eficacia, conocimiento y participación política.

En este caso, fue posible constatar que el uso del Internet y la exposición de la campaña están asociados positivamente con la eficacia interna, pero hablando de eficacia externa sólo el uso de Internet se asocia positivamente con este sentimiento. El conocimiento político está asociado positivamente con ambas variables, se encontró que el uso del Internet no tiene asociación con la participación política pero la exposición en línea de la campaña sí. Los autores concluyen que el Internet si tiene efectos sobre la eficacia, conocimiento y participación política, aunque de forma limitada, pues para un resultado final también interceden otras variables como la edad, género, cultura, el acceso a Internet y a otros medios de comunicación (Kenski y Jominie, 2006).

El estudio de Velásquez y LaRose (2015) habla sobre cómo las experiencias enactivas afectan la creencia de los jóvenes sobre sus capacidades y su eficacia interna en el uso de las redes sociales con fines de participación política y por ende, también afecta su activismo en medios sociales.

En los resultados se observó que las cuatro hipótesis planteadas en el estudio fueron confirmadas por los datos obtenidos. Los tres grupos de personas estudiadas (grupo demócrata, republicano y

medioambiental) lanzaron datos de una relación positiva entre experiencias exitosas en el uso de las redes sociales, con el sentimiento de eficacia política de estas, mientras que también mejoró la perspectiva de la eficacia interna de cada miembro. A su vez, se constató que la eficacia política de las redes sociales y la eficacia política interna afecta en el activismo en las redes sociales del grupo de jóvenes que participó en el estudio (Velásquez y LaRose, 2015).

3. Formación de Capital Social en la juventud.

Resulta imposible limitarse a una sola definición de capital social. Al respecto, Vargas (2002) establece que existen muchas definiciones de este constructo, las cuales pueden ser estudiadas desde un punto de vista general, donde se conozcan ciertos elementos que lo conformen en la práctica. La forma de medición del capital social pudiera ser más cualitativa que cuantitativa a la hora de realizar una investigación que relacione todos sus elementos.

Respecto a la forma en que funciona el capital social y cómo deben ser los sujetos que lo conforman, García-Valdecasas (2011) menciona que existen dos aspectos estructurales llamados *closure* (cierre) y *brokerage* (intermediación). Generalmente los llamados *closure* son redes densas y cerradas, en comparación con los *brokerage*, que son redes fluidas y abiertas. Estos últimos generan más información y nuevas ideas, ya que están en constante relación con sujetos, mientras que los *closure* generan confianza y reciprocidad.

El concepto de redes en la formación de capital social es fundamental, debido a que mediante ellas los sujetos interactúan, expresan y comparten ideas. Estudiar el funcionamiento de las redes puede ayudar a construir el capital social. Sin embargo, como todo grupo social, es importante

crear objetivos que ayuden a mantener la relación de los participantes para mejorar un entorno social determinado (Ballester, Pascual y Vecina, 2013).

En la actualidad, muchos jóvenes pasan el tiempo enviando y recibiendo mensajes, comunicándose de manera no física, dejando de lado los asuntos políticos, la implicación en asuntos ciudadanos, entre otras oportunidades de creación de capital social (Bermúdez, 2017). Esto se debe en buena medida, a que en los últimos años se ha consolidado la tecnología, al grado de la dependencia. El hecho de que los jóvenes expresen sus ideas por medios sociales puede traer aspectos tanto positivos como negativos. Para los políticos puede ser más fácil llegar a los jóvenes, pero también existe la posibilidad de ser ignorados de manera más sencilla. Estas herramientas pueden crear aspectos negativos, debido a que no siempre se comunican las ideas con claridad en un entorno social determinado (Bermúdez, 2017).

La conciencia sobre el beneficio que reciben las personas cuando integran alguna organización es fundamental, debido a que se crean lazos que permiten una relación más estrecha. Al respecto, Aguirre Aricapa (2012) menciona que un valor importante en esta interacción social es la confianza. Si las relaciones en un entramado social no son verdaderamente sólidas como para crear un vínculo de confianza, es muy probable que la red termine rápido. En caso contrario, cuando una organización tiene estos valores bien establecidos, es muy posible que crezca continuamente y los beneficios se extiendan a todos los miembros del grupo (Aguirre Aricapa, 2012).

El que exista capital social no significa que este elemento estimule la participación. En la investigación de Arias Cardona y Mazo Peña (2016) se dan a conocer algunos de los problemas de los estudiantes colombianos, así como su interés en formar

parte de una organización y lo que buscan cuando están dentro de ella. En la investigación se concluye que los participantes no manifiestan una intención de ayudar a su comunidad, por lo que se puede argumentar que en este ejercicio, los participantes no están interesados realmente en participar activamente (Arias Cardona y Mazo Peña, 2016).

Esto coincide con la investigación de Arias y Alvarado (2014), en la que manifiestan que se tiene la percepción de que los jóvenes no cumplen con responsabilidades políticas, no se interesan en ellos y no buscan promover un cambio en la política. De acuerdo a los autores, esto se puede atribuir al hecho de que constantemente se encuentran expuestos a cambios y para ellos es difícil mantener un punto de vista estable o interesarse en algo en específico.

Aunque Arias y Alvarado (2014) señalan que esa percepción de que los jóvenes no aportan o aportan menos a la política se deba que a no se observan algunas de las interacciones más elementales. Es por ello que es importante que se muestre cuáles son sus intereses y qué podrían aportar a la actividad política tradicional, así como a la no convencional. Esto podría tener como consecuencia la creación de una relación estrecha entre la juventud y los asuntos de interés colectivo.

Incitar a los sujetos a crear una ciudadanía cultural o intercultural no es suficiente, aunque las personas tengan las herramientas necesarias y crean que pueden dar a conocer su identidad y pensamiento, es importante que existan proyectos que colaboren a que las personas vayan más allá de expresar su pensamiento o respetar su identidad, generar proyectos que apoyen el pensamiento de los sujetos puede ayudar a tener mejores redes y mejor capital social, creando entre la socie-

dad y la política el valor de la confianza y justicia (Mieles y Alvarado, 2012).

Como resultado de la creación de redes entre ciudadanos y política, se podrá expresar cómo es tu identidad, logrando una relación estrecha entre los sujetos, empoderando al grupo social y formando una ciudadanía democrática (Mieles y Alvarado, 2012).

Muchos de los jóvenes que no participan dentro de la sociedad son los que no saben y no conocen todo lo que pueden lograr al expresar y comunicar su pensamiento acerca de cómo mejorar su sociedad, cómo se sienten con las decisiones que toman sus representantes, etc. Estos jóvenes que algunas veces desconocen la importancia de participar socialmente, creyendo que la democracia sólo se da cuando votan. Luchar por el reconocimiento de la identidad de los jóvenes es una tarea que todos los representantes políticos deben llevar a cabo, así como también las escuelas o sociedades (Alvarado, Ospina, Botero y Muñoz, 2008).

Aunque una red sea pequeña, como el caso de los pocos jóvenes que se interesan en participar en la política, es importante que se mantenga, que se le dé la oportunidad de integrarse y darse a conocer entre la sociedad, para que otros jóvenes puedan ver y conocer lo fácil y beneficioso que es participar y hacer crecer el capital social dentro de la política (Aguilera Ruiz, 2010).

En la investigación de Agudelo-Remírez, Murillo-Saá y Echeverry-Restrepo (2013) sobre la participación ciudadana y la práctica de la política en los jóvenes, se dan a conocer las ideas que estos tienen sobre la participación política. Gracias a la globalización y a las nuevas tecnologías, mucha información que se tiene a la mano ayuda a que la participación disminuya. Esto es un aspecto que se debería con-

trolar o debería estar regulado, ya que muchos mensajes que quiere dar algún producto o servicio se dan de forma inadecuada (Agudelo-Remírez, Murillo-Saá y Echeverry-Restrepo, 2013).

Por esto, se recomienda fortalecer proyectos que apoyen a las minorías que desean hacer un cambio, haciendo que cada vez sean más y más los jóvenes se involucren en asuntos políticos con el fin de mejorar la sociedad (Agudelo-Remírez, Murillo-Saá y Echeverry-Restrepo, 2013).

II. Objetivo, hipótesis y pregunta de investigación

Objetivo:

Explicar el impacto de los medios sociales tanto en la creación de capital social como en el sentimiento de eficacia política en los jóvenes universitarios en México y Colombia.

Hipótesis:

El sentimiento de eficacia política interna y externa, así como el capital social de los jóvenes universitarios mexicanos y colombianos se relaciona con su participación política dentro y fuera de línea.

Pregunta de investigación:

¿De qué manera se asocia la eficacia política y el capital social con la participación política dentro y fuera del Internet en las audiencias universitarias de México y de Colombia?

III. Metodología

El presente estudio es de carácter correlacional. Se utilizaron ítems de diversos

estudios (Gil de Zúñiga, H.; Veenstra, Vraga y Shah, 2010; Kushin y Yamamoto, 2010; Pishghadam, Nohani y Zabihí, 2011; Vesnic-Alujevic, 2012; Oser, Hooghe y Marien, 2013) relacionados con la participación política dentro y fuera línea, capital social, así como el sentimiento de eficacia política.

Para el caso de México se realizó una encuesta en cuatro estados del país (Nuevo León, Durango, Coahuila y Sonora) a jóvenes universitarios mexicanos, del 6 de marzo al 2015 al 3 de junio del 2015⁴. Dicha encuesta se aplicó de manera presencial con ayuda de profesores y personal administrativo de diferentes universidades. También se llevó a cabo de forma virtual, a través de la plataforma *Google Forms*. La muestra total en este caso fue de 1,694. En el caso de Colombia, se contó con la participación de 8 universidades. La encuesta se realizó en línea con la misma aplicación (*Google Forms*) y se tuvo la participación de 581 estudiantes, llevándose a cabo entre el 15 de agosto y el 30 de septiembre del 2017.

mayor titulada *Efectos de las redes sociales en la participación política de jóvenes universitarios de Nuevo León, Sonora, Durango y Coahuila durante las elecciones legislativas federales de México, 2015*, dirigida por los doctores Abraham Hernández Paz y Daniel Barredo y defendida en la Universidad Autónoma de Nuevo León en 2016, con la máxima calificación.

⁴ Este estudio forma parte del trabajo de campo que se hizo para la tesis doctoral del Dr. Daniel Javier de la Garza Monte-

IV. Resultados

Tabla 1. Eficacia política de los estudiantes consultados en México

	Respuesta Mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Mi voto hace la diferencia	Intermedio	32.2%	538	3.38	1.23
La información que comparto en redes sociales es de calidad	Intermedio	42.8%	714	3.19	1.05
La información que comparto en redes sociales puede contribuir	De Acuerdo	34.9%	580	3.47	1.48
Puedo hacer la diferencia si participo en política	Intermedio	32.3%	539	3.39	1.36
Tengo la manera de influir en lo que hace el gobierno	Intermedio	32.9%	549	2.74	1.20
Tengo la manera de influir en lo que hacen los partidos políticos	Intermedio	31.8%	529	2.60	1.18
Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos	Intermedio	32.6%	544	2.63	1.18
Puedo contribuir a que otros cambien de opinión	Intermedio	32.7%	547	3.25	1.61

Nota: N= 1694. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

Los resultados arrojan que las diferencias son sutiles. En otras palabras, no existen grandes variaciones entre los jóvenes de México y de Colombia. No obstante, conviene destacar que en el caso de las preguntas *Mi voto hace la diferencia*, la respuesta resultó más positiva en Colombia ($M=3.38$, $DE=1.23$ frente a $M=3.88$, $DE=1.19$) que en México. De igual manera, la aseveración en torno a que *la información que comparto en redes sociales es de calidad* y *la información que*

comparto en redes sociales puede contribuir, recibe una respuesta más alta entre los estudiantes colombianos ($M=3.19$, $DE=1.05$ frente a $M=3.39$, $DE=1.12$ en el primer caso y $M=3.47$, $DE=1.48$ frente a $M=3.58$, $DE=1.18$ en el segundo). Por último, la frase *puedo contribuir a que otros cambien de opinión* que mide la eficacia política externa, recibió una respuesta más activa en el caso mexicano ($M=3.25$, $DE=1.61$ contra $M=3.02$, $DE=1.27$).

Tabla 2. Eficacia política de los estudiantes consultados en Colombia

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Mi voto hace la diferencia	Total Acuerdo	40.1%	227	3.88	1.19
La información que comparto en redes sociales es de calidad	Intermedio	37.6%	212	3.39	1.12
La información que comparto en redes sociales puede contribuir	De Acuerdo	33.1%	187	3.58	1.18

Puedo hacer la diferencia si participo en política	De Acuerdo	27.1%	153	3.43	1.30
Tengo la manera de influir en lo que hace el gobierno	Intermedio	28.3%	160	2.79	1.29
Tengo la manera de influir en lo que hacen los partidos políticos	Intermedio	29.2%	165	2.50	1.22
Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos	Intermedio	29.2%	164	2.59	1.26
Puedo contribuir a que otros cambien de opinión	Intermedio	31.3%	177	3.02	1.27

Nota: N= 581. El valor mínimo es de 1, y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

En cuanto al capital social que se desprende de la cercanía de los jóvenes con su entorno inmediato, (*hablo con mis padres, veo a mis hermanos y amigos*), el comportamiento de los encuestados en ambos casos fue similar, salvo que en el primer caso la respuesta fue más favorable en el grupo colombiano, en las demás la respuesta mexicana resultó más positiva, como puede verse en las Tablas 3 y 4. Por otra parte, cuando se preguntó a ambos grupos de jóvenes si las redes contribuían a generar confianza o desconfianza, los mexicanos estuvieron ligeramente más inclinados a considerar que este medio servía para generar confianza ($M=3.32$, $DE=1.09$ contra $M=3.11$, $DE=1.16$). Caso

contrario ocurrió con la siguiente pregunta, en donde los mexicanos consideraron en una proporción mayor que las redes sociales podrían producir desconfianza en un entorno social determinado ($M=3.17$, $DE=1.10$ contra $M=2.87$, $DE=1.15$).

Hay que destacar que en la pregunta en torno a si los jóvenes tenían fuertes lazos con sus contactos en línea y si confiaban en ellos, la tendencia resultó más positiva en los mexicanos que en los estudiantes colombianos ($M=2.98$, $DE=1.10$ frente a $M=2.68$, $DE=1.10$ sobre si consideran que tienen fuertes lazos y $M=2.50$, $DE=1.21$ frente a $M=2.18$, $DE=1.19$ en el asunto de la confianza).

Tabla 3. Capital Social de los estudiantes consultados en México

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Hablo con mis padres	Totalmente de Acuerdo	46.8%	782	4.11	1.08
Participo en actividades para jóvenes	De Acuerdo	31.3%	518	3.60	1.15
Mis padres se involucran en mis actividades	De Acuerdo	30.6%	509	3.46	1.21
Veo a mis hermanos semanalmente	Totalmente de Acuerdo	49.5%	818	3.86	1.41
Veo a mis amigos semanalmente	Totalmente de Acuerdo	46.5%	773	4.01	1.17
Tengo lazos con la comunidad	Intermedio	38.1%	634	3.36	1.05
Las redes sociales contribuyen a generar confianza	Intermedio	35.5%	592	3.32	1.09

Las redes sociales contribuyen a disminuir confianza	Intermedio	38.8%	639	3.17	1.10
Incrementan la confianza entre gente que no se conoce	Intermedio	38.9%	648	3.11	1.11
Tengo fuertes lazos con mis contactos	Intermedio	38%	633	2.98	1.10
Confío igual en amigos offline y online	Intermedio	28.6%	479	2.50	1.21

Nota: N= 1694. El valor mínimo es de 1, y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

Tabla 4. Capital Social de los estudiantes consultados en Colombia

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Hablo con mis padres	Total Acuerdo	51.0%	288	4.25	.93
Participo en actividades para jóvenes	De Acuerdo	30.3%	171	3.68	1.11
Mis padres se involucran en mis actividades	Intermedio	25.8%	146	3.05	1.29
Veo a mis hermanos semanalmente	Total Acuerdo	38.3%	214	3.32	1.67
Veo a mis amigos semanalmente	Total Acuerdo	41.4%	233	3.89	1.22
Tengo lazos con la comunidad	De Acuerdo	30.7%	173	3.38	1.16
Las redes sociales contribuyen a generar confianza	Intermedio	36.9%	208	3.11	1.16
Las redes sociales contribuyen a disminuir confianza	Intermedio	37.5%	211	2.87	1.15
Incrementan la confianza entre gente que no se conoce	Intermedio	34.9%	197	2.96	1.16
Tengo fuertes lazos con mis contactos	Intermedio	34.3%	192	2.68	1.15
Confío igual en amigos offline y online	Total desacuerdo	39.7%	224	2.18	1.19

Nota: N= 581. El valor mínimo es de 1, y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

Después de un análisis factorial, se realizó una correlación entre cuatro diferentes constructos: participación política en línea, participación política fuera de línea, eficacia política y capital social. Como se puede apreciar, en ambos casos (México y Colombia) existe una correlación positiva entre todos los factores.

En el caso colombiano la participación en línea se relaciona con la participación

fuera de línea de manera más fuerte ($r = .506$ $p < .01$) frente a ($r = .472$ $p < .01$). La relación entre la participación dentro de línea y el sentimiento de eficacia política es ligeramente más fuerte en el caso mexicano que en el colombiano ($r = .280$ $p < .01$) frente a ($r = .268$ $p < .01$). Este patrón también se repite en la relación que existe entre el sentimiento de eficacia política con la participación política fuera de línea ($r = .409$ $p < .01$) frente a ($r = .350$ $p < .01$).

En cuanto al capital social, la participación en línea se relaciona de manera más positiva en el caso colombiano que en el mexicano ($r = .200$ $p < .01$) frente a ($r = .123$ $p < .01$), aunque esa tendencia no se vislumbra en la participación política fuera de línea ($r = .207$ $p < .01$) frente a ($r = .228$ $p < .01$).

Tabla 5. Relación entre participación dentro y fuera de línea, eficacia política y capital social en México

	1	2	3	4
Participación en línea	1	.472**	.280**	.123**
Participación fuera de línea		1	.409**	.228**
Eficacia política			1	.397**
Capital social				1

*Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.*

Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas.

Tabla 6. Relación entre participación dentro y fuera de línea, eficacia política y capital social en Colombia

	1	2	3	4
Participación en línea	1	.506**	.268**	.200**
Participación fuera de línea		1	.350**	.207**
Eficacia política			1	.331**
Capital social				1

*Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.*

Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas.

V. Discusión

Con base en los resultados encontrados en este estudio comparativo, es posible afirmar que así como auguraron Trilla, Jover, Martínez y Romañá (2011), los medios sociales contribuyen a facilitar la participación política. Esto quedó de manifiesto en dos contextos distintos, en cuanto a que la participación dentro y fuera de línea se haya relacionada. Se puede decir que existe un avance notable desde la investigación de Echeverría (2009), en la medida en que el acceso al Internet y la facilidad en la conectividad, han ayudado a contribuir a que los medios sociales tengan una mayor relevancia en el proceso político. Esto también se encuentra relacionado

con lo que menciona Cebrián (2009), que debido a la generalización del Internet, ha crecido la forma en que las personas se informan. Al igual que el hallazgo de Meyer (2017), este estudio coincide en que el acceso a las plataformas de medios sociales puede ser un conducto para la participación política.

Respecto a la eficacia política, el estudio coincide con Morrell (2005), en cuanto a que la participación tiene una relación positiva con este sentimiento. De esta forma, también se confirman los resultados de los estudios tanto de Velásquez y LaRose (2015), Reichert (2016) y De Zuñiga y Ardévol-Abreu (2017), que señalan que el conocimiento de los asuntos de política refuerza

el sentimiento de eficacia política. En el caso de nuestro estudio, ese conocimiento se obtiene a través de los medios sociales.

En lo que concierne al capital social, los medios sociales pueden coadyuvar a su creación, como se identificó en el estudio de Bermúdez (2017). Conviene recordar que es importante reforzar las redes sociales en el entorno real como se menciona en el estudio de Mieles y Alvarado (2012). Tanto para los estudiantes mexicanos como colombianos, aquellas preguntas en torno a la forma en que se consolidan las relaciones cercanas, obtuvieron una respuesta que en lo general fue positiva, por encima de la media. Es posible identificar que la creación de capital social está relacionada con la participación dentro y fuera de línea, por lo que, a diferencia de lo que se encontró en el estudio de Agudelo-Remírez, Murillo-Saá y Echeverry-Restrepo (2013), consultar información sobre política en medios sociales puede ayudar a fortalecer la participación política.

VI. Conclusiones

Se puede concluir que los constructos de participación política dentro y fuera de línea, así como la formación de capital social y el sentimiento de eficacia política se encuentran relacionados. Esto confirma lo que se ha obtenido en otros estudios empíricos, tanto en México (De la Garza y Barredo, 2017), como en Ecuador (De la Garza, Barredo y Arcila, 2017). Este estudio refuerza la idea de que existe una fuerte relación entre la participación política dentro y fuera de línea, siendo un fenómeno que se comparte de manera similar entre jóvenes de diferentes países latinoamericanos.

Salvo algunas mínimas variaciones, la consolidación del capital social, el sentimiento de eficacia política, así como la participación política en estos medios, tuvo un comportamiento similar en los jóvenes mexicanos y colombianos. Las

diferencias podrían acreditarse a las limitaciones del estudio. Dentro de estas se puede identificar el tiempo que transcurrió entre la aplicación del primer estudio y el segundo, el tamaño de la muestra (en ambos casos se trató de un muestreo no probabilístico por conveniencia), como las propias diferencias tanto culturales como de conectividad que puedan existir entre aquellos que contestaron el estudio. Sin embargo, es justo distinguir que a pesar de las limitaciones que se han descrito, existió una consistencia notable en los resultados que se reportaron.

Así como auguraban González y Galindo (2013), los medios sociales se han convertido en una herramienta importante que permite cohesionar en un momento dado, a diferentes grupos de la sociedad civil con un objetivo en común. Sin embargo, debe establecerse que estas herramientas continúan en desarrollo, por lo que sus efectos deben analizarse de acuerdo a su contexto político, social y cultural (Kushin y Yamamoto, 2010).

Tanto México como Colombia celebrarán elecciones presidenciales en el año 2018. Este proceso político podría representar una oportunidad para seguir construyendo en una línea de investigación que se encuentra en desarrollo, en torno a una nueva modalidad de implicación que puede fortalecer formas más tradicionales. De igual manera, esta forma de participación se beneficia tanto de la confianza que se produce mediante la creación del capital social, como del sentimiento de eficacia política que se traduce en la convicción de que la participación de todos los individuos no carece de valor, y que potencialmente puede contribuir a mejorar su entorno.

Referencias bibliográficas

Abejón, P. y Mayoral, J. (2017). Persuasión a través de Facebook de los candidatos en las elecciones generales de 2016

- en España. *El profesional de la información*, 26, (5), pp. 928-936.
- Agudelo-Remírez, A., Murillo-Saá, L., y Echeverry-Restrepo, L. (2013). Participación ciudadana y prácticas políticas de jóvenes en la cotidianidad. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 11 (2), pp. 1- 17.
- Aguilera Ruiz, O. (2010). Cultura política y política de las culturas juveniles. *Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 15 (50), pp. 1 - 13.
- Aguirre Aricapa, N. (2012). La confianza, los valores y el capital social en jóvenes. *Invest. Univ. Quindío*, 23 (2), pp. 1 - 7.
- Alvarado, S. V., Ospina, H., Botero, P. y Muñoz, G. (2008). Las tramas de la subjetividad política y los desafíos a la formación ciudadana en jóvenes. *Revista argentina de sociología*, 6 (11), pp. 1 - 26.
- Arias Cardona, A. M. y Mazo Peña, J. A. (2016). Capital social: asociacionismo, confianza - valores y ciudadanía en jóvenes universitarios. *Revista Katharsis*, (21), pp. 1-24.
- Arias, C. A. y Alvarado, S. (2014). Jóvenes y política: de la participación formal a movilización informal. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 13 (2), pp. 1-14.
- Ballester, L., Pascual, B. y Vecina, C. (2013). Redes sociales, políticas públicas y capital social. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, (61), pp. 1-43.
- Bermúdez, M. M. (2017). Subjetividades juveniles, expresiones políticas y uso de tecnologías digitales. *Praxis & Saber*, 8 (17), pp. 1 -26.
- Cabalin, C. (2014). Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile. *Comunicar*, 43(22). 25-33. doi: 10.3916/C43-2014-02.
- Carpara, G. Vecchione, M. Capanna, C. y Mebane, M. (2009). Perceived political self-efficacy: Theory, assessment, and applications, *European Journal of Social Psychology*, 39, 1002–1020.
- Cebrián, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. *Comunicar*, 33 (17), pp. 15-24.
- Craig, S, Niemi, R. y Silver, G. (1990). Political Efficacy and Trust: A Report on the NES Pilot Study Items, *Springer*, 12 (3). 289-314.
- De la Garza, D. y Barredo, D. (2017). Democracia digital en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015. *index. comunicación*, 7(1), 95 - 114.
- De la Garza, D., Barredo, D. y Arcila, C. (2017). "Participación política y medios de comunicación. Un estudio sobre los jóvenes ecuatorianos". En Arcila, C., Barredo, D. & Castro, C. (Eds.). *Comunicación digital: Participación y movimientos sociales en América Latina* <pp. 93 - 110>. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- De Zuñiga, H. Diehl T. y Ardévol-Abreu, A. (2017). Internal, external, and government efficacy: effects on news use, discussion, and political participation, *journal of broadcasting & electronic media*, 61 (3), pp, 574 – 596.
- Echeverría, M. (2010). Ciber campañas e inclusión ciudadana. Del potencial cívico de los sitios de campaña en las elecciones legislativas de 2009. *Sociológica*, 72, pp. 71-108.
- Echeverría, M. y Meyer, J. (2017). Internet y socialización política. Consecuencias en la participación juvenil. *Anagramas*, 15, (30), pp. 29-50.

- Galindo, J. y González, J. (2013). #Yosoy132: La Primera Erupción Visible. México: Global Talent University Press.
- García-Valdecasas Medina, J. (2011). Una definición estructural de capital social. *Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 20, pp. 1- 30.
- Gil de Zúñiga, H., Veenstra, A., Vraga, E. y Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation. *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), 36-51. doi: 10.1080/19331680903316742.
- Ikeda, K. Kobayashi, T. Hoshimoto, M. (2008). Does political participation make a difference? The relationship between political choice, civic engagement and political efficacy, *Electoral Studies*, 27, 77-88.
- Kenski, K. y Jominie, N. (2006). Connections between internet use and political efficacy, knowledge, and participation. *Journal of broadcasting & electronic media*, 50(2) pp. 173-192.
- Kushin, M. T. y Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election. *Mass Communication & Society*, 13(5), 608-630. doi:10.1080/15205436.2010.516863.
- Mieles Barrera, M. y Alvarado Salgado, S. (2012). Ciudadanías y competencias ciudadanas. *Estudios Políticos*, 40, pp. 1 - 23.
- Morrell, M. (2005). Deliberation, democratic decision-making and internal political efficacy, *Political Behavior*, 27 (1), pp. 49-69.
- Oser, J., Hooghe, M. y Marien, S. (2013). Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification. *Political Research Quarterly*, 66 (1), 91-101. doi: 10.1177/1065912912436695.
- Pishghadam, R., Nohani, M. y Zabihi, R. (2011). The Construct Validation of a Questionnaire of Social and Cultural Capital. *English Language Teaching*, 4 (4), 195-203. doi: 10.5539/elt.v4n4p195.
- Reichert, F. (2016). How internal political efficacy translates political knowledge into political participation, *Europe's Journal of Psychology*, 12(2), 221–24.
- Solhaug, T. (2006). Knowledge and Self-efficacy as Predictors of Political Participation and Civic Attitudes: with relevance for educational practice, *Policy Futures in Education*, 4 (3), 265 – 278.
- Trilla, J. Jover, G. Martínez, M, y Romañá T. (2011). La participación de los estudiantes en el gobierno y la vida universitaria. *Encounters on Education*, 12, pp. 93 – 111.
- Vargas, G. (2002). Hacia una teoría del capital social. *Economía institucional*, 4 (6), pp. 13- 22.
- Velasquez, A. y LaRose, R. (2015). Social Media for Social Change: Social Media Political Efficacy and Activism in Student Activist Groups, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(3), pp. 456–474.
- Vesnic-Alujevic, L. (2012). Political participation and web 2.0 in Europe: A case study of Facebook. *Public Relations Review*, 38(3),466-470. doi: 10.1016/j.pubrev.2012.01.010.

Fecha de entrega: 26 de febrero de 2018
Fecha de dictamen: 19 de marzo de 2018