

Uso de Internet, partidismo y movilización cognitiva¹

Internet use, partisanship and cognitive mobilization

Héctor Gutiérrez Sánchez

Betsy Elizabeth Torroella Olvera

Resumen

La llegada del Internet implicó una disponibilidad de información política sin precedentes, lo que podría significar una ciudadanía más racional y menos guiada por partidismos. Con información de tres encuestas, se muestra cómo sí hay una relación entre el Internet y el apego partidista, pero dicho vínculo está mediado por la edad y sugiere que el Internet es un medio, no un factor independiente.

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

As Internet appeared, an unprecedented amount of political information became available to the public; this could mean more rational citizens with less need of partisan guide. With information from three surveys, it is shown that there is a relationship between the Internet and partisanship, but it is mediated by age and seems to indicate the Internet is more a mean than an independent factor.

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

Introducción

Este artículo indaga las repercusiones políticas del Internet en población mexicana, específicamente, se investiga si a mayor uso de este medio hay una mayor

¹ Artículo enviado la revista “Comunicación y Sociedad” de la Universidad de Guadalajara, actualmente en proceso de evaluación, julio 2017

evidencia de movilización cognitiva y menor apego partidista. El trabajo comienza presentando el campo de estudios de Internet y política, después se presentan las teorías de la identificación partidista (IP) y de movilización cognitiva (MC), ambas intentan explicar la conducta electoral pero tienen supuestos distintos en relación a la disponibilidad de información, lo que las vincula con el uso del Internet, así que después se revisa empíricamente si el apego partidista -principal evidencia de la IP contra la MC- está estadísticamente relacionado con el uso de este medio. Hacia el final del texto, se presentan las conclusiones, donde se recuperan discusiones del rol del Internet a la luz de la nueva evidencia aquí presentada

Política e Internet

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

Desde la academia, se ha investigado mucho sobre el Internet y la política, muchos trabajos se han concentrado en comprender a la red como un nuevo escenario de

política, potencialmente más horizontal, interactivo y democrático que muchos otros. En sus inicios, estos trabajos sugerían que el Internet sería un factor de democratización y participación ciudadana, pues se hacía énfasis en cómo la red permite una interactividad casi inmediata y horizontal; con el Internet los gobiernos y partidos podrían estar en profundo contacto con los ciudadanos y a su vez, los ciudadanos podrían fácilmente contactarse entre sí y movilizarse para lograr metas políticas. Estos primeros trabajos imaginaban al Internet como un emocionante espacio de nuevos ciberactivismos y ciberciudadanos, (Jordan, 1999), Corrado y Firestone (1997) suponían 4 consecuencias del Internet; un fortalecimiento del vínculo ciudadanía-candidatos, mejora en la información política de la ciudadanía, mayor accesibilidad de los candidatos y aumento en las alternativas de los votantes y la participación cívica, en esta misma lógica está el trabajo de Fisher, Margolis y Resnick (1996) que propone algunos tipos de vida cívica en Internet, entre los que destacan: Comunitarismo (Semejante a la democracia directa y horizontal), movilización democrática (usar el Internet para auxiliar movimientos cívicos convencionales) e intercambio entre semejantes (formación de grupos con miembros de ideologías similares).

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

tendencia de los partidos a usar el Internet en un único sentido sería un punto recurrente en muchos otros estudios. Una investigación en Estados Unidos concluyó que el Internet sí ayuda a la movilización ciudadana, pero sólo cuando se tiene ya una politización previa, además, se sugiere que el ámbito del Internet está poco vinculado con el del voto (Xenos y Bennett, 2007). En esta misma lógica se encuentra el estudio de Sampedro y Seoane (2009) quienes investigaron la elección general española 2008 y encuentran que los candidatos han utilizado el Internet principalmente como un medio más a través del cual difunden contenidos, con poco interés en la interacción con el público. Un trabajo de Anduiza, Cantijoch, Colombo, Gallego y Salcedo (2010) encuentra nuevamente que el uso político del Internet es una especie de extensión de actitudes y actividades pre-existentes en otros ámbitos, además de que la participación política on-line es aún muy escasa. Ya que el Internet es una herramienta usada principalmente por jóvenes, los nuevos estudios menos optimistas se suelen concentrar en esta población, misma que infortunadamente, es políticamente muy apática, característica también visible en el mundo virtual (Ward, 2005).

Con algunas pocas excepciones, el Internet parece no ser el factor democratizador que se esperaba que fuera, pero esto no elimina el hecho de que es un muy importante distribuidor de información, papel que siempre fue considerado. En etapas muy tempranas, se pensó que el Internet podría sustituir a la televisión (Hill y Hughes, 1998) y en concordancia, se hicieron análisis de cómo sería este nuevo tipo de medio de comunicación, estos esfuerzos no ignoran el potencial interactivo del medio, pero se concentran en indagar quiénes usan el Internet y qué buscan en él, por ejemplo, Anduiza Cantijoch y Colombo (2010) hacen una detallada descripción

de esto durante las elecciones españolas de 2008. Los estudios sobre “audiencias” se suelen basar en teoría de la comunicación y en psicología (Bell, 1984), estos trabajos generalmente asumen usuarios que antes se veían vulnerables ante el desarrollo del mass media (Horkheimer y Adorno, 2009) pero ahora son mucho más críticos y activos, generalmente se asume que los internautas son capaces no sólo de elegir el contenido que consumen, sino también de crear, de complementar la información e interactuar con ella (McLuhan, 1996).

El campo de estudio sobre Internet y política está marcado por su gran optimismo inicial y posterior desilusión, pero también tiene fuertes sesgos geográficos. Casi todos los estudios aquí señalados abordan población europea o estadounidense y están en lengua inglesa, de los pocos trabajos en castellano, casi todos abordan el caso español. Entre los trabajos escritos en Latinoamérica, muchos hacen revisiones del estado del tema sin concentrarse en algún país en particular (Almeida, 2006; Mussa y Gomes, 2013; Del Rey 2008; Padilla y Flores, 2011), hay algunos que sí analizan sus respectivos países (Bartolucci, 2005; de Rincón, 2011) y entre ellos, hay trabajos sobre México (Espino 2012 y 2014; Padilla, 2014; Torres 2009; Rojas, 2013). Los estudios sobre el caso mexicano usualmente concluyen que el Internet podría ser un espacio de interacción entre gobierno y ciudadanos, pero de momento los políticos nacionales sólo lo usan para difundir unilateralmente sus mensajes, generalmente estos textos son reflexiones ensayísticas sin evidencia empírica que las sustente o -en el mejor de los casos- contienen sólo algunos datos descriptivos sobre uso del Internet y análisis interpretativos de contenidos en línea. En realidad existe poca información sobre el Internet y la política en México y esto importa mucho porque la cultura política y las instituciones mexicanas distan mucho de las

democracias consolidadas donde se suelen hacer estudios sobre el tema, así, los trabajos mexicanos son relevantes y útiles, pero sus evidencias empíricas son limitadas e invitan a un análisis más profundo; al tratarse de la relación entre dos áreas (política-Internet), se esperaría al menos el uso de estadística bivariada, lo que no se suele ver en trabajos nacionales.

Mucho se ha discutido si el Internet por sí mismo es un factor de democracia y participación ciudadana, pero aun si el Internet no se transforma en el ágora electrónica donde políticos y ciudadanos discuten, tiene un importante peso en la medida en que es una fuente casi infinita de información y la información es algo que ha sido considerado desde hace tiempo en la ciencia política. Ahora como nunca antes, cualquier ciudadano puede acceder a una gran cantidad de datos sobre cualquier candidato, sobre cada propuesta y sobre cada afirmación política, la información (censurada, controlada, libre, escasa o abundante) siempre ha sido un elemento clave de todo sistema político y esta reciente abundancia de datos a través del Internet podría tener efectos enormes en el comportamiento ciudadano.

Preguntas como esta ya han comenzado a hacerse en otros países (Tolbert y Mcneal, 2003) pero en México no se ha indagado el efecto político del Internet más allá de si es o no un ágora virtual. El presente trabajo aspira a investigar si el Internet -como un copioso medio de comunicación- se relaciona o no con uno de los principales factores que han explicado el comportamiento político mexicano; la identificación partidista.

Movilización cognitiva y partidismo

Muchos trabajos sobre Internet y política son poco finos al describir los posibles efectos “democratizadores” de este medio y no profundizan en cómo se supone que esta nueva tecnología afectaría la esfera de lo político. Por ejemplo, se suelen asumir que la hiperpolitización de los ciudadanos necesariamente es buena para una democracia, argumento aceptado por la ciencia política clásica, pero refutado convincentemente por Almond y Verba (1963). El presente trabajo es muy cuidadoso en este respecto y aspira a relacionar el uso del Internet con un debate político reciente, relevante y preciso; la discusión entre identificación partidista y movilización cognitiva.

El estudio de la conducta política mexicana tomó fuerza conforme la estructura de partido hegemónico dio paso a un sistema de partidos competitivos, antes de eso los avatares internos del partido gobernante eran mucho más importantes que los votos y actitudes de la población. Desde esas primeras etapas, aparecieron 3 corrientes más o menos claras que buscaron explicar el comportamiento político: la sociológica, la psicológica y la racional. La corriente sociológica es poco relevante para este estudio pero popular entre los investigadores, sugiere que el comportamiento electoral está explicado por la pertenencia a grupos sociales, comienza con trabajos de Lazarsfeld y en México se ha usado para mostrar cómo la pertenencia a ciertos grupos sociales determina el comportamiento político-electoral.

La corriente psicológica también tuvo gran éxito en México y es la base de la teoría de la IP. La idea general de este enfoque es que el comportamiento político está determinado por valores y actitudes bien arraigados en la persona -típicamente inculcados en etapas tempranas de la vida-, mismos que guían tanto la acción como

las opiniones políticas. La corriente psicológica incluye también los trabajos sobre cultura política, pero aquí nos concentraremos en la teoría del partidismo, según esta idea, los ciudadanos no están plenamente capacitados para comprender el contexto político en que sucede una elección por lo que no toman decisiones políticas plenamente racionales, en lugar de ello, las personas comunes necesitan guías cognitivas que los orienten para sus decisiones, dichas guías cognitivas consisten en afinidades psicológicas que hacen que las personas se sientan identificadas con algún partido político, esta idea (Modelo Michigan) tiene su base en el libro “El votante americano” (Campbell, Converse, Miller, y Stokes 1960) y ha sido muy utilizada para explicar el voto en México.

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

En México, Alejandro Moreno (1999, 2009, Moreno y Méndez, 2007) es probablemente el principal exponente y defensor de la teoría de la IP, esta idea se suele defender con importantes correlaciones halladas en encuestas que preguntan tanto por la identificación partidista como por la intención de voto, dichas correlaciones van de .74 y .77 (Moreno, 2009) hasta .87 (Guardado, 2009). A pesar de estas evidencias empíricas, la teoría de la IP ha recibido diversas críticas, algunas sólo implican cambiar ajustes menores para adaptarla a contextos pluripartidistas, pero una crítica más sustancial sugiere que ya no son las identificaciones partidistas las que determinan la conducta electoral, sino que ahora los ciudadanos -más y mejor informados- toman decisiones políticas racionales basados en datos abundantes y bien comprendidos. Según esta idea, en 1960 cuando Campbell propuso la IP, el estado de los medios de comunicación y de la educación sí apuntaban a ciudadanos cognitivamente dependientes de los partidos, pero la disponibilidad actual de información (aquí el Internet es clave) y el aumento en la educación permiten a las personas actuales tomar decisiones políticas mucho más informadas y racionales. Esta idea es defendida por Dalton (1984) y por otros autores cercanos al enfoque racional. Tanto a nivel internacional como en México, esta hipótesis suele defenderse mostrando que la IP parece estar decreciendo y explicando cada vez menos de la conducta electoral, aunque para el caso mexicano, Moreno ha contraargumentado señalando que este decremento es pequeño y quizá debido al relevo generacional o al cambio de partido, más que a una despartidización general de la ciudadanía (Moreno y Mendez 2007).

Este es un punto de intenso debate politológico. La teoría de la IP insiste en el partidismo (fenómeno duradero, estable e inculcado en la infancia) como causa de la decisión electoral, mientras la MC sugiere que elementos mucho más inmediatos (como la evaluación del gobierno saliente) son los que explican la decisión política. El primer esquema imagina un electorado que está poco informado, que recibe pocos datos políticos, no los comprende del todo y no busca activamente más información, el segundo implica una ciudadanía bien enterada, pues recibe mucha información y además puede buscar y encontrar más datos cuando así lo requiere. Esta confrontación ha generado interesantes argumentos, por ejemplo, se propuso que a pesar del incremento en escolaridad y la mayor accesibilidad de la información política, el público en general sigue siendo profundamente ignorante del acontecer político (Smith, 1989; Delli y Keteer 1996), lo que evoca aquel argumento del Internet y su potencial desaprovechado. También se ha sugerido que la abundancia de información no necesariamente tiene una correlación negativa con la IP, pues ocasionalmente pareciera que los más partidistas son los más informados (Albright, 2009), esto se relaciona con aquel argumento de que el Internet es usado principalmente por quienes ya eran políticamente activos.

En este contexto de debate, el Internet con su enorme posibilidad para divulgar información podría ser un factor crucial en favor de la MC. De hecho, esto ya se ha investigado en otros países con resultados prometedores, Sudlich, Wall y Baccini (2015) analizaron la elección irlandesa de 2011 y encontraron que el uso de Internet se relaciona con la incertidumbre electoral opuesta a la identificación partidista. Sin embargo, poco o nada se sabe del efecto que tiene el Internet en el comportamiento

político mexicano; este nuevo medio de comunicación podría o no ser un factor que apoye la MC al vincularse con un menor partidismo.

Internet e identificación partidista

Para resolver este problema de investigación se usaron datos de tres encuestas que contenían información tanto sobre temas políticos como sobre uso del Internet; la Encuesta Nacional de Cultura Política (ENCUP) más reciente (2012), el Latinobarómetro más actualizado (2015) y finalmente el Informe país sobre la Calidad de la ciudadanía en México. Contrario a muchas otras investigaciones, no se hizo aquí análisis cualitativo de información en línea, pues no se buscaba analizar la lógica con la que funciona la web 2.0 ni comprender la subjetividad de los emisores de mensajes. Se usaron principalmente encuestas sobre política porque son las únicas que contienen tanto datos de partidismo como información sobre uso de Internet, requisito indispensable para los fines de esta investigación.

La ENCUP es una encuesta levantada por la Secretaría de Gobernación, su versión 2015 contiene 3750 casos y 3 preguntas de valor para este estudio: ¿Cuál es el medio que más utiliza para informarse de lo que pasa en política?, el 4.8% (178 casos) dijo informarse principalmente por Internet. ¿En su hogar cuentan con computadoras personales, ya sea de escritorio o lap top, funcionando y para uso de los miembros de la familia?, el 35.8% (1341 casos) de los informantes declara sí tener computadora, aunque tener computadora no habla exactamente de Internet, sí es una pregunta suficientemente relacionada como para merecer atención, la encuesta no incluyó preguntas sobre teléfonos con acceso a Internet. Finalmente, la

encuesta tiene la pregunta clásica de IP: ¿Con qué partido político se identifica usted más? El 31.1% de la muestra (1166 casos) dice no identificarse con ningún partido.

Con estas variables se realizó una prueba de χ^2 para tabla de contingencia y se encontró que hay relación entre Internet y el apego partidista -al menos de momento-, pues el 6% de quienes dicen no identificarse con ningún partido usan el Internet como principal fuente de información política, mientras que sólo el 4.1% de quienes sí se identifican con algún partido dicen lo mismo, el porcentaje de uso de Internet como principal medio de información es casi 50% mayor entre “independientes” que entre “partidistas”, la prueba arroja un valor P de .011, por lo que se puede decir que la relación es significativa con una confianza del 95% Esta relación entre Internet y partidismo también se ve en la pregunta sobre computadoras, el 38.6% de los “independientes” dice tener computadora y sólo 34.1% de los partidistas dicen lo mismo, esta relación es estadísticamente significativa, pues la prueba de χ^2 para tabla de contingencia arroja un valor P de .007

Estadísticamente se puede afirmar que a mayor uso de Internet, menor apego partidista, sin embargo, esta tecnología es usada principalmente por jóvenes, grupo que también se sabe que tiende a ser políticamente apático. Por estas razones, se decidió revisar el posible papel de la edad, primero se encontró que la edad está relacionada con el apego partidista, pues la prueba T para muestras independientes arroja un valor P menor a .001; la edad promedio de los partidistas es de 41.36 y de los independientes de 19.01, la edad también se relacionó con las variables sobre Internet, quienes lo usan como principal fuente de información política tienen una

edad promedio de 30.31, mientras que los que recurren a otras fuentes tienen 41.17, esta prueba T arroja un P menor a .001. Además, quienes tienen computadora tienen 38.5 años en promedio y quienes no 41.86, la prueba T vuelve a arrojar un P menor a .001 en este último caso. Entonces, efectivamente quienes más usan el Internet son quienes menos se dicen identificados con algún partido político, sin embargo, son los jóvenes quienes más usan el medio y quienes a su vez se identifican menos con los partidos. Esto presenta un problema que la estadística bivariada no puede resolver, pero los modelos de regresión sí, pues éstos calculan el efecto de una variable sobre otra fijando a terceras variables, en este caso, la regresión es capaz de calcular el efecto del Internet asumiendo una edad promedio fija y luego calcular el efecto de la edad fijando el factor Internet.

La variable dependiente es la identificación partidista y ésta es dicotómica (se identifica o no con algún partido) por lo que se utilizó una regresión logística dicotómica. Con esta herramienta, el valor P de la variable edad fue menor a .001, el del Internet como fuente de información fue de .155 y el de tener computadora fue .062. Con una confianza del 95% (α .05) se puede decir que el apego partidista se relaciona con la edad, pero no con el Internet, mismo que parece tener una relación espuria, pues aparentemente sólo se relaciona con la edad, no con la IP.

Un resultado similar se obtuvo con las otras encuestas. El Latinobarómetro 2015 contiene 1200 casos e incluyó la pregunta ¿Hay algún partido político hacia el cuál se sienta usted más cercano que hacia el resto de los partidos? (nótese que la formulación de la pregunta cambia ligeramente, lo que explica algunas variaciones en varios resultados), el 32.4% dice no ser cercano a ningún partido, se preguntó

también si se tenía computadora (39.8% tiene) y teléfono con acceso a Internet (smartphone) (24.1% lo tiene). El 35.2% de los “partidistas” y el 42.2% de los “independientes” tienen computadora, la prueba χ^2 arroja un valor P de .022 El 24.7% de los “independientes” tiene smartphone y sólo el 23.3% de los partidistas lo poseen, sin embargo, tener smartphone no se relaciona con la IP, pues la prueba χ^2 presenta un P de .597 La edad volvió a ser relevante, pues los independientes tienen en promedio 38.7 años y los partidistas 42.8, diferencia estadísticamente significativa según la prueba T que arroja un valor P menor a .001 Al igual que con la ENCUP, se hizo una regresión logística, donde la edad volvió a ser significativa ($P < .001$) pero la posesión de la computadora dejó de serlo ($P = .105$).

La tercera y última encuesta utilizada es el informe país, éste es un estudio del Instituto Nacional Electoral con apoyo de El Colegio de México, cuenta con 11000 encuestas levantadas en agosto del 2013 (alrededor de 3 veces más que la ENCUP y 10 veces más que el Latinobarómetro). El informe país incluye la pregunta “Independientemente del partido por el que usted vota, ¿usted normalmente se considera panista, priísta, perredista, verde-ecologista, petista, de Movimiento Ciudadano, del partido Nueva Alianza, o de otro partido?” El 49.8% de la muestra dijo que “ninguno”. Sobre Internet, hay varias preguntas interesantes, una de ellas es “¿Usted ha, o no ha Leído o compartido información política por alguna red social de la web como Twitter o Facebook?”, el 8% de los casos lo ha hecho, esta cifra puede parecer pequeña, pero la abundante muestra permite que haya 863 casos que sí comparten información política por redes sociales. También se preguntó si “¿Usted navega por Internet de forma cotidiana?”, 83.7% sí lo hace y “Para finalizar,

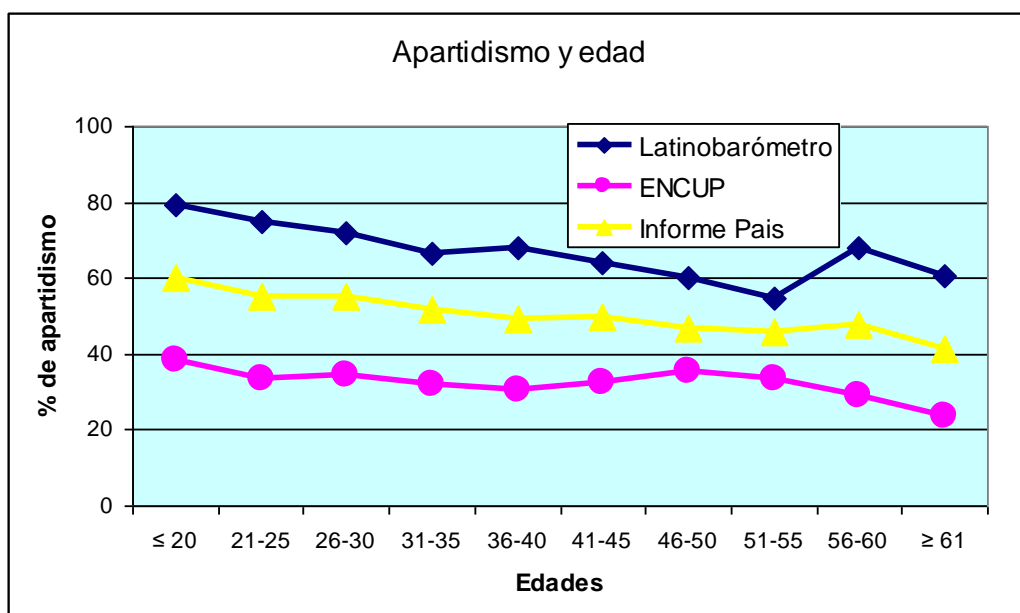
¿podría por favor decirme si en su casa tiene Servicio de Internet?, 27% dijo contar con el servicio.

Las relaciones entre el Internet y la IP fueron semejantes a lo ya visto, el 8.4% de los partidistas y 8% de independientes dijeron haber compartido información política en redes sociales, lo que no fue una relación significativa, pues la prueba χ^2 dio un valor P de .447 a pesar de tener una muestra muy grande (los valores P decrecen al aumentar la muestra), lo mismo sucedió con la pregunta sobre navegar cotidianamente en Internet, el 84% de los independientes dijo hacerlo y el 83.4% de los partidistas también, la prueba de χ^2 arrojó un valor P de .655, únicamente contar con servicio de Internet mostró relación con el partidismo, pues el 28.5% de los independientes cuentan con este servicio y sólo el 25.4% de los partidistas también disponen de él, lo que genera un valor P menor a .001 en la prueba χ^2 para tabla de contingencia. Nuevamente, se revisó el rol de la edad y fue muy semejante a lo visto en las otras encuestas, los independientes tienen en promedio 40.9 años de edad, mientras que los partidistas tienen 44.2, lo que es una diferencia estadísticamente significativa con un P menor a .001, además, quienes cuentan con Internet en casa promedian 39.2 años, y los que no 43.9, lo que también es estadísticamente significativo con un P menor a .001 en la prueba T. La regresión logística encontró que la edad sí tiene una clara relación con el partidismo ($P < .001$), pero tener Internet en casa arrojó un valor P de .021, este valor efectivamente es menor al .05 que se había usado con la ENCUP y el Latinobarómetro, pero esta regresión se realizó con más de 10000 casos, por lo que se esperarían valores P mucho menores, además, si se utilizan coeficientes estandarizados, se puede ver

que el peso estadístico de la edad es casi 5 veces mayor que el de tener Internet en casa, por lo que nuevamente vemos una relación espuria entre el Internet y la IP.

El Internet sí parece guardar cierta relación con la IP, sin embargo, esta relación está mediada por la edad, es decir, la gente más joven tiene menos apego partidista y a su vez usa mucho Internet. Este hallazgo discute con la MC y recuerda a los estudios sobre Internet que lo describen como una herramienta de gran potencial pero de efecto real limitado. Antes de pasar a las conclusiones y retomar la discusión teórica, conviene explorar un poco más la información, pues la edad influye en la IP de modos peculiares y el Internet tiene interesantes efectos a nivel estado.

La edad mostró relación con la IP, se trata además de una relación bastante lineal, pero tiene peculiaridades. La gráfica 1 muestra cómo los más jóvenes sí parecen menos apegados a los partidos, en todas las encuestas tienen los niveles más altos de apartidismo, mientras que conforme las líneas avanzan a la derecha muestran generaciones más viejas que tienen más y más partidismo. Sin embargo, parece haber una anomalía al llegar a las edades entre 50 y 60 años (un poco antes según la ENCUP), ese grupo etario tiene un curioso repunte de apartidismo.



Gráfica 1.- Apartidismo en función de la edad. Fuente: Elaboración propia con datos del Latinobarómetro, la ENCUP y el Informe País

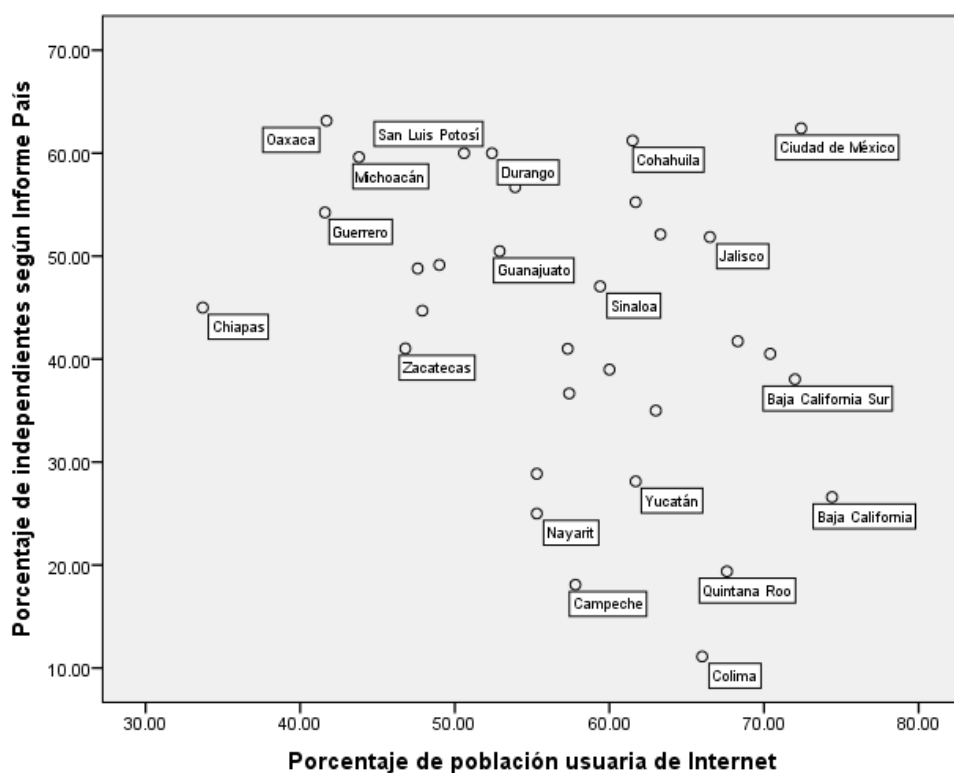
Revisar las generaciones importa porque es complicado saber si se tiene aquí un efecto cohorte o edad, es decir, si cada generación tiene un nivel de apego partidista propio que sostienen conforme pasan los años o si las personas conforme envejecen se vuelven más partidistas. Este par de posibilidades implicaría distintos roles para la información y el Internet, si las personas conforme envejecen inevitablemente se identifican más y más con un partido, no se vislumbra un rol particular para el Internet o el acceso a la información, sin embargo, si cada generación madura con un partidismo distinto, quizá el Internet al formar parte de la formación de nuevas generaciones les deja alguna marca en su perfil político, esta segunda hipótesis parece más probable, pues explicaría por qué las personas de 50-60 años son tan apartidistas, quizá algo en el contexto en que crecieron les impregnó dicha cualidad. Por otro lado, no se esperarían socializaciones políticas demasiado distintas entre generaciones contiguas, lo que explicaría la aparente

linealidad del vínculo edad/IP. Sólo una metodología longitudinal podría confirmar o refutar estas hipótesis, ese tipo de estudios sí se realizan en otros países, pero - salvo contadas y limitadas excepciones- no se llevan a cabo en México, por lo que no se dispone de datos para confirmar o refutar lo que aquí se conjetura.

Finalmente, las encuestas utilizadas son de índole principalmente político, pues los estudios sobre Internet no contienen preguntas políticas, una manera de incluir datos específicamente diseñados para medir el uso de tecnologías de la Información, es cambiar el nivel de medición y hablar de estados de la república en lugar de personas, esto obviamente implica reducir la finura del análisis, pues el promedio de un estado tiene mucho menos variabilidad que el mismo dato a nivel persona (razón por la que no se puede incluir la edad en estos análisis), además, se corre el riesgo de la falacia ecológica. Aun así, revisar la relación del partidismo con el Internet a nivel estado aporta algunos datos importantes, pues al hablar de estados particulares, es posible evocar lo que se sabe de dichas entidades y enriquecer así la discusión. Para este ejercicio se usaron datos de la última Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) y del Reporte país (única encuesta con representatividad sub-nacional), luego se revisó si los estados con mayor acceso y uso de Internet son también los que menor IP presentan. El porcentaje de independientes en cada estado presenta un coeficiente de correlación de $-.339$ al relacionarlo con el porcentaje de casas con Internet y de $-.358$ con el porcentaje de población usuaria de Internet, los valores P de esas correlaciones son $.058$ y $.044$, se les puede considerar estadísticamente significativos, pues provienen de muy pocos casos ($N=32$) y un α de $.1$ resulta apropiada. No es posible incluir aquí la edad, pues la edad “promedio” o “mediada”

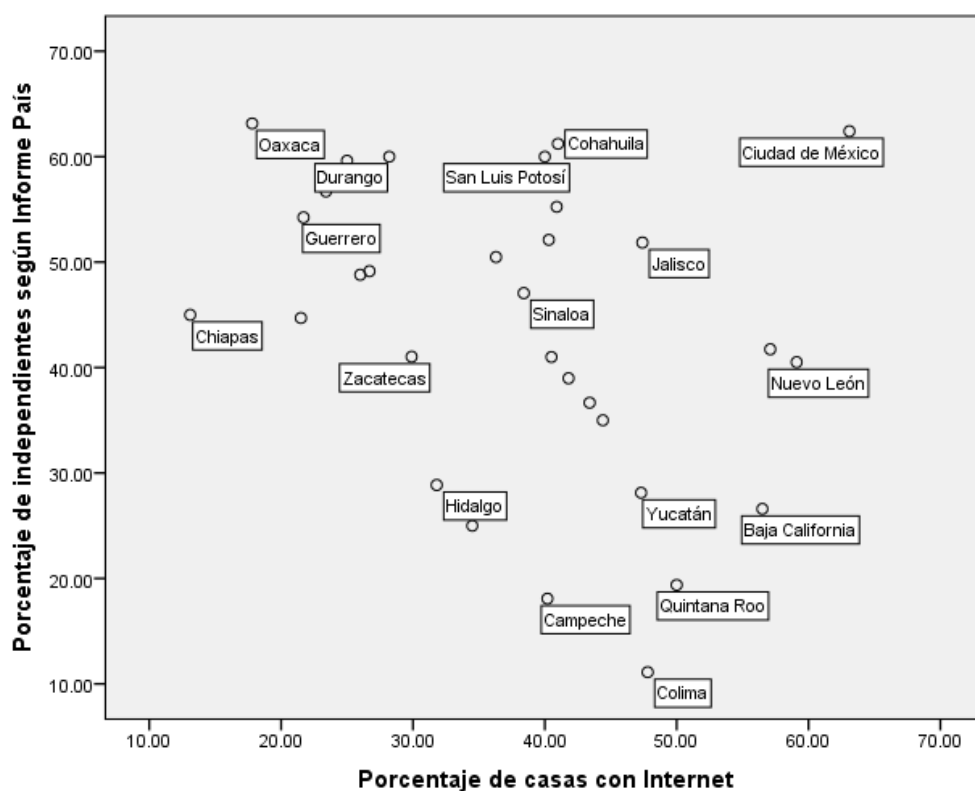
de cada estado tiene variaciones demasiado pequeñas para ser matemáticamente útiles.

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



Gráfica 2.- Porcentaje de independientes y de usuarios de Internet por estado.

Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH y el Reporte País



Gráfica 3.- Porcentaje de independientes y de casas con servicio de Internet por estado. Fuente: Elaboración propia con datos de la ENDUTIH y el Reporte País

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

en contextos de poco partidismo pero también de marginación, nótese la ubicación de Oaxaca, Chiapas y Guerrero en la esquina superior izquierda, conforme aumenta la cobertura de este servicio, pareciera que se abre la posibilidad de mayor partidismo pero no crece el apartidismo: La Ciudad de México está muy bien conectada, pero su apartidismo no es muy distinto al de Chiapas, por su parte, Colima, Campeche y Quintana Roo, parecieran aprovechar el Internet para desarrollar su partidismo. Así, el Internet parece poder favorecer el partidismo, aunque no parece aumentar la independencia, nótese que conforme avanza el Internet aparecen estados muy partidistas, pero no aparecen estados muy apartidistas, tenemos aquí un aumento de dispersión conforme avanza el eje X, pero sólo hacia abajo en Y.

Conclusiones

Alineado con lo ya sabido sobre el tema, este estudio también apunta a que el Internet por sí mismo no es un factor que transforme a la ciudadanía en un colectivo informado y políticamente comprometido. Sí hay una relación entre el uso de esta tecnología y la independencia de los partidos, pero parece más un efecto secundario de la edad; los jóvenes están poco atraídos a los partidos y a su vez usan mucho el Internet, en este sentido vale la pena recuperar los datos del informe país según los cuales los mexicanos comparten poca información política en las redes y además, ese hecho no se vincula con la identificación partidista.

Pareciera que son las generaciones las que determinan el grado de partidismo (auxiliadas o no por el Internet y los medios de comunicación) y a nivel estado aparece una relación inversa a la esperada; los estados con mayor acceso al

Internet son -de hecho- más partidistas, aun cuando no haya una relación lineal, sí es notorio que el mayor partidismo se da donde el Internet ha penetrado, lo que concuerda con la postura de Espino (2012) según la cual en México los partidos sólo usan el Internet para difundir su propaganda.

Sin embargo, esto no significa que esta nueva tecnología no tenga ningún rol relevante, no olvidemos que a pesar de todo, aquí se muestra cómo ciertos indicadores del Internet sí están relacionados con la identificación con partidos políticos y además, se pueden discernir patrones entre cuánto Internet hay en los estados y sus características políticas. Estudios anteriores y los hallazgos aquí presentados parecen sugerir que el Internet es un medio, una herramienta que puede o no ser utilizada para los fines que el sujeto desee, las generaciones más jóvenes son poco simpatizantes de los partidos y usan mucho el Internet, lo que les da acceso a mucha información de la que pueden disponer para defender sus posturas, sí parece que es la edad más que el Internet en sí mismo lo que determina la voluntad política, pero el medio no es trivial. Algo semejante se ve en la gráfica de estados, donde el Internet parece ser el factor que permite un alto partidismo. Así pues, Internet no parece un factor que determine la postura política de los mexicanos, pero sí parece una herramienta importante para auxiliar a los sujetos en sus fines.

Bibliografía

Albright, J. (2009). Does political knowledge erode party attachments? A review of the cognitive mobilization thesis. *Electoral Studies*, 28, 248-260.

- Almeida, M. J. F. P. (2006). Debates políticos na internet: a perspectiva da conversação civil. *Opinião Pública*, 12(1), 164-187.
- Almond, G., y Verba S. (1963). *The civil Culture*. Princeton, Estados Unidos: Sage publications.
- Anduiza, E., Cantijoch, M., Colombo, C., Gallego, A., y Salcedo, J. (2010). Los usos políticos de Internet en España. *Revista española de investigaciones sociológicas*, 129, 133-146
- Anduiza, E., Cantijoch, M., y Colombo, C. (2010). Los ciudadanos y el uso de Internet en la campaña electoral. En Montero, J. R. y Lago I. (Ed.), *Las elecciones generales de 2008*, (pp. 123-142). España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Bartolucci, A. A. (2005). Internet. Espacio para las Nuevas Organizaciones Políticas Nacionales. *La Trama de la Comunicación*, 10, 1-8.
- Bell, A. (1984). Language style as audience design. *Language in Society*, 13, 145-204
- Campbell A., Converse P. E., Miller, W. E., y Strokes, D. E. (1960). *The American voter*. Nueva York, Estados unidos: Wiley.
- Corrado, A. y Firestone, C. M. (1997). *Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics*. Washington DC, Estados Unidos: The Aspen Institute
- Dalton, R. J. (1984). Cognitive mobilization and partisan Dealignment in advances industrial democracies. New Haven, Estados Unidos: Yale University Press
- De Rincón, O. (2011). Mucho ciberactivismo... pocos votos. *Antans Mockus y el Partido Verde colombiano*. Nueva Sociedad. 235, 74-89.
- Del Rey, M. J. (2008) El potencial cultural y político de Internet. *Palabra clave*, 11(1), 71-86.

- Delli C., y Keeter, S. M. (1996). What Americans Know About Politics and Why it is Important. New Haven, Estados Unidos: Yale University Press.
- Espino, S. G. (2012). ¿Cyberrevolución en la política? Mitos y verdades sobre la ciberpolítica 2.0 en México. Querétaro, México: Fontamara.
- Espino, S. G. (2014). La política en internet, ¿de la mediatización a la convergencia digital? Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, 21(65), 39-63.
- Fisher, B., Margolis, M., y Resnick, D. (1996). Surveying the Internet: Democratic theory and civil life in cyberspace. Southeastern Political Review, 24(3), 399-429.
- Gibson, R. K., y Ward S. K. (1998). Politics as Usual" in the New Media? The International Journal of Press/Politics, 3(3), 14-38.
- Guardado R. J. (2009). La identidad partidista en México. Las dimensiones políticas de la competencia en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006. Política y Gobierno, volumen temático 1, 137-175.
- Hill, K. A. y Hughes, J. E. (1998). Cyberpolitics : citizen activism in the age of the Internet. Lanham, Estados Unidos: Rowman & Littlefield Publishers.
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (2009). Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos. Madrid, España: Trotta.
- INEGI (2017). COMUNICADO DE PRENSA NÚM. 122/17. México. INEGI.
Recuperado de
http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2017/especiales/especiales2017_03_02.pdf
- Jordan, T. (1999). Cyberpower the cultura and politics of cyberspace and the internet. Nueva York, Estados Unidos: Routledge

- McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Barcelona, España: Paidós.
- Moreno, A. (1999). Ideología y voto: Dimensiones de la competencia política en México en los noventa. *Política y gobierno*, 6(1), 45-81.
- Moreno, A. (2009). La decisión electoral. *Votantes, partidos y democracia en México*. México, México: Porrua.
- Moreno, A., y Méndez, P. (2007). La identificación partidista en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006 en México. *Política y gobierno*. 14(1), 43-75.
- Mussa T. G. M. M., y Gomes, F. H. (2013). Internet e participação social nas políticas urbanas. *Oculum Ensayos*, 10(1), 149-156.
- Padilla, D. T. M. R., y Flores, M. D. (2011). El estudio de las prácticas políticas de los jóvenes en Internet. *Comunicación y Sociedad*, 15, 101-122.
- Padilla, D. T. M. R. (2014). Ciudadanía política en la red. Análisis de las prácticas políticas entre jóvenes universitarios. *Comunicación y Sociedad*, 21, 71-100.
- Rojas, P. J. (2013). Libertad de expresión, Internet y comunicación política en México. *El cotidiano*, 177, 79-94.
- Sampedro, V. y Seoane, P. F. (2009). The 2008 Spanish General Elections: “Antagonistic Bipolarization” geared by Presidential debates, partisanship, and media interests. *International Journal of Press/Politics*, 13 (3), 336-344.
- Smith, E. (1989). *The Unchanging American Voter*. Berkley, Estados Unidos: University of California Press.
- Sudulich, L., Wall, M., y Baccini, L. (2015). Wired Voters: The Effects of Internet Use on Voters’ Electoral Uncertainty. *British Journal of Political Science*, 45(4), 853-881.

- Tolbert, C. J., y McNeal, R. S. (2003) Unraveling the effects of the Internet on political participation. *Political Research Quarterly*, 56(2), 175-185
- Torres, N. L. C. (2009). Ciberprotestas y consecuencias políticas: Reflexiones sobre el caso de Internet necesario en México. *Razón y Palabra*, 14(70), 1-14.
- Ward, J. (2005). An opportunity for engagement in cyberspace: Political youth Web sites during the 2004 European Parliament election campaign. *Information Polity*, 10(3), 233-246.
- Xenos, M. y Bennett, W. L. (2007). The disconnection in online politics. The youth political web sphere and us election sites, 2002-2004. *Information, communication an society*, 10(45), 443-464..