

¿Influye la dieta mediática en las actitudes de desafección política? Estudio comparativo: Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México

Does media diet influence attitudes of political disaffection? A comparative study: Monterrey, Guadalajara and Mexico City

Cinthia Juárez Jiménez

Investigadora independiente

Orcid <https://orcid.org/0009-0003-9501-6506>

cinthiajosette1999@gmail.com

Resumen: México se encuentra entre los primeros lugares de desconfianza hacia las instituciones. No obstante, y a pesar de que en la actualidad vivimos en un ambiente de deterioro y desgaste en los sistemas regidos por la democracia, expertos en el tema consideran que existe la posibilidad de encontrar ciudadanos desafectos pero comprometidos (Meza Medina, 2021). Por ello este artículo parte de un estudio de caso que tomó como muestra las ciudades más importantes del país, Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México, para así poder comparar las actitudes de desafección política, entender y correlacionar los motivos que llevan al aumento de esta, y detectar si estas pudieran estar influenciadas por la zona geográfica.

Palabras clave: Consumos de medios, dieta mediática, actitudes políticas, desafección política, medios digitales

Abstract: Mexico is among the first places in terms of distrust towards institutions. Nevertheless, and despite the fact that we are currently living in an environment of deterioration and erosion of the systems governed by democracy, experts on the subject consider that there is a possibility of finding disaffected but committed citizens (Meza Medina, 2021). Therefore, this article is based on a case study which took as a sample the most important cities in the country, Monterrey, Guadalajara and Mexico City, in order to compare the attitudes of political disaffection, to understand and correlate the reasons that lead to the increase of this, and to detect if these could be influenced by the geographical area.

Keywords: Media consumption, media diet, political attitudes, political disaffection, digital media

Fecha de recepción: 28/10/2022

Fecha de aprobación: 22/11/2022

Cómo citar este artículo / How to cite this paper: Juárez Jiménez, C. (2022). ¿Influye la dieta mediática en las actitudes de desafección política? Estudio comparativo: Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México. *Revista de Comunicación Política*, 4, e220404. <https://doi.org/10.29105/rcp4-4>

Introducción

El nacimiento del internet, pero sobre todo de las redes sociales, presentó un panorama muy desafiante para la democracia, ya que dicha herramienta ha facilitado la manipulación de la información, dicha condición fue el parteaguas para la creación de las noticias falsas, las cuales ahora sabemos tienen el potencial de reforzar la desafección hacia el sistema político, sus instituciones y actores (Echeverría & Mani, 2020; Muñiz et al., 2016). Lo que lleva a los académicos a preguntarse ¿Qué factores han originado este declive? En ese sentido Warren et al. (2014) apuntan que “la investigación empírica aún es insuficiente, aunque parece replicar los patrones de los medios tradicionales. Por un lado, se ha comprobado que las interacciones en línea pueden no solo enriquecer la deliberación pública, sino generar impactos negativos en ella” (p. 295). Ahora bien, no es posible generalizar los hallazgos, y afirmar qué esta es una conducta dominante, pero este fenómeno si se puede interpretar como una degradación de la confianza en la política (Silva Rodríguez, 2013).

Las investigaciones respecto a la desafección política señalan que esta genera “cierto tipo de extrañamiento de los miembros de la comunidad hacia la política” (Gunther & Montero, 2006, p. 5). Como consecuencia de la caída de las grandes instituciones “por lo que la evaluación que hace el público sobre ellas debería estar más menos influenciada por noticias particulares y eventos puntuales” (Newton & Norris, 2000, p. 10). La desafección política es ya un fenómeno social preocupante, porque esta siembra en los ciudadanos una desconfianza profunda de los políticos, las instituciones representativas y la creencia de la poca capacidad de incidencia en el proceso político (Abad & Trak, 2013).

De acuerdo con el estudio muestral sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de 2018, realizado por el Instituto Nacional Electoral (INE, 2019) y cuyo análisis se basó “en la información de los listados nominales utilizados por los funcionarios de mesa directiva de casilla durante la jornada electoral del 1 de julio de 2018, y sobre la base de un diseño muestral con inferencia a nivel distrital” (p. 4). Podemos indicar que el porcentaje de participación ciudadana por entidad federativa, en muy alto grado se ubica en seis entidades federativas, la Ciudad de México forma parte de una de ellas con un porcentaje de participación de 70.6%, en el grado medio aparecen nueve entidades, de las cuales Jalisco pertenece y tuvo un porcentaje de 59.2%, por último, en el grado bajo se ubican sólo cinco entidades, entre las cuales aparece Nuevo León con un porcentaje de 55.8% (INE, 2019).

Dieta mediática y su influencia en temas políticos

Es difícil imaginarse la democracia actual sin la presencia de los medios de comunicación, ya que en la actualidad la política se desarrolla no simplemente por, sino, para ellos; como afirma Holgado González (2003) “no hay mitin, acto de partido, intervención parlamentaria, actuación de algún

miembro del Gobierno o declaración de algún representante de la oposición que no se realice sin tener en cuenta la repercusión” (p. 5), ya que tan solo una declaración o comunicado puede llegar a polarizar la opinión pública. Para llegar a este fenómeno la sociedad estuvo bajo múltiples procesos mediáticos que moldearon sus opiniones y juicios.

En ese sentido se encuentra literatura que señala que estos procesos se caracterizan primero por el dominio de los partidos políticos sobre la comunicación política, es decir los mensajes y posicionamientos pertenecientes a esta época y que hablaban sobre política tendían a crear una lealtad partidista, la segunda etapa se ubica a inicios de los sesenta, donde se disminuyó la propaganda política, esto como resultado del posicionamiento de la televisión, ya que esta pasó a ser la principal fuente de información política. Este hecho propició que el ámbito político se viera impactado por lo mediático (Téllez Morales, 2017).

La influencia que pudiera tener una persona al estar expuesta a medios de comunicación se convirtió en un motivo importante de estudio para las ciencias sociales dado que, al recibir mucha información de múltiples canales, los individuos realizan una selección de notas y temas de interés, esta acción es guiada por su conocimiento previo y sus características psicológicas (Díaz & Muñiz, 2015). En ese sentido “los efectos que pudieran producirse serán mayores o menores en función de estas variables externas” (Muñiz et al., 2016, p. 23). En sistemas políticos actuales el contar con conocimientos o información previa sobre temas políticos representa una dificultad, por el cuantioso número y volumen de datos.

Para Saldierna et al. (2015) “es necesario que recurran a mecanismos de obtención de información, como la comunicación interpersonal mediante el desarrollo de actividades de diálogo político, o el consumo de medios de comunicación para la adquisición de información sobre política” (p. 149). Otra variable que se debe considerar es que, con el advenimiento de la era digital, la dieta mediática ya no solo se limita a los medios de información tradicionales. Las redes sociales y la comunicación online “representa una dimensión teórica: la voluntad de recuperar el señorío frente a la tecnología, sabiendo encauzar el enorme potencial de ésta para el enriquecimiento humano en el ámbito del conocimiento y la comunicación” (Serrano-Puche, 2013, p. 160).

El panorama socio tecnológico que fomentaron las nuevas herramientas de comunicación, a pesar de que brindan herramientas útiles para acceder a la información desde cualquier parte, también propician que el consumo mediático de los ciudadanos, al no lograr convertir la información en conocimiento, generan una sobrecarga de información, en algunos casos esta saturación puede deteriorar el criterio en el consumo informativo, al estar expuesto a información de baja calidad y consumir está frecuentemente puede llegar a alterar el criterio de valor con el que se juzga (Echeverría & Mani, 2020).

Estudios sobre el efecto del consumo de medios y actitudes políticas

Los académicos y la sociedad comúnmente se preguntan sobre la influencia del consumo de medios y sus efectos ¿Cuál es su función? ¿Comunican o influyen? ¿Dicen la verdad? Y muchas preguntas más son solo el parteaguas para iniciar un amplio debate. En ese sentido encontramos que “los medios de comunicación juegan un papel clave al constituirse en puentes de transmisión de información, haciendo accesibles y comprensibles los hechos ocurridos en el terreno político para una gran parte de la sociedad” (McCombs & Evatt, 1995, citados por Muñiz & Maldonado, 2011, p. 33). Por otra parte, Corduneanu y Muñiz (2011) afirman que:

Desde el punto de vista de la democracia liberal y desde el siglo de la ilustración se ha considerado que el papel de los medios de comunicación es vital para ejercer un control sobre los políticos, hacer transparente su trabajo y jugar un rol crítico en cuanto a los asuntos públicos. (p. 284)

Considerando la importancia “y el papel que juegan los medios de comunicación no es de extrañarse que diversas disciplinas académicas hayan analizado los efectos que los medios de comunicación tienen sobre la opinión pública” (Ruiz Valerio, 2009, p. 12). Es así como la academia tomó dos principales posturas respecto al consumo de medios de comunicación y el interés de la población hacia la política, la primera es la del malestar mediático y la segunda el círculo virtuoso (Arugete & Muñiz, 2012; Martínez Villarreal et al., 2020).

Partiendo de esa premisa primero hablaremos de la teoría del malestar mediático, la cual tiene su origen en los trabajos de Kurt y Gladys Lang (2009), los académicos García Luengo y Schreiber (2004) afirman que la hipótesis central es:

El funcionamiento ordinario de los medios de comunicación tiene un impacto negativo en el compromiso de los ciudadanos para con el proceso político, cuanto mayor es la exposición de los ciudadanos, menor es el grado del compromiso político, mayores son sus niveles de desafección y cinismo político, menor es una participación en el proceso político. (p. 132)

Posteriormente y con los avances tecnológicos múltiples investigadores indagaron en las causas de este fenómeno, los resultados de dichas investigaciones apuntaron que “el proceder de la televisión a la hora hacer la cobertura de las noticias de naturaleza política podría afectar las orientaciones del electorado hacia institucionales y el gobierno” (Torneró, 1996, p. 6). Bajo esta línea de investigación nos encontramos con el trabajo de Robinson (1976) quien “propondría el término *video malaise* (videomalestar) para designar los efectos negativos de la preferencia por la televisión sobre la prensa escrita como medio de información política” (Díaz & Muñiz, 2015, p. 188).

La explicación para este fenómeno tiene muchos factores, al ser la televisión uno de los primeros medios de entretenimiento generó una alta audiencia y mayor credibilidad, está a su vez al aumentar el énfasis de lo negativo en las noticias, contribuyó a la desconfianza hacia las institucio-

nes y el cinismo político (Muñiz et al., 2011). Por otro lado, tenemos que “contrario a las teorías del malestar mediático, el enfoque de movilización otorga un papel positivo a los medios de comunicación como fuentes principales de información política en las sociedades modernas” (Díaz & Muñiz, 2015, p. 190). En otras palabras, este postulado sugiere que los medios de comunicación tienen un impacto significativo y positivo en el público (Curran et al., 2014).

En la actualidad los efectos de los medios de comunicación digitales son muy notorios, el impacto que han tenido sobre temas políticos es realmente interesante, estamos en presencia de nuevas formas de movilización, liderazgo y retórica. Tanto para los medios tradicionales, ciudadanos y políticos esto supone un lugar diferente y nuevas responsabilidades. Por lo que esta nueva forma de interacción social trajo consigo un cambio cultural, y como lo señalan investigaciones recientes un incremento en actitudes negativas hacia los temas políticos (Caldevilla Domínguez, 2009; Ordaz, 2013).

Desafección Política: aproximaciones

Autores como Gunther y Montero (2006) nos dicen que “los estudios sobre desafección surgieron de la necesidad de distinguir entre tipos de orientaciones políticas que comúnmente suelen ser confundidas” (p. 7) De esa necesidad inicialmente se propuso dividir el fenómeno de la siguiente manera: apoyo a la democracia, descontento político y desafección política (García Luengo, 2005; Monsiváis Carrillo, 2017; Montero et al., 1998). A priori diremos que la desafección política está íntimamente ligada a las orientaciones políticas, es decir el ciudadano tiene percepciones y juicios hacia las instituciones, sistema político, actores políticos y democracia, además del conocimiento y sentimientos que posea (Paramio & Herrero, 2015; Wright & Mendoza, 2019). Diversos autores apuntan a que este hecho no es generado sólo por la desconfianza sino también por la decadencia de los líderes políticos esto como resultado de la calidad democrática Heredia y Cruz (2003) afirman lo siguiente:

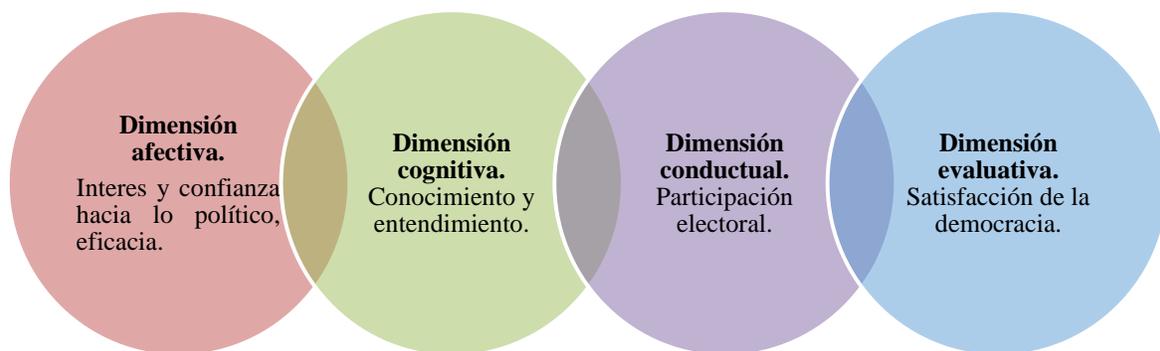
Como se ha demostrado reiteradamente en la investigación empírica, en nuestras sociedades democráticas actuales el principal motivo de su desafección y desinterés hacia la política institucional reside en la extendida percepción de que ésta no se preocupa por sus problemas y que los políticos no hacen caso a sus demandas y necesidades. (p. 130)

La existencia de la desafección política no es necesariamente un temor contra la democracia, pero esta sí se traduce en una menor participación en los procesos políticos institucionalizados, es decir los ciudadanos participan menos del voto y la militancia en los partidos políticos (Morán & Benedicto, 2016; Mardones, 2014). Téllez Morales (2017) nos dice que “las perspectivas de la desafección política aluden a los efectos negativos de los medios de comunicación en las actitudes y comportamientos de los ciudadanos” (p. 42). Como resultado final tenemos que la práctica y forma de los medios en algunos casos pueden producir actitudes cívicas de desafección, amenazando “la

cohesión de la sociedad civil a través del desinterés sobre los asuntos públicos” (Ruiz Valerio, 2009, p. 11).

En ese sentido encontramos la investigación de García Luengo (2009) el cual basó su trabajo en que “la desafección política, es visto como el descontento con el modo en que funcionan algunas partes del sistema político, o con ciertas políticas públicas, sin que esto suponga una situación crítica hacia la legitimidad del propio sistema” (García Luengo, 2009, p. 73). La aportación más grande de dicho actor fue la creación de la metodología que permitió “el análisis de la desafección política en tres dimensiones vinculadas con la cultura política, entendida como un conjunto de orientaciones afectivas, cognitivas y conductuales asociadas con el sistema y los objetos políticos” (García Luengo, 2005, p. 10). A esta metodología se le sumó una cuarta dimensión la cual se relacionó con la satisfacción democrática (Ver Figura 1).

Figura 1. Dimensiones de la desafección política



Fuente: Elaboración propia basado en el trabajo de García Luengo (2009)

Antes de continuar me parece importante señalar que una de las principales críticas y problemáticas “del concepto de desafección política, se presenta en América Latina, esto debido a que este concepto nace en lugares como EU y Europa, con historias y realidades distintas y a veces totalmente opuestas a Latinoamérica” (Altman & Luna, 2007, p. 16). Por lo que al momento de hacer las extrapolaciones nos topamos con un escenario distinto y complejo “algunos de los motivos de tal situación obedecen a que la política ya no conduce ni protege, perdiendo su papel fundamental de convocar, cohesionar, crear un sentido común con proyectos a futuro” (La Rivera, 2008, p. 8). Bajo este contexto encontramos “que contrario a lo que ocurre en las democracias avanzadas, la desafección política en estos países latinoamericanos está ligada al desempeño de los presidentes, las características sociodemográficas y la evaluación de desempeño económico de cada país” (Cisneros & Trak, 2013, p. 8).

La desafección política en México

En México los primeros esbozos del tema de desafección política fueron los estudios de cultura política, ya que en ellos se estudiaban “diversos elementos conceptuales como ciudadanía, corrupción, comportamiento electoral democracia o autoritarismo, gobernabilidad, legitimidad, socialización política, movimientos sociales, entre muchos otros temas” (Taguena Belmonte, 2019, p. 17). Aunque el tema de desafección política tiene diversas mediciones, en México están se han estudiado en base a las actitudes y los valores que conforman el concepto de cultura política, que mencionamos anteriormente, lo cual ha contribuido a su comprensión y la creación de datos duros como la información estadística (Hernández García & Coutiño Osorio, 2019). Entre los primeros estudios destaca el de Almond y Verba (1963) en el cual “estudiaron a cuatro democracias y a México para identificar actitudes políticas y valores democráticos en estas sociedades, el cual culminó con la publicación de *The Civic Culture*” (Tronco, 2012, p. 23).

Dada la naturaleza y las características de México Parás García et al. (2013) nos dicen que “el desapego político está más condicionado por factores exógenos al régimen político (la explicación socio-culturalista) y la desafección institucional depende en gran medida de las condiciones endógenas del funcionamiento y las identidades políticas (la explicación político-racionalista)” (p. 5). Es por eso que los estudios de desafección política en América Latina y México tienden a ser una forma medible del estado que guarda la democracia, la características sociales y políticas de sus ciudadanos, en ese sentido tenemos por ejemplo el proyecto del Barómetro de las Américas, las investigaciones que realiza esta institución son de corte cuantitativo, por lo generalmente emplean cuestionarios para medir todos los temas que mencionamos a lo largo de este documento, dentro de estas encuestas podemos hallar un módulo, el cual nos permite “evaluar hasta qué punto los ciudadanos apoyan los valores democráticos, perciben que hay suficiente provisión de libertades básicas, cómo experimentan el Estado de Derecho, participan en la vida política, apoyan su sistema de gobierno, usan las redes sociales, entre otros” (Luna & Maureira, 2015, p. 4).

En esa línea de investigación nos encontramos con el reporte de Cultura política de la democracia en México y en las Américas, 2018/19: Tomándole el pulso a la democracia, del cual podemos sacar mucho provecho, como primer punto hablaremos de la satisfacción con la democracia que tiene los mexicanos en los últimos años, para el año 2004 esta era de 54.1%, el punto más alto que alzamos fue en el 2008 con 55.4%, y en el 2019 la cifra fue de 46.4% esta es menor que la del 2008, pero si la comparamos con la del 2016 que fue de 26.5% la más bajo desde que se realiza este ejercicio, en el año 2019 tuvimos un crecimiento de 20 puntos.

Otro dato interesante es el referente al consumo de información política Saldierna y Muñiz, (2014) nos sugieren la “conexión entre el incremento de los canales informativos y la extensión de los sentimientos de desconexión con la política, la denominada desafección política” (p. 214). En el caso mexicano este en una variable sociodemográfica, en ese sentido tenemos El Proyecto de Opi-

nión Pública de América Latina (LAPOP) que en su reporte del año 2019 nos indica que los ciudadanos mexicanos hacen “uso de redes sociales para el acceso a la información política y que esta es más frecuente entre quienes poseen nivel de educación superior que los que poseen un nivel de educación básica” (Muñiz et al., 2011, p. 12).

Principales actitudes políticas en Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México

Sobre las actitudes políticas relacionadas con la participación encontramos que, en los estudios realizados por Campbell, se propone un relación directa y vinculante entre las preferencias y sentimientos de un ciudadano hacia un candidato (Cambell, 1974). Según Ramírez Serrano (2008) “entre estas actitudes se pueden destacar: el sentimiento de identidad política o partidista, la imagen del candidato y el sentimiento de eficacia política” (p. 9). Todas estas observaciones tienen una gran relevancia para nuestro estudio, por ello en lo siguiente hablaremos del contexto electoral, procesos y comportamientos electorales de las zonas ocupan nuestra investigación.

En primera instancia hablaremos de la ciudad de Guadalajara, “después de la temporada del bipartidismo (1995-2012) entre el PRI y el PAN, a partir de 2015 nuevos actores han ocupado el escenario político local, convirtiéndose en opciones atractivas para la ciudadanía” (Bussoletti, 2021, p. 40) en su momento este contexto se anteponía a las tendencias electorales, ya que la mayoría de los estados se apegaba más con un sistema bipartidista (González Ulloa Aguirre, 2017).

El primer hecho que apunta hacia esta nueva oferta política fue la elección de Enrique Alfaro como alcalde de Tlajomulco en 2009, posteriormente pasó a las filas del partido político Movimiento Ciudadano (MC) en el año 2011, decisión que lo llevó a convertirse en el principal líder político en Jalisco, para el año 2012 compitió para la gubernatura y quedó en segundo lugar, el año que marcó un antes y después fue el 2015, ya que ganó la presidencia municipal de Guadalajara, llevando MC a ser la fuerza política de mayoría relativa en Congreso estatal (Hurtado, 2016). Es también en este mismo año cuando un nuevo actor surgió, bajo la figura de las candidaturas independientes encontramos a Pedro Kumamoto él fue diputado local en el distrito 10, con muy poco tiempo en la política conformó un movimiento llamado Wikipolítica (García Vázquez & Alarcón Olguín, 2017).

El cual a pesar de ser registrado como asociación civil y “no contar con registro ante las instituciones electorales, funcionó como organización de respaldo a una serie de candidaturas independientes en el proceso electoral de 2018” (Tejera Gaona & Castañeda, 2017, p. 2). Las circunstancias antes mencionadas dieron como resultado que el estado de Jalisco fuera en caso particular, ya que el partido Movimiento de regeneración nacional (MORENA) no logró transferir los votos por Andrés Manuel López Obrador al resto de sus candidatos, por lo que en este estado tuvimos un voto cruzado. Sin embargo, este fenómeno tiende a ser limitado entre las dos mismas fuerzas políticas

ganadoras (Sonnleitner, 2020). “Jalisco, junto con Nuevo León, representa un caso excepcional en el marco nacional con tres fuerzas políticas competitivas y capaces de alcanzar la mayoría relativa en, al menos, una de las contiendas electorales concurrentes” (Bussoletti, 2021, p. 66).

En lo que se refiere a Monterrey, Vázquez Ferrel y Fabián Ruiz (2019) nos dicen que “la división del voto ha configurado un escenario plural en el sistema político nuevoleonés” (p. 22). La historia estatal nos prescribe que la primera alternancia se dio en 1997 al ser electo Fernando Canales Clariond para el periodo 1997-2003 por el Partido Acción Nacional (PAN), y para los periodos 2003-2009 y 2009-2015 fueron dirigidos por Natividad González Parás y Rodrigo Medina de la Cruz, ambos pertenecientes al Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Para el año 2015 y como consecuencia del hartazgo institucional y la repelencia hacia los partidos políticos nace la figura del “candidato independiente” el cual abandera Jaime Rodríguez Calderón “El Bronco” (Atilano Morales, 2018) este último saldría victorioso de la contienda electoral por la gubernatura del estado. Dichas elecciones exponen la competencia bipartidista, pero también la disposición del elector a optar por un actor completamente distinto. En este contexto político-electoral localizamos la participación ciudadana como una valiosa herramienta la cual propicia este sistema competitivo Montero Bagatella (2019) afirmó lo siguiente:

La participación en las elecciones federales intermedias en el estado es alta porque coincide con la elección local de Gobernador, y los crecimientos en la participación en elecciones federales coincide claramente con las elecciones de presidente de la república, lo cual permite mantener una participación promedio de 57.71%, mientras que a nivel nacional es de 54.68%. (p. 42)

El electorado nuevoleonés se conforma en un 95% por población urbana, según el INE (2018) de eso un “91.60% se concentra en los 14 municipios que integran la Zona Metropolitana de Monterrey, la escolaridad promedio de las personas mayores de 18 años en el estado es de 10.3 años, superior a la media nacional de 9.2 años. Además, 24.2% de esta población ha concluido estudios de educación superior y menos del 2% de esta población es analfabeta” (p. 65). A pesar del entorno favorable y el contexto estatal del cual hablamos anteriormente, al agregar variables como la participación ciudadana por distritito electoral y sexo nos topamos con un fenómeno muy diferente, en el Estudio muestral sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de 2018 realizado por el INE, nos damos cuenta que los distritos con menor participación se ubican en los estados de Baja California, Nuevo León, Chihuahua, Guanajuato y Sonora, para el caso de Nuevo León estos distritos son los de General Escobedo, Benito Juárez y Monterrey (Ver Tabla 1).

En cuanto a la Ciudad de México, esta tuvo un predominio electoral del Partido de la Revolución Democrática (PRD) a partir del año 1997, con excepción en los 2000, el punto culminante de esta tendencia fueron las elecciones del 2015, las cuales marcaron “el inicio de la retirada del PRD de la Ciudad de México como partido preponderante, y esto debido a una combinación de su des-

prestigio con el ascenso de Andrés Manuel López Obrador y su partido MORENA como expectativa” (Alvarado, & Davis, 2003, p. 8).

Tabla 1. Distritos electorales con menor participación ciudadana.

Entidad federativa	Distrito electoral	Total	Mujer	Hombre
Baja California	07 Mexicali	48.7%	51.3%	44.4%
Chihuahua	01 Juárez	48.5%	49.3%	46.4%
Guanajuato	09 Irapuato	48.3%	51.6%	43.8%
Nuevo León	03 Escobedo	48.1%	50.5%	45.1%
Nuevo León	05 Monterrey	47.2%	50.2%	43.5%
Sonora	03 Hermosillo	46.4%	48.9%	42.8%
Nuevo León	12 Benito Juárez	46.2%	48.8%	43.2%

Fuente: Elaboración propia basado en el trabajo realizado por la Dirección de Planeación y Seguimiento de la Dirección Ejecutiva de Organización Electoral.

Con esos antecedentes MORENA logró consolidarse como una magna fuerza política, es así que en las elecciones del 2018 triunfó en las seis elecciones de carácter concurrente, Sánchez y Sánchez (2019) nos dice que “considerando los cargos que se disputaron en la entidad, tres de carácter local y tres de carácter federal, MORENA obtuvo, en promedio, en la capital del país, 50% de la votación total efectiva” (p. 100). Con lo cual podemos decir que la participación ciudadana tuvo una influencia para lograr los fenómenos antes descritos, hay que recalcar “que la lista nominal de electores se distribuye de forma diferenciada, es así como las entidades de Ciudad de México, Jalisco, Veracruz, Puebla y Guanajuato concentran 45% del electorado a nivel nacional” (Torres, & Chavira, 2021, p. 3). Por otro lado, tenemos el Estudio muestral sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de 2018, el cual nos indica las diferencias en cuanto a la participación ciudadana “a nivel estatal, pues el porcentaje más alto se registró en el estado de Yucatán con más de 75% de asistencia a las urnas, seguido por la Tabasco y Ciudad de México 71%” (Tejera Gaona, 2019, p. 7).

Estudio comparativo: Monterrey, Guadalajara y Ciudad de México

El estudio tuvo un abordaje cualitativo, teniendo como herramienta de recolección de datos los grupos focales, esto por la necesidad de conocer las percepciones, sentimientos de la población con respecto al proceso electoral de 2018. Sobre todo, porque se quiere conocer la perspectiva desde el “mundo de vida del entrevistado: incluyendo el nivel socioeconómico, género, edad. Si es necesario un encuentro previo (pre-entrevista) se llevará a cabo para comprender mejor a los sujetos y el contexto del tema indagado” (Hamui-Sutton & Varela-Ruiz, 2013, p. 57).

Haciendo una evaluación generalizada sobre las categorías presentes en el discurso, es axiomático que el porcentaje más alto se encuentran en la categoría presentación de noticias con 18.32%, en contraparte el porcentaje más bajo lo encontramos en las categorías de desafección política y prácticas políticas generacionales con 0.28%. Ahora bien, al analizar las categorías de forma individual, en la referente al consumo de medios observamos que el porcentaje más alto es de 7.85% (CDMX) y más bajo de 0.53% (MTY). Por lo que podemos inferir que la Ciudad de México consume más medios, en el polo opuesto la ciudad de Monterrey es quien registra un menor consumo.

En esta misma línea se encontró que la categoría de presentación de noticias con la cual se buscaba saber la percepción que tienen los ciudadanos respecto a la forma en la que los medios de comunicación presentan las noticias, si cuentan los hechos de una forma inexacta o poco correcta, si toman partido. Se obtuvo el porcentaje más alto de 18.32% (GDL) y el más bajo 3.30% (CDMX), con base en estos resultados podemos decir que los ciudadanos de Guadalajara son quienes más perciben que los medios de comunicación presentan la información de forma incorrecta y descontextualizada, por otra parte, en la CDMX encontramos los datos más bajos.

Para la categoría de incidencia ciudadana son la Ciudad de México con 10.75% y Monterrey 1.42% son el porcentaje más alto y bajo. Con este criterio podemos afirmar que los ciudadanos que viven en la CDMX tienen una percepción más alta de poder incidir en asuntos políticos, por otro lado, los ciudadanos que viven en Monterrey tienen la percepción de no poder incidir.

Tabla 2. Análisis porcentual de las transcripciones de los grupos de discusión de acuerdo con las categorías de análisis dentro del guion de la entrevista

Grupos	Consumo de medios	Presentación de noticias	Incidencia ciudadana en asuntos políticos	Desafección política	Prácticas políticas generacionales
CDMX 1*	6.16%	3.30%	10.60%	1.98%	1.04%
CDMX 2**	7.85%	4.14%	10.75%	9.86%	2.75%
CDMX 3**	7.44%	6.84%	10.67%	9.63%	3.19%
CDMX 4*	0.94%	8.24%	5.01%	9.41%	0.28%
GDL 1**	5.12%	13.57%	4.69%	7.54%	0.87%
GDL 2*	1.62%	18.32%	2.21%	5.66%	0.60%
GDL 3**	2.08%	9.76%	5.32%	9.74%	2.92%
GDL 4*	3.35%	3.83%	3.44%	1.36%	1.73%
MTY 1*	0.86%	6.16%	5.35%	3.45%	3.62%
MTY 2*	1.76%	8.16%	5.42%	0.28%	1.34%
MTY 3**	0.53%	6.62%	1.42%	4.68%	3.76%
MTY 4**	3.19%	15.23%	3.57%	5.25%	2.17%

Nota: *Comprometidos políticamente; **No comprometidos políticamente. En negrita se reportan los valores mayores y menores para cada variable.

Para la categoría de desafección política hallamos el porcentaje más alto de 9.86% y el más bajo de 0.28%, donde ubicamos que las aptitudes de desafección política como apatía, desconfianza, escepticismo tiene una mayor presencia en los ciudadanos de la CDMX, caso contrario con la ciudad de Monterrey quien tiene los porcentajes más bajos. Por último en la categoría de prácticas políticas generacionales encontramos que el porcentaje más alto es de 3.76% y el más bajo de 0.28%, en este ítem se les preguntó si los jóvenes, adultos, adultos mayores tienen formas diferentes de participar, con cual podemos decir que son los ciudadanos de Monterrey quienes encuentran una mayor diferenciación entre las prácticas políticas generacionales, en un sentido opuesto la CDMX presentó el porcentaje más bajo, por lo que ellos afirman que no existe diferencia alguna entre la participación de jóvenes y adultos (Ver Tabla 2).

Conclusiones

El estudio tuvo un total de 12 grupos focales, 6 grupos focales fueron conformados por personas políticamente comprometidas y los otros 6 por personas no comprometidas políticamente. En los grupos conformados por participantes no comprometidos políticamente se ubicaron los registros más altos de desafección política, sin embargo, al analizar su consumo en medios podemos ver que es en estos grupos donde concentran el menor y mayor consumo de medios, al desagregar la información concluimos en qué el consumo de medios no tiene relación directa en la desafección política. Si más bien los canales de información a los que acceden, ya que todos los participantes concuerdan en el aumento del consumo de redes sociales como fuente de información de temas políticos. Además de opinión negativa y generalizada en cuanto a la presentación de información por parte de los medios de comunicación tradicionales.

Por otro lado, las actitudes políticas relacionadas con la desafección política son recurrentes y persisten en todos los grupos de discusión, este fenómeno solo confirma los datos y porcentajes de múltiples investigaciones nacionales e internacionales, que dan cuenta del escenario mexicano. Uno de los objetivos específicos planteados, correspondía a conocer si existía un efecto diferencia por la zona de residencia, al estudiar los resultados nos dimos cuenta de que no existe una relación directa con una zona geográfica, en todas las ciudades estudiadas los ciudadanos presentan desafección en mayor o menor medida, pero esta no tiene incidencia alguna con su lugar de residencia.

Declaración de conflicto de intereses

La autora no informó ningún posible conflicto de intereses.

Fondos

Este artículo científico fue realizado gracias al apoyo del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) y desarrollado en el marco del proyecto de investigación titulado “Análisis de la cobertura mediática de las campañas electorales y su impacto en la desafección política y el compromiso democrático ciudadano”, con clave No. 280739, aprobado dentro de la Convocatoria de Investigación Científica Básica 2016.

Referencias

- Abad Cisneros, A., & Trak, J. M. (2013). Desafección política en Bolivia, Ecuador y Venezuela en 2010: un análisis comparado. *Cuadernos del CENDES*, 30(82), 35–66.
- Almond, G., & Verba, S. (1963). *The civic culture. Political attitudes in five nations*. Sage.
- Altman, D., & Luna, J. P. (2007). Desafección cívica, polarización ideológica y calidad de la democracia: una introducción al Anuario Político de América Latina. *Revista de Ciencia Política*, 27(1), 3–28. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-090X2007000100001>
- Alvarado, A., & Davis, D. E. (2003). Participación democrática y gobernabilidad en la Ciudad de México: El reto del PRD en la transición política. *Estudios Sociológicos*, 21(61), 135–166.
- Aruguete, N., & Muñiz, C. (2012). Hábitos comunicativos y política. Efectos en las actitudes políticas de la población mexicana. *Anagramas. Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 10(20), 129–146. <https://doi.org/10.22395/angr.v10n20a9>
- Atilano Morales, J. (2018). *Influencia sociodigital en los comportamientos electorales. Tres estudios de caso: Jaime Rodríguez, Enrique Alfaro y Pedro Kumamoto en el proceso electoral de 2015 en México* [Tesis doctoral, El Colegio de México]. Repositorio COLMEX. https://repositorio.colmex.mx/concern/theses/5712m698r?f%5Bcreator_sim%5D%5B%5D=Atilano+Morales%2C+Juli%C3%A1n&locale=es
- Bussoletti, A. (2021). La excepción jalisciense: comportamiento electoral y sistema de partido en el proceso electoral de 2018. *Apuntes Electorales*, 20(64), 37–71.
- Caldevilla Domínguez, D. C. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad*, 3(2), 31–48.
- Cambell, A. (1964). *The American voter*. John Wiley & Sons.
- Cisneros, A. A., & Trak, J. M. (2013). Desafección política en Bolivia, Ecuador y Venezuela en 2010: un análisis comparado. *Cuadernos del CENDES*, 30(82), 35–66.

- Corduneanu, I., & Muñiz, C. (2011). ¿Autoritarismo superado? Medios y actitudes políticas en el contexto mexicano. En C. Muñiz (Coord.), *Comunicación, Política y Ciudadanía. Aportaciones actuales al estudio de la comunicación política* (pp. 283–307). Fontamara.
- Díaz Jiménez, O., & Muñiz, C. (2017). Los efectos de la comunicación política en el compromiso político de los jóvenes en la elección presidencial mexicana de 2012. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 62(229), 181–222. [http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1918\(17\)30008-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0185-1918(17)30008-9)
- Echeverría, M., & Mani, E. (2020). Efectos de los medios tradicionales y sociodigitales en la confianza política. *Communication & Society*, 33(2), 119–135. <https://doi.org/10.15581/003.33.2.119-135>
- García Luengo, Ó. (2005). Desafectos y medios de comunicación: el estado de la cuestión de una relación difusa. *Reflexión Política*, 7(14), 8–24.
- García Luengo, Ó. (2009). *¿Comunicando desafección? La influencia de los medios en la cultura política*. Fontamara.
- García Luengo, Ó., & Schreiber, D. (2004). ¿Videomalestar o círculo virtuoso? Una primera aproximación empírica a la exposición mediática y el compromiso político en España y Alemania. *Política y Sociedad*, 41(1), 131–143.
- García Vázquez, N., & Alarcón Olguín, V. (2017). *2015: las elecciones en los estados de Jalisco, Querétaro y Sonora. Entre alternancias y realineamientos*. El Colegio de México
- González Ulloa Aguirre, P. A. (2017). Alternancia en las elecciones subnacionales en México: ¿síntoma de democratización? *Estudios Políticos*, 40, 47–69. <https://doi.org/10.1016/j.espol.2016.10.010>
- Gunther, R., & Montero, J. R. (2006). The multidimensionality of political support: conceptual redefinition and empirical refinement. En M. Torcal & J. R. Montero (Eds.), *Political disaffection in contemporary democracies: Social capital, institutions, and politics* (pp. 46–78). Routledge.
- Hamui-Sutton, A. & Varela-Ruiz, M. (2013). La técnica de grupos focales. *Investigación en Educación Médica*, 2(5), 55–60. [https://www.doi.org/10.1016/S2007-5057\(13\)72683-8](https://www.doi.org/10.1016/S2007-5057(13)72683-8)
- Heredia, J. M., & Cruz, C. E. (2003). Elector, resistencia y desafección política. *Política y Cultura*, (19), 127–144.

- Hernández García, M. A., & Coutiño Osorio, F. (2019). Cultura política: una revisión de los distintos enfoques. Hacia la construcción de una propuesta conceptual. En M. A. Hernández García, A. Muñoz Armenta, & G. Meixueiro (Eds.), *Cultura política en México. El estado del arte y los desafíos de su estudio a nivel subnacional* (pp. 23–74). Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.
- Holgado González, M. (2003). El papel de los medios de comunicación en la campaña electoral. *Ámbitos*, (9-10), 471–484.
- Hurtado, J. (2016). *Sistema político en Jalisco*. Universidad de Guadalajara.
- INE. (2019). *Estudio muestral sobre la participación ciudadana en las elecciones federales de 2018*. Instituto Nacional Electoral. <https://centralector.ine.mx/wp-content/uploads/2019/08/EMPC-2018.pdf>
- Iyengar, S., Jones, P., Mazzoleni, G., Papathanassopoulos, S., Rhee, J. W., Rojas, H., Rowe, D., & Tiffen, R. (2014). Reconsidering ‘virtuous circle’ and ‘media malaise’ theories of the media: An 11-nation study. *Journalism*, 15(7), 815–833. <https://doi.org/10.1177/1464884913520198>
- La Rivera, C. M. (2008). Cultura política: acercamiento conceptual desde América Latina. *Perspectivas de la Comunicación*, 1(1), 42–55.
- Lang, K., & Lang, G. E. (2009). Mass society, mass culture, and mass communication: The meanings of mass. *International Journal of Communication*, 3, 998–1024.
- Luna, J. P., & Maureira, S. T. (2015). Estimando la capacidad del Estado. *Perspectivas desde el Barómetro de las Américas: 2015*, (119).
- Mardones, R. (2014). La encrucijada de la democracia chilena: una aproximación conceptual a la desafección política. *Papel Político*, 19(1), 39–59.
- Martínez Villarreal, J. D., Maldonado Maldonado, L., Rivera Hernández, P. P., & Lozano Treviño D. F. (2020). La comunicación política y sus efectos en las actitudes y la participación política de las y los jóvenes en el Área Metropolitana de Monterrey Nuevo León. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 15(1), 303–328.
- Meza Medina, J. L. (2021). Desafección política y medios de comunicación en México. Aproximaciones teóricas, tendencias y hallazgos. *Revista de Comunicación Política*, 3, e210304. <https://doi.org/10.29105/rcp3-4>
- Monsiváis Carrillo, A. (2017). La desafección representativa en América Latina. *Andamios*, 14(35), 17–41. <https://doi.org/10.29092/uacm.v14i35.570>

- Montero Bagatella, J. C. (2019). Determinantes del voto del elector nuevoleonés. En A. Díaz Domínguez & C. J. Vázquez Ferrel (Ed.), *Perfiles de electorado nuevoleonés* (pp. 35–66). Comisión estatal electoral Nuevo León.
- Montero, J. R., Gunther, R., & Torcal, M. (1998). Actitudes hacia la democracia en España: legitimidad, descontento y desafección. *REIS: Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 83, 9–49.
- Morán, M. L., & Benedicto, J. (2016). Spanish youth between political outrage and apathy: An interpretation from citizen identities. *Ultima Década*, 24(44), 11–38. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362016000100002>
- Muñiz, C., & Maldonado, L. (2011). Entre la movilización y el malestar mediático. Impacto de las prácticas comunicativas en las actitudes políticas de los jóvenes. *Perspectivas de la Comunicación*, 4(2), 32–54.
- Muñiz, C., Maldonado, L., Hernández, T., Rodríguez, E., Saldierna, A., López, R. E., Leyva, O., & Estrada, M. (2011). Entre la movilización y el malestar mediático. Análisis del impacto de las prácticas comunicativas sobre las actitudes políticas de los jóvenes de bachillerato. En *Memorias AMIC 2011* (pp. 1–20). Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Muñiz, C., Téllez, N. M., Marañón, F., & Maldonado, L. (2016). El consumo de medios sociales vs. medios tradicionales como factor explicativo de la sofisticación política ciudadana. En C. Muñiz, A. R. Saldierna, F. J. Marañón, & L. Maldonado (Eds.), *Estudios sobre comunicación política en Latinoamérica* (pp. 199–224). Fontamara.
- Newton, K., & Norris, P. (2000). Confidence in public institutions: Faith, culture or performance. En S. J. Pharr & R. D. Putnam (Eds.), *Disaffected democracies: What's troubling the trilateral countries?* (pp. 52–73). Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9780691186849-007>
- Ordaz, L. V. (2013). Eficacia y cinismo político en Facebook. *F@ro: revista teórica del Departamento de Ciencias de la Comunicación*, 1(17), 56–72.
- Paramio, L., & Herrero, P. P. (2015). Desconfianza política y gobernabilidad: El riesgo político. En L. Paramio (Ed.), *Desafección política y gobernabilidad: el reto político* (pp. 17–25). Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales. <https://doi.org/10.2307/j.ctv10qr0fv.4>
- Parás García, P., Vargas López, D., Zechmeister, E. J., & Díaz Domínguez, A. (2013). Desafíos de la política mexicana Visiones desde el Barómetro de las Américas. *Política y Gobierno*, (Temático), 3–23.

- Ramírez Serrano, G. (2008). Actitudes y formas de participación política en un grupo de jóvenes universitarios en Bogotá D.C. *Revista Temas*, (2), 17–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.15332/rt.v0i2.756>
- Ruiz Valerio, J. (2009). Los efectos de los medios de comunicación sobre la ciudadanía. *CONfines de Relaciones Internacionales y Ciencia Política*, 5(9), 105–109.
- Saldierna, A., & Muñiz, C. (2014). Impacto del consumo de medios de comunicación en las actitudes políticas. Experiencias entre estudiantes de bachillerato de Monterrey. En E. Pastor, G. Tamez, & K. Sáenz (Eds.), *Gobernabilidad, Ciudadanía y Democracia Participativa. Análisis Comparado España - México* (pp. 209–228). Dykinson.
- Saldierna, A., Marañón, F., & Muñiz, C. (2015). El papel de la comunicación en la generación de interés y conocimiento político entre los preciudadanos. Aplicación del modelo O-S-R-O-R al caso mexicano. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (19), 147–165. <http://dx.doi.org/10.1016/j.rmop.2015.03.003>
- Sánchez y Sánchez, C. L. (2019). La identidad partidista en la Ciudad de México. El PRD y MORENA el 1 de julio de 2018. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, (26), 99–115. <https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2019.26.66385>
- Serrano-Puche, J. (2013). Una propuesta de dieta digital: repensando el consumo mediático en la era de la hiperconectividad. *Fonseca, Journal of Communication*, 7(7), 157–175.
- Silva Rodríguez, A. (2013). Los cybermedios y los móviles: una relación de desconfianza. *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 11(2), 183–208. <https://doi.org/10.7195/ri14.v11i2.586>.
- Sonnleitner, W. (2020). La reconfiguración territorial de las fuerzas políticas mexicanas: geografía de la fragmentación, el colapso y la recomposición del sistema de partidos (2012-2018). *Foro Internacional*, 60(2), 451–500. <https://doi.org/10.24201/fi.v60i2.2731>
- Taguena Belmonte, J. A. (2019). Introducción. Cultura política en México. Estudios a nivel subnacional, resultados y nuevas propuestas. En M. A. Hernández García, A. Muñoz Armenta, & G. Meixueiro (Eds.), *Cultura política en México. El estado del arte y los desafíos de su estudio a nivel subnacional* (pp. 15–22). Instituto Estatal Electoral y de Participación Ciudadana de Oaxaca.
- Tejera Gaona, H. (2019). Coaliciones políticas y comportamiento electoral en la Ciudad de México: las elecciones del 2018. *Alteridades*, 29(57), 9–22. <https://doi.org/10.24275/uam/izt/dcsh/alteridades/2019v29n57/TejeraG>

- Tejera Gaona, H., & Castañeda, D. (2017). Estructura política, redes político-clientelares y oscilaciones electorales en la Ciudad de México. *Perfiles Latinoamericanos*, 25(50), 227–246. <https://doi.org/10.18504/PL2550-011-2017>
- Téllez Morales, N. (2017). El aprendizaje político como puente entre el visionado de los debates electorales y la participación político Electoral [Tesis de Doctorado, Universidad Autónoma de Nuevo León]. Repositorio digital UANL. <http://eprints.uanl.mx/13986/>
- Tornero, J. M. P. (1996). ¿Qué es consumir medios de comunicación?: claves para su comprensión. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 4(7), 15–18.
- Torres, D. E. E., & Chavira, B. A. A. (2021). Elecciones locales en Ciudad de México (2009-2018): análisis comparativo de la fragmentación del Sistema de Partidos y la volatilidad. *Revista Mexicana de Estudios Electorales*, 5(26), 61–100.
- Tronco, J. D. (2012). Las causas de la desconfianza política en México. *Perfiles Latinoamericanos*, 20(40), 227–251.
- Vázquez Ferrel, C. J., & Fabián Ruiz, J. (2019). El electorado nuevoleonés: una visión panorámica. En A. Díaz Domínguez & C. J. Vázquez Ferrel (Ed.), *Perfiles de electorado nuevoleonés* (pp. 21–34). Comisión estatal electoral Nuevo León.
- Warren, A. M., Sulaiman, A., & Jaafar, N. I. (2014). Social media effects on fostering online civic engagement and building citizen trust and trust in institutions. *Government Information Quarterly*, 31(2), 291–301. <https://www.doi.org/10.1016/j.giq.2013.11.007>
- Wright, C., & Mendoza, J. F. (2019). Desafección política en Nuevo León: ¿Un viraje hacia nuevas vías democráticas de participación o la búsqueda de salidas autoritarias? En J. M. Infante Bonfiglio, C. Wright y J. Cantú Escalante (Eds.), *Desafección política en Nuevo León* (pp. 101–119). Comisión Estatal Electoral Nuevo León.