CAPÍTULO 5

RESULTADOS

Una vez presentado el diseño de medición en el capítulo anterior, en este capítulo se darán a conocer los principales resultados obtenidos de la muestra con el fin de responder a los objetivos planteados para este trabajo. Se hará una sencilla interpretación de los resultados para facilitar la comprensión de los datos arrojados. Primero se presentarán los resultados de la información sociodemográfica que darán una descripción de la muestra. Después se indicarán los resultados obtenidos por variable siguiendo el orden de la encuesta original (de la cual se adaptaron las cinco versiones posteriores):

1. Consumo de Medios de Comunicación
2. Percepción de los Medios de Comunicación en la Política
3. Valores Democráticos
4. Cultura Política
5. Participación Política
6. Percepciones sobre el Sistema de Gobierno

Posteriormente se darán a conocer los criterios y pruebas estadísticas para la prueba de hipótesis, concluyendo el capítulo con los resultados de éstas.

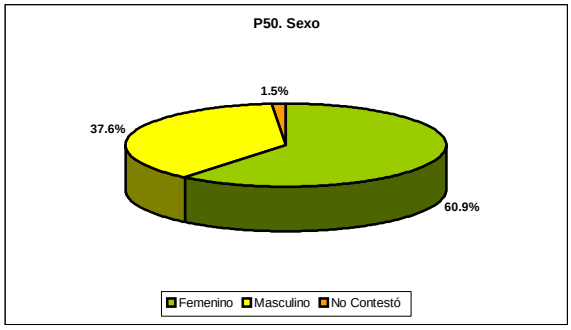
5.1 Descripción de la Muestra

Los resultados aquí obtenidos corresponden a aquellos de la última sección del cuestionario ”Información Sociodemográfica”.

5.1.1 Sexo

Las mujeres tienen mayor presencia en esta muestra, por lo que se debe tener en cuenta el sesgo que esto representa. Así pues, se puede observar que el 60.9% de los encuestados son mujeres y el 37.6% son hombres. La siguiente gráfica (gráfica 1), señala el porcentaje de mujeres y hombres que contestaron la encuesta.

Gráfica 1: Muestra por Sexo



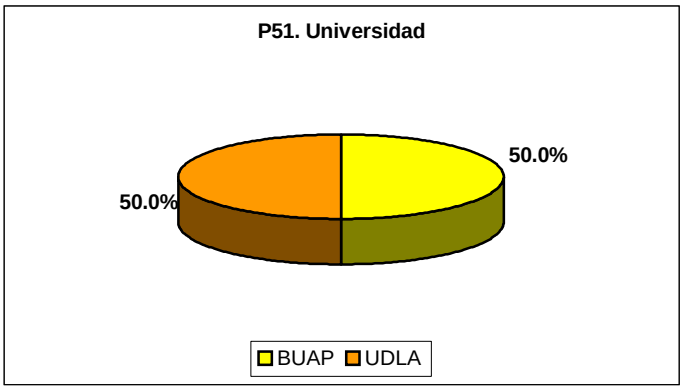
Base Total – 202 casos

5.1.2 Universidad

Como quedó descrito en el capítulo anterior, se encuestó a un número equivalente de estudiantes de las dos universidades. Se realizó el 50% de las

encuestas en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y el otro 50% en la Universidad de las Américas Puebla[1]. Ver gráfica 2.

Gráfica 2: Muestra por Universidad



Base Total – 202 casos

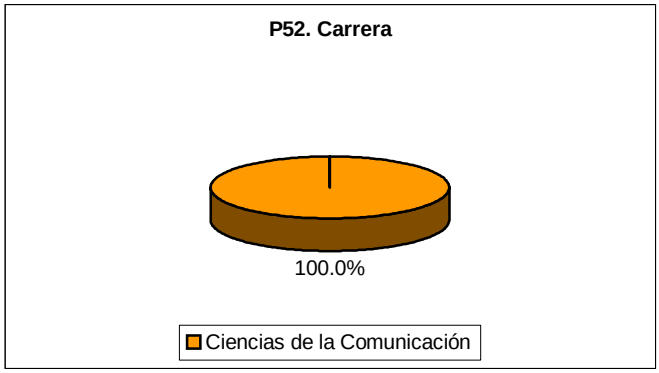
5.1.3 Carrera

Para fines de comparación se decidió previamente que los encuestados fueran estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, por lo que se cuenta con un 100% de las encuestas con esta característica (ver gráfica 3). Se puede considerar este factor como un posible sesgo, puesto que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación en algún momento de la carrera discuten sobre la objetividad de los medios de comunicación, su rol en la política, en la transmisión de la cultura, etc., temas que se abordan también en esta encuesta

[1] De aquí en adelante se hará referencia a las universidades de acuerdo a sus siglas: UDLAP para la Universidad de las Américas Puebla, y BUAP para la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.

y que pueden ser interpretados diferente por personas ajenas al estudio de los medios de comunicación.

Gráfica 3: Muestra por Carrera



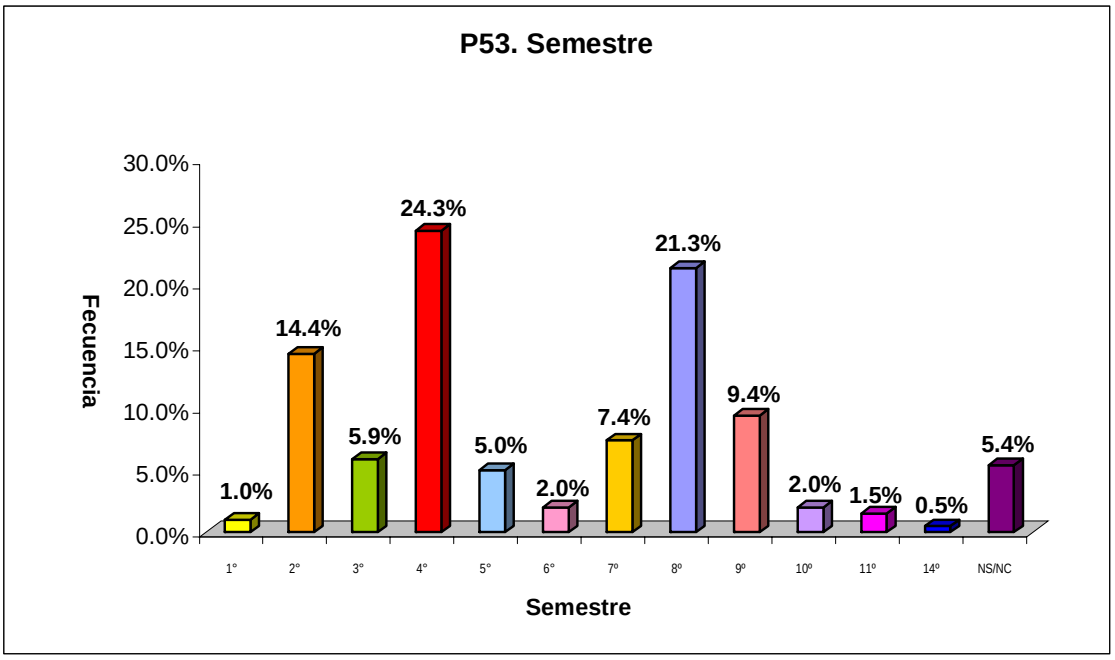
Base Total – 202 casos

5.1.4 Semestre

Como la muestra fue por conveniencia, no se tuvo control sobre el semestre que cursaban los estudiantes, además de ser un factor que no representaba una importancia en particular al pretenderse que la encuesta se aplicara a estudiantes de Ciencias de la Comunicación en general. Como indica la gráfica 4, la mayoría de los encuestados se encontraban en el cuarto semestre a la hora de contestar la encuesta. El siguiente semestre con mayor frecuencia es el octavo, seguido por el segundo semestre. Se puede observar que hay estudiantes de casi todos los semestres, siendo esto un factor positivo porque

se cuenta con una mayor diversidad de opiniones de estudiantes de varios semestres aunque no se dé en forma equilibrada ni representativa.

Gráfica 4: Muestra por Frecuencia de Semestre

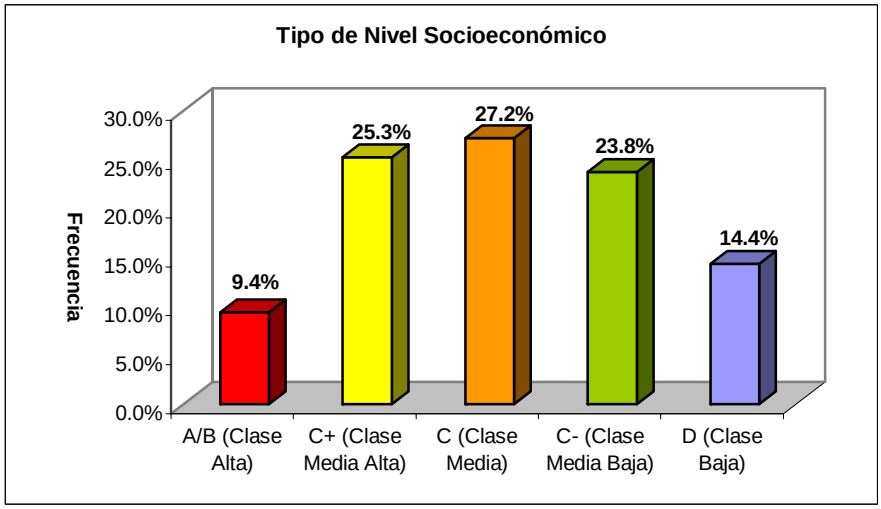


Base Total – 202 casos

5.1.5 Nivel Socioeconómico

De la muestra total, el 27.2%, que equivale a la mayoría, se encuentra en la Clase C (clase media), seguida estrechamente por un 25.2% que se encuentra en la Clase C+ (clase media-alta) y un 23.8% que se ubica en la Clase C- (clase media-baja). Ver gráfica 5.

Gráfica 5: Frecuencia de Nivel Socioeconómico



Base Total- 202 casos

- Acerca de la información sociodemográfica, las estadísticas mostraron una fuerte correlación (ver anexo 2.1.1) entre el nivel socioeconómico y la universidad, lo cual indica que el nivel socioeconómico es mayor en la UDLAP que en la BUAP. Esto es congruente con la realidad, ya que por ser una universidad privada, el costo de estudio en la UDLAP es mucho mayor al de la BUAP.
- La media en la BUAP con respecto al nivel socioeconómico es de 2.51 (con una desviación estándar de +/- 1.07) que equivale a la clase socioeconómica media-baja. Por otra parte, en la UDLAP la media es de 3.33 (con una desviación estándar de +/- 1.18) que equivale a la clase media (ver anexo 2.1.2). Aunque no representa mucha diferencia entre clases de una universidad con la otra, las estadísticas mostrarán más

adelante que sí hay diferencias en el perfil de los estudiantes según estas dos clases sociales.

5.2 Resultados por Variable

5.2.1 Consumo de Medios Masivos de Comunicación

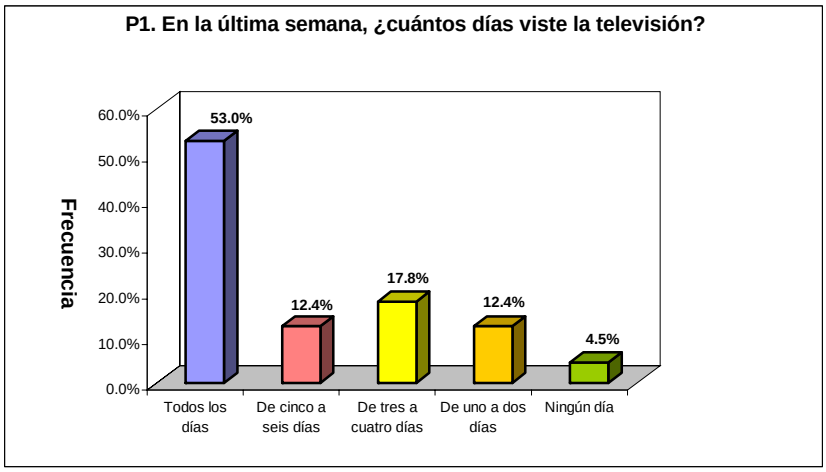
Esta es la primera sección de la encuesta en su versión original. El nombre bajo el que se encuentra es “Medios Masivos de Comunicación”. La información de esta sección permite un mejor entendimiento de los hábitos de consumo de medios de comunicación de los encuestados.

5.2.1.1 Televisión

- Las gráficas muestran cómo de acuerdo con los resultados, el 53% de los encuestados afirma ver la televisión todos los días en promedio dos horas diarias (ver gráfica 6 y 7 respectivamente).
- El canal más visto es “el Canal de las Estrellas” con un 12.9%, seguido por un 11.9% que ambiguamente contestó exponerse con mayor frecuencia a “Televisa”. Cabe destacar que la opción “Televisa” se tuvo que incluir en la lista de respuestas a pesar de su imprecisión por la gran cantidad de estudiantes que contestaron de esta manera. Como Televisa maneja diferentes canales, no se le puede asignar esta respuesta a ningún otro canal

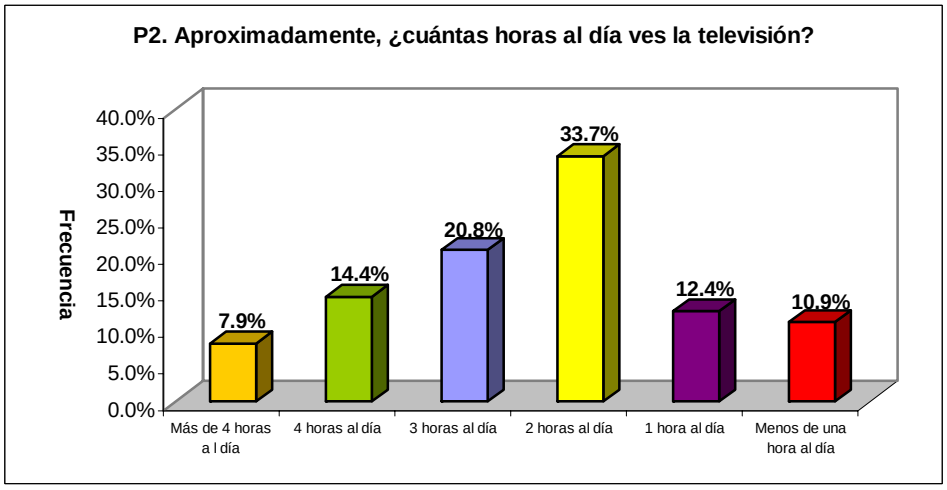
aún cuando sea parte de Televisa. El mismo criterio se aplicó para la respuesta “TV Azteca”. Ver gráfica 8.

Gráfica 6: Frecuencia de Consumo de Televisión por Día



Base Total – 202 casos

Gráfica 7: Frecuencia de Consumo de Televisión por Hora

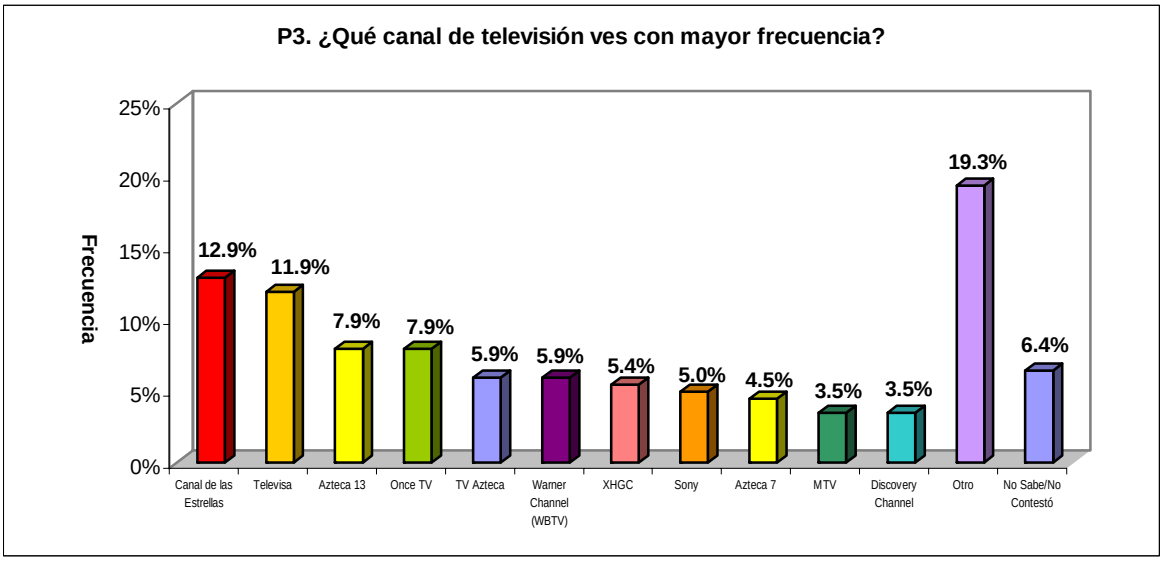


Base Total – 202 casos

- En cuanto al canal más visto, la opción “otro” tiene un mayor porcentaje, sin embargo para fines de análisis, esta categoría no se toma en cuenta

porque está conformada por cerca de 14 canales que sólo obtuvieron una o dos menciones, tales como: CNN, Telehit, American Network, Fox Sports, Disney Channel, People and Arts, VH1, y ESPN. Ver gráfica 8.

Gráfica 8: Frecuencia por Canal de Televisión



Base Total – 202 casos

- Entre los programas más vistos se encuentran los noticiarios, las películas, y las series americanas, respectivamente (ver tabla 1). Por el contrario, los programas menos vistos son *talk shows*, las telenovelas, y los programas de revista, en ese orden. Si se preguntara el noticiario más visto, existiría una gran posibilidad, dadas las respuestas, que sea uno de los noticiarios transmitidos por “el Canal de las Estrellas”.

Tabla 1: Frecuencia por Programa de Televisión

P4. ¿Con qué frecuencia ves cada uno de los siguientes tipos de programas de televisión?							
	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Casi Nunca	Nunca	No Sabe / No Contestó	Total
a. Noticiarios	25.7%	**41.6%**	26.7%	4.5%	1.5%	0.0%	100%
d. Películas	25.2%	**38.1%**	26.2%	5.9%	2.0%	2.5%	100%
f. Series Americanas	20.8%	**26.7%**	23.3%	14.4%	14.4%	0.5%	100%
j. Programas Deportivos	11.9%	15.8%	20.8%	18.8%	**30.7%**	2.0%	100%
i. Programas Culturales	8.9%	29.7%	**43.6%**	13.9%	3.5%	0.5%	100%
k. Programas Cómicos	6.9%	15.3%	**36.1%**	22.8%	18.8%	0.0%	100%
l. Programas de Opinión o Análisis Político	6.4%	17.3%	**39.6%**	23.8%	12.9%	0.0%	100%
e. Reality Shows	3.0%	9.4%	**32.2%**	28.7%	25.2%	1.5%	100%
c. Programas de Espectáculos	2.5%	6.9%	26.2%	33.7%	**29.7%**	1.0%	100%
b. Telenovelas	2.0%	6.4%	22.8%	29.7%	**38.6%**	0.5%	100%
h. Programas de Revista	1.5%	9.4%	25.2%	29.7%	**34.2%**	0.0%	100%
g. Talk Shows	1.0%	2.5%	9.9%	23.3%	**62.9%**	0.5%	100%

Base Total –202 casos

- Se puede inferir que el tiempo de exposición a la televisión guarda sentido con el contenido al que se exponen, ya que los noticiarios duran aproximadamente una hora, las películas cerca de dos horas y media, y las series americanas entre 30 minutos y una hora. Con estas duraciones, es probable que los encuestados vean por lo general entre dos o tres programas al día.

Antes de continuar es importante mencionar que a través de un análisis factorial se encontraron diversos patrones en el consumo de cada medio. En cuanto a la televisión, el análisis factorial (ver anexo 2.2.1) resaltó cuatro formas en las que los encuestados se exponen a ésta. A cada una de estos patrones se le denominará ‘dimensión’:

Dimensión 1: Espectáculos[2] **-** existe una tendencia que señala que los universitarios que ven telenovelas son los que más probablemente ven programas de espectáculos, reality shows, talk shows, y programas de revista.

Dimensión 2: Información: el análisis factorial apunta que sería altamente probable que aquellos que prefieren ver noticiarios se expongan también a programas culturales y a programas de opinión o análisis político.

Dimensión 3: Deportivos: esta dimensión indica que hay quienes se exponen a la televisión para ver programas deportivos y cómicos.

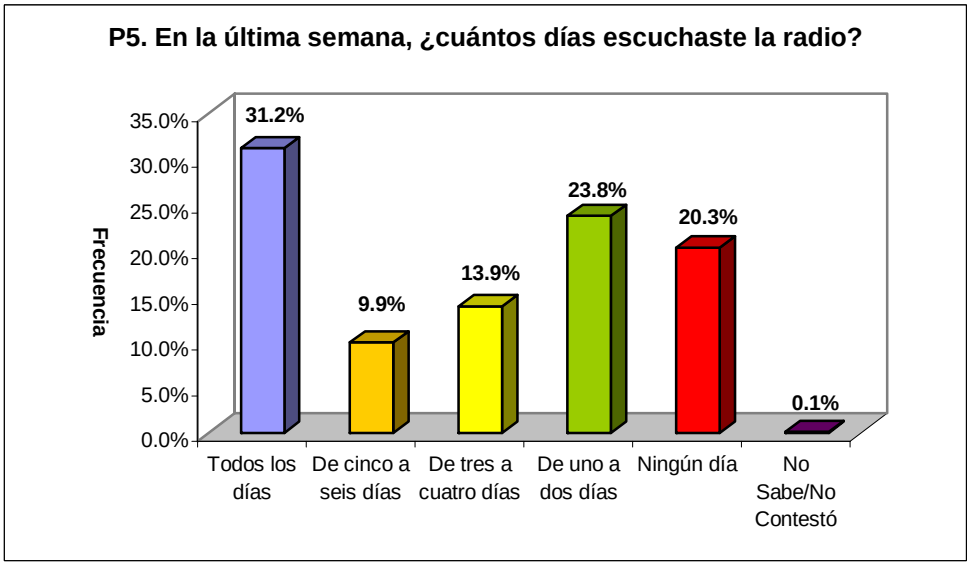
Dimensión 4: Películas: la prueba de análisis factorial también resalta que quienes ven películas, muy probablemente ven también series americanas.

5.2.1.2 Radio

- La radio es un medio de comunicación que los universitarios encuestados consultan “todos los días” con un 31.2%. Sin embargo la exposición a este medio no es muy fuerte si se considera que la mayoría, el 27.7%, escucha la radio de media hora a una hora diaria, seguida fuertemente por 27.7% que declara escucharla por menos de media hora al día. Las gráficas 9 y 10 ilustran estos resultados.

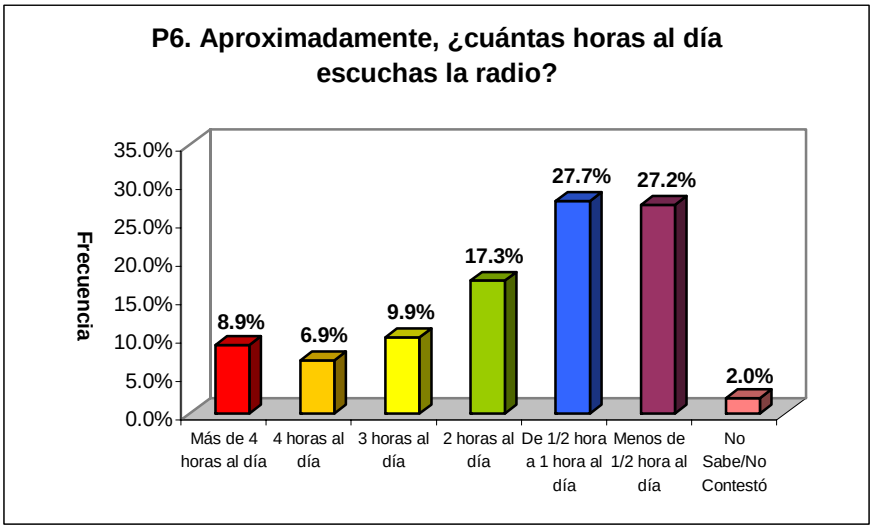
[2] Los nombres de las dimensiones son arbitrarios y se eligieron para identificar una dimensión de otro en el análisis.

Gráfica 9: Frecuencia de Consumo de Radio por Día



Base Total – 202 casos

Gráfica 10: Frecuencia de Consumo de Radio por Hora

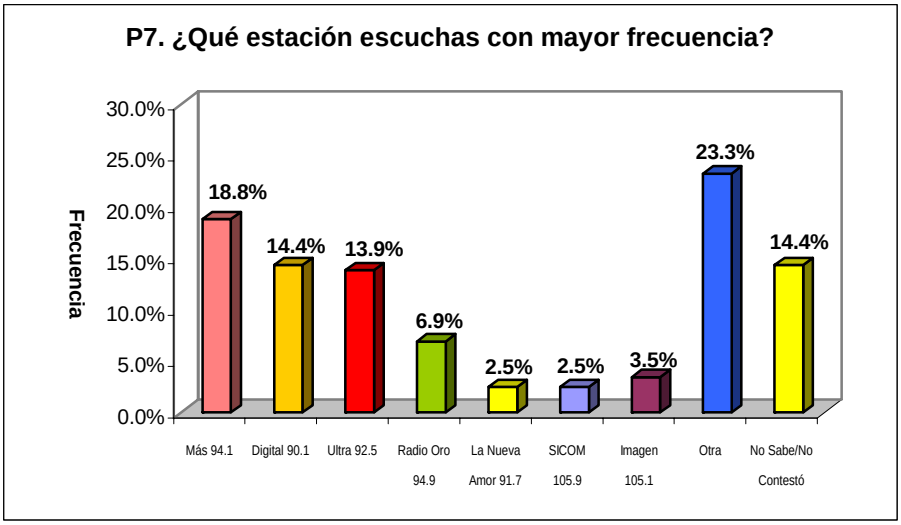


Base Total – 202 casos

- La estación más escuchada es “Más 94.1 FM” con un 18.8% seguida por “Digital 90.1 FM”. La escala “otra” está compuesta por estaciones con

pocas menciones como 1170am, 109.5 FM, 98.7 FM, 1010am, 102.9 FM, y 105.7 FM. Ver gráfica 11.

Gráfica 11: Frecuencia por Estación de Radio



Base Total – 202 casos

- Un 48.5% permite concluir que lo que más buscan en la radio, como muestra la tabla 2, es música en general, mientras que los programas de espectáculos por la radio no les resultan atractivos, con un fuerte 52.5% que contestó que “nunca” los escucha.
- Por las características de los resultados se podría pensar que uno de los principales usos que los estudiantes le dan a la radio es escuchar música mientras se transportan de un lugar a otro, ya que por lo general las distancias que se recorren para llegar a cualquier destino en la ciudad de Puebla van de los 15 a los 45 minutos.

Tabla 2: Frecuencia por Programa de Radio

P8. ¿Con qué frecuencia escuchas cada uno de los siguientes tipos de programas de radio?							
	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Casi Nunca	Nunca	No Sabe / No Contestó	Total
a. Noticiarios	17.8%	21.8%	**26.2%**	24.8%	7.4%	2.0%	100%
b. Música en General	**48.5%**	29.7%	11.4%	5.0%	3.5%	2.0%	100%
c. Complacencias	5.0%	11.9%	**33.2%**	22.8%	24.3%	3.0%	100%
d. Programas Deportivos	4.5%	4.5%	20.8%	25.2%	**42.6%**	2.5%	100%
e. Programas Culturales	6.9%	8.9%	**29.2%**	26.7%	25.7%	2.5%	100%
f. Programas de Espectáculos	4.0%	3.0%	11.4%	27.2%	**52.5%**	2.0%	100%
g. Programas de Análisis Político	4.5%	6.9%	27.2%	28.2%	**31.2%**	2.0%	100%

Base Total – 202 casos

El análisis factorial para el tipo de consumo de radio indicó sólo dos dimensiones (ver anexo 2.2.2), esto es, de acuerdo a los resultados del análisis factorial, los estudiantes que contestaron la encuesta tienen dos formas de escuchar la radio:

Dimensión 1: Información - que abarca los noticiarios, programas deportivos, programas culturales, programas de espectáculos, y programas de análisis político.

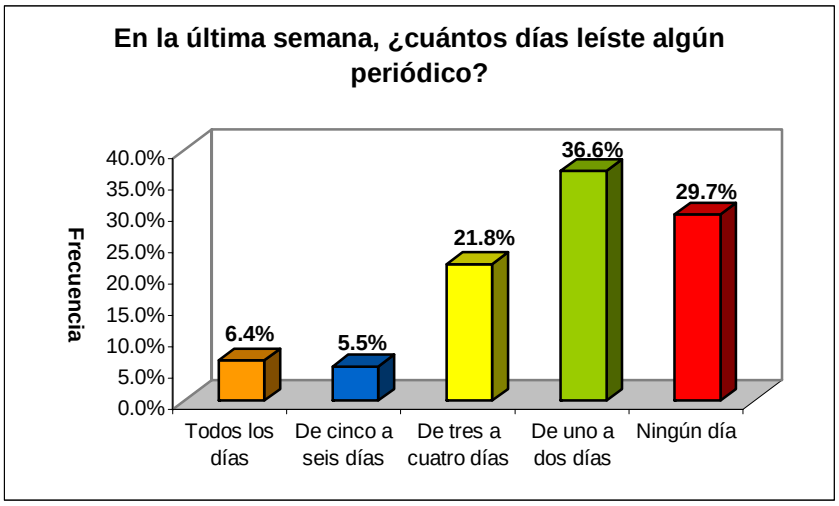
Dimensión 2: Música - en la que se indica que hay personas que prenden la radio para escuchar música en general y complacencias.

5.2.1.3 Prensa

- Los encuestados leen el periódico de uno a dos días a la semana, dedicándole a su lectura aproximadamente 30 minutos. En comparación con la dedicación y exposición a los otros medios de comunicación, se

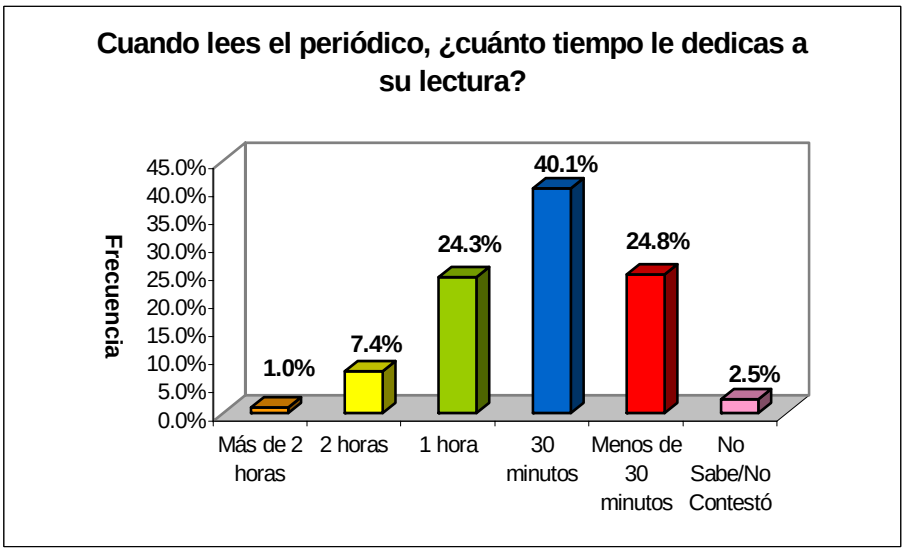
puede decir que el consumo de prensa es poco. Los encuestados prefieren la televisión. Ver gráfica 12 y 13 respectivamente.

Gráfica 12: Frecuencia de Consumo de Prensa por Día



Base Total – 202 casos

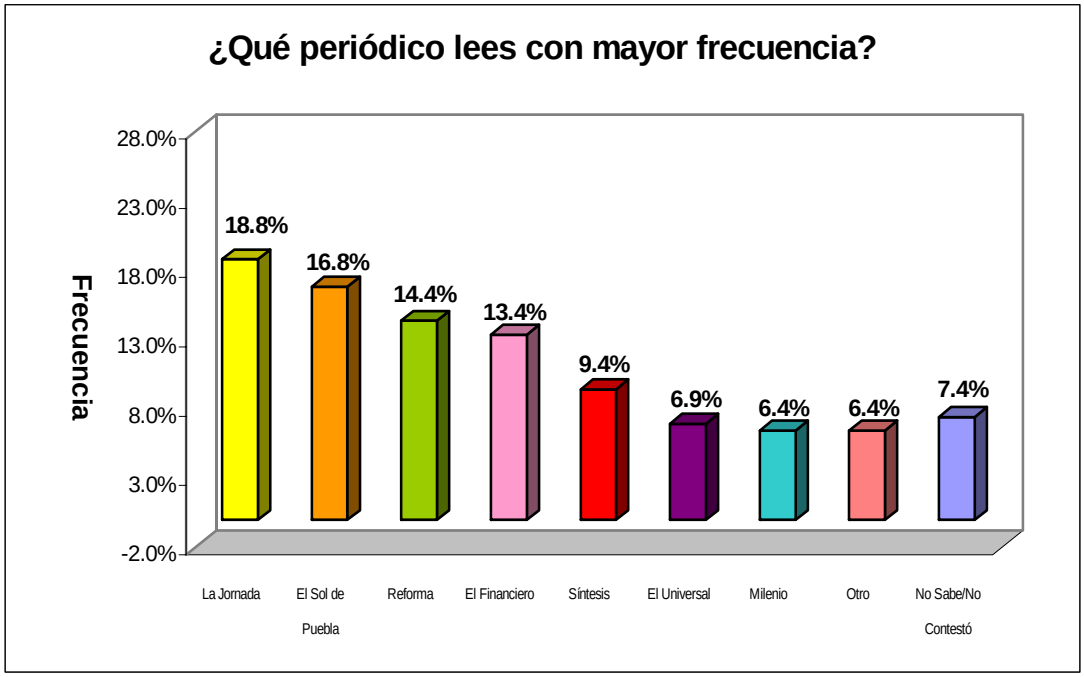
Gráfica 13: Frecuencia de Consumo de Prensa por Hora



Base Total – 202 casos

- La gráfica 14 muestra cómo el periódico más consultado es “La Jornada” con un 18.8%, seguida por “El Sol de Puebla” con 16.8% y del “Reforma” con 14.4%. Los resultados de esta pregunta no fueron los esperados, ya que como “El Financiero” y “Milenio” son publicaciones que se ofrecen gratuitamente en la UDLAP, y el “Milenio” en la BUAP, se esperaba que fueran las publicaciones más consultadas por el fácil acceso a ellas. Lo cual indica que a pesar de las publicaciones gratuitas, los estudiantes prefieren leer otro periódico.

Gráfica 14: Frecuencia por Periódico



Base Total – 202 casos

- La sección más vista es la “Nacional”, y la que menos les interesa es la de “Deportes”, con un 35.1% que “nunca” la consulta (tabla 3). Se mencionó

anteriormente que se encontraban ejemplares gratuitos de “El Financiero” en la UDLAP, y curiosamente la sección de “Negocios” y la de “Finanzas” son de las menos preferidas para los lectores. Esta puede ser una razón por la que los estudiantes de la UDLAP, por ejemplo, sostienen preferencias por otro periódico y no “El Financiero”. Acerca de la sección de “Deportes”, queda claro que los interesados en este tema gustan más de informarse y consultarlos por la televisión, probablemente por la posibilidad de ver las imágenes.

Tabla 3: Frecuencia por Sección de Periódico

P12. ¿Con qué frecuencia consultas cada una de las siguientes secciones del periódico?							
	Siempre	Casi Siempre	Algunas Veces	Casi Nunca	Nunca	No Sabe / No Contestó	Total
a. Nacional	**35.6%**	29.2%	27.7%	2.0%	4.5%	1.0%	100.0%
b. Internacional	28.2%	**32.7%**	30.7%	3.5%	4.5%	0.5%	100.0%
c. Regional	17.8%	25.7%	**32.7%**	14.9%	7.9%	1.0%	100.0%
i. de Cultura	17.8%	**31.2%**	30.2%	8.4%	9.9%	2.5%	100.0%
d. de Política	17.3%	23.3%	**33.7%**	16.3%	7.4%	2.0%	100.0%
g. de Deportes	15.3%	13.4%	16.8%	16.3%	**35.1%**	3.0%	100.0%
f. de Espectáculos	11.4%	17.3%	**26.2%**	23.8%	19.3%	2.0%	100.0%
l. Editoriales	8.9%	12.9%	**32.2%**	24.3%	20.8%	1.0%	100.0%
h. de Policía	8.4%	8.4%	23.8%	24.3%	**32.7%**	2.5%	100.0%
n. Suplementos	7.4%	15.8%	**28.2%**	22.8%	25.2%	0.5%	100.0%
j. de Negocios	6.4%	10.9%	24.3%	26.7%	**30.7%**	1.0%	100.0%
k. de Finanzas	6.4%	9.4%	19.8%	**31.7%**	31.7%	1.0%	100.0%
m. Avisos Clasificados	5.4%	10.4%	24.8%	**32.7%**	26.2%	0.5%	100.0%
e. de Sociales	2.0%	14.9%	22.8%	**30.2%**	29.2%	1.0%	100.0%

Base Total – 202 casos

Igualmente que con los otros medios de comunicación, el análisis factorial identificó cuatro formas de leer el periódico (ver anexo 2.2.3). Estas cuatro dimensiones son:

Dimensión 1: Información - quienes leen la sección Nacional, muy probablemente consulta también la Internacional, Regional, de Política, de Cultura, y Editoriales.

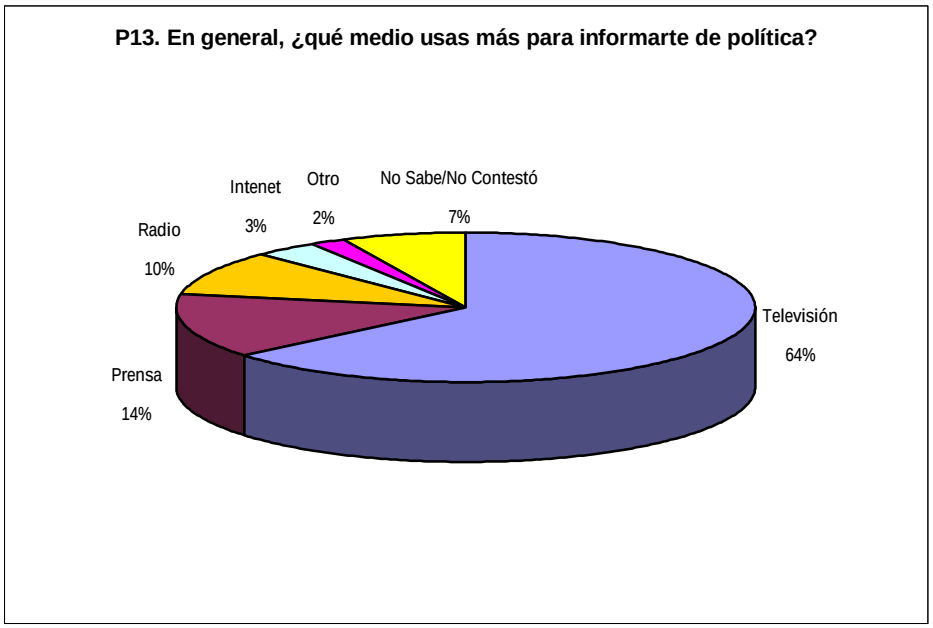
Dimensión 2: Sociales - se encontró una relación entre la sección de Sociales, Espectáculos, Avisos Clasificados, y Suplementos.

Dimensión 3: Deportes - esta dimensión indica que hay quienes sólo leer la sección de Deportes. Las estadísticas perfilan a los hombres en esta dimensión.

Dimensión 4: Negocios - incluye la sección de Negocios, de Policía, y la de Finanzas.

- La respuesta a la pregunta P13: *En general, ¿qué medio usas para informarte de política?*, es congruente con los resultados que se mencionan, ya que la televisión es el medio que más consultan para este propósito un 63.9% de los encuestados (ver gráfica 15). Sin embargo, aunque muchos no consultan el periódico con frecuencia sí es preferido por más personas (13.9%) para informarse de política que la radio, que obtuvo un 9.9%.

Gráfica 15: Medio de Comunicación para Informarse de Política



Base Total – 202 casos

5.2.2 Percepción de los Medios Masivos de Comunicación en la Política

Esta segunda sección del cuestionario está nombrada en él como "Medios de Comunicación y Política". Sus reactivos, como se especificó en el capítulo anterior, se dividen en dos variables: objetividad e importancia.

5.2.2.1 Objetividad de los Medios Masivos de Comunicación en la Política

- De acuerdo con los resultados, mostrados en la tabla 4, los encuestados parecen estar conscientes de que las noticias que salen en los medios de comunicación no son siempre las más importantes, ya que un 32.2% declaró estar "completamente en desacuerdo" en que si una noticia no sale en los medios de comunicación es porque no es importante. Podría ser una

explicación a este resultado el hecho de que los encuestados son todos estudiantes de Ciencias de la Comunicación y saben sobre teorías como el "establecimiento de la agenda", en la que haciendo referencia a las noticias, los medios de comunicación seleccionan lo que consideran importante de acuerdo a diferentes intereses, siendo éste un proceso altamente subjetivo.

Tabla 4: Percepción de Objetividad de los Medios de Comunicación en la Política

P14. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con cada una de las siguientes afirmaciones?								
	Completamente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Medianamente en Desacuerdo	Completamente en Desacuerdo	No Sabe / No Contestó	Total
c. Los medios de comunicación están a favor del gobierno	9.9%	25.2%	**29.7%**	19.8%	13.9%	0.5%	1.0%	100.0%
f. Los medios de comunicación ofrecen diferentes puntos de vista sobre un mismo tema de política	5.9%	23.8%	**28.7%**	19.8%	14.4%	6.4%	1.0%	100.0%
b. Si una noticia no sale en los medios de comunicación es porque no es importante	3.5%	11.4%	0.4%	30.7%	12.9%	**32.2%**	1.0%	100.0%
e. Las personas que dan las noticias en la tele y en la radio, o que escriben en los periódicos, saben mucho de política	3.5%	17.8%	17.3%	**28.2%**	23.8%	8.4%	1.0%	100.0%
d. Los medios de comunicación hablan con la verdad	0.5%	13.4%	15.3%	27.2%	**30.7%**	11.9%	1.0%	100.0%

Base Total – 202 casos

- Los estudiantes parecen estar más inclinados hacia la observación que los medios de comunicación están a favor del gobierno. Lo que significa que si los medios de comunicación tienen inclinaciones políticas, no son objetivos. Un planteamiento para este resultado puede ser que los

encuestados no consideran que los medios de comunicación son lo suficientemente críticos ante las acciones y decisiones del Gobierno, pensando que es porque están a favor de él. Ver tabla 4.

- La falta de objetividad de los medios de comunicación queda demostrada en el reactivo 14d, en el que un fuerte 30.7% está medianamente en desacuerdo con que los medios de comunicación hablan con la verdad. Ver tabla 4.
- Un 60.4% (ver tabla 4) está en desacuerdo, en sus tres dimensiones, con que las personas que informan las noticias saben mucho de política. Si la mayoría de los estudiantes consideran que los noticieros no están bien capacitados, es probable que la credibilidad en ellos se vea afectada de manera negativa.
- De manera contradictoria, el 27.8% está de acuerdo en que los medios de comunicación ofrecen diferentes puntos de vista sobre un mismo tema de política (ver tabla 4). Con un puntaje positivo en este reactivo, se indica que al considerar que los medios de comunicación abordan el tema de diferentes perspectivas se disminuye un posible sesgo al transmitir la información, dando pie a la objetividad.

Para este factor, el análisis factorial no encontró patrones o dimensiones.

5.2.2.2 Importancia de los Medios Masivos de Comunicación en la Política

- La mayoría de los estudiantes parecen estar "completamente de acuerdo" en que los medios de comunicación son importantes para la política (73.8%). Ver tabla 5.

Tabla 5: Percepción de la Importancia de los Medios de Comunicación en la Política

P14. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con cada una de las siguientes afirmaciones?								
	Completamente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Medianamente en Desacuerdo	Completamente en Desacuerdo	No Sabe / No Contestó	Total
a. Los medios de comunicación son importantes para la política	**73.8%**	10.4%	14.4%	1.0%	0.0%	0.5%	0.0%	100%
i. Si hay algo que necesite saber sobre el país, los medios de comunicación me informan	6.4%	25.2%	**31.7%**	13.9%	16.3%	5.9%	0.5%	100%
g. Los medios de comunicación me alientan a participar en la política de mi país	4.0%	13.4%	27.7%	**29.2%**	15.3%	9.9%	0.5%	100%
h. Los medios de comunicación presionan al gobierno para que haga bien las cosas	3.0%	**23.8%**	**23.8%**	23.3%	14.4%	11.4%	0.5%	100%

Base Total – 202 casos

- Es más del 50% los que consideran que los medios de comunicación no los alientan a participar en la política de su país (ver tabla 5) si se suman las tres dimensiones en desacuerdo.
- Un 50.5% del total de la muestra está de acuerdo (en sus tres grados: de acuerdo, medianamente de acuerdo, y completamente de acuerdo) con que los medios de comunicación presionan al gobierno para hacer bien las cosas (ver tabla 5), lo cual contradice el resultado anterior. Sin embargo, como el 49% está en desacuerdo (en sus tres modalidades) con la afirmación, es difícil concluir algo. Se podría pensar que ligeramente más

del 50% de los encuestados considera estar de acuerdo con los medios en lo que está bien para el país.

- A pesar de que los encuestados no consideran que los noticieros saben mucho de política, creen que si hay algo que necesiten saber sobre el país, los medios de comunicación les informarán (ver tabla 5).
- Faltaría especificar cómo consideran que son importantes para la política puesto que la mayoría argumenta que los medios de comunicación no los alientan para participar en la política del país, y si un gran porcentaje está en desacuerdo (en sus tres dimensiones) en que las personas que dan las noticias en la televisión y en la radio, o que escriben en los periódicos, saben mucho de política, entonces ¿en qué basan la importancia de los medios en la política?

El análisis factorial determinó dos patrones en la percepción de la importancia de los medios de comunicación en la política (ver anexo 2.2.4):

Dimensión 1: Verdad - indica que quienes consideran que los medios de comunicación hablan con la verdad, también consideran que las personas que informan están preparadas, y que los medios ofrecen diferentes perspectivas sobre un mismo tema (reactivos P14d, P14e, y P14f).

Dimensión 2: Sesgo - encuentra que existe una similitud de respuesta en quienes perciben que los medios de comunicación están a favor del gobierno y quienes creen que sólo las noticias importantes salen en los medios de comunicación (reactivos P14b y P14c).

5.2.3 Valores Democráticos

En esta sección que lleva por nombre "Ideas Sobre Política" en la encuesta, la idea principal era presentar dos reactivos de cada valor democrático: tolerancia, igualdad, pluralidad, libertad, garantías individuales, y diálogo, con la idea de que en ambos reactivos las respuestas fueran similares. Sin embargo los resultados no fueron así.

5.2.3.1 Tolerancia

- Se encontró un resultado congruente ya que la mayoría contestó de manera similar a ambas preguntas.
- La mayoría, el 29.7% está "completamente de acuerdo" en que se debe permitir el aborto a toda mujer que quiera hacerlo (ver tabla 6).
- De manera similar, el 69.8% de los encuestados están "completamente en desacuerdo" con que *está bien que las personas tengan ideas diferentes, pero no está bien que las expresen* (ver tabla 6). Cabe recordar que esta

pregunta tenía un resultado inverso, puesto que entre más “en desacuerdo” se estuviera, más afinidad con el valor de tolerancia.

Tabla 6: Afinidad con los Valores Democráticos

P17. ¿Qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con cada una de las siguientes situaciones?								
	Completamente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Medianamente en Desacuerdo	Completamente en Desacuerdo	No Sabe/ No Contestó	Total
f. Las personas minusválidas o con capacidades diferentes pueden ser propuestas para puestos políticos importantes como por ejemplo Presidente de la República o Gobernador.	**56.4%**	16.3%	20.3%	3.5%	3.0%	0.5%	0.0%	100.0%
d. A los homosexuales se les debe permitir tener lugares de reunión y de expresión (como marchas y manifestaciones) en México.	**41.6%**	14.4%	28.7%	4.5%	5.4%	5.4%	0.0%	100.0%
a. Se debe permitir el aborto a toda mujer que quiera hacerlo.	**29.7%**	18.8%	15.8%	18.8%	5.0%	11.4%	0.5%	100.0%
e. Es bueno que en México existan más religiones.	26.7%	13.9%	**33.2%**	13.4%	5.4%	7.4%	0.0%	100.0%
i. Es válido desobedecer la ley si ésta es injusta.	14.4%	13.9%	**24.3%**	20.3%	14.4%	12.4%	0.5%	100.0%
b. No me molestaría que los artistas de la televisión crearan su propio partido político para ver por sus intereses.	5.0%	10.9%	10.4%	26.2%	9.4%	**38.1%**	0.0%	100.0%
g. Cuando dos personas que piensan diferente llegan a un acuerdo, significa que uno convenció al otro para que cambiara su punto de vista.	5.0%	18.3%	14.4%	**35.1%**	10.4%	16.8%	0.0%	100.0%
h. Es mejor que las mujeres no participen en la política.	5.0%	4.5%	3.5%	13.9%	5.4%	**67.8%**	0.0%	100.0%
c. Es mejor dar dinero (mordida) para ahorrar tiempo en un trámite de gobierno.	4.5%	4.5%	11.4%	25.2%	11.4%	**41.1%**	2.0%	100.0%
j. Está bien que las personas tengan ideas diferentes, pero no está bien que las expresen.	1.5%	2.0%	1.5%	18.8%	6.4%	**69.8%**	0.0%	100.0%

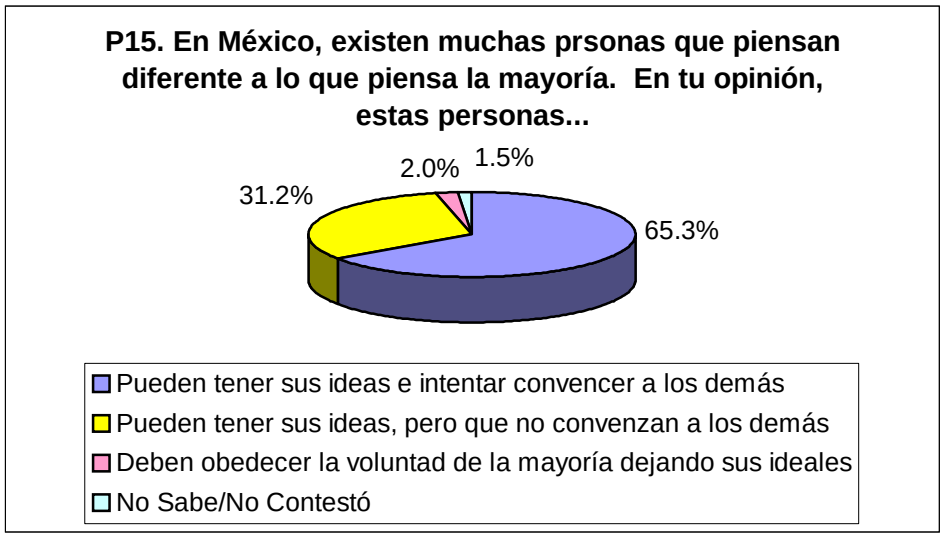
Base Total – 202 casos

5.2.3.2 Pluralidad

- Es importante recalcar que en un país donde se practica la tolerancia, es más fácil aceptar la pluralidad. Según el resultado de estas preguntas, los estudiantes universitarios encuestados sí están abiertos a la pluralidad. El 65.3% cree que en México, las personas que piensan diferente a lo que

piensa la mayoría puede tener sus ideas e intentar convencer a los demás (ver gráfica 16).

Gráfica 16: Afinidad con la Pluralidad



Base Total – 202 casos

- Por otra parte, la mayoría está de acuerdo (en sus tres dimensiones) que existan más religiones en México (ver tabla 6).

5.2.3.3 Libertad

- Las respuestas que se obtuvieron para medir el valor de la libertad en los estudiantes fueron interesantes porque la mayoría, un 41.1% (ver tabla 6), declaró estar "completamente en desacuerdo" con que es mejor dar "mordidas" para ahorrar tiempo en un trámite de gobierno, sin embargo no resulta muy claro si están de acuerdo o en desacuerdo en que *es válido*

desobedecer la ley si ésta es injusta, ya que es muy poca la diferencia entre estas dos opciones (y sus dimensiones a favor y en contra). A comparación de los otros dos valores analizados, es dudoso si los estudiantes adaptan el valor de la libertad en el contexto político.

5.2.3.4 Garantías Individuales

- Si bien no se puede afirmar con toda seguridad que los universitarios comparten el valor de la libertad, se puede afirmar que sin duda alguna, sostienen sus garantías individuales, puesto que en los dos reactivos se obtuvieron resultados muy significativos y positivos.
- Un 41.6% está "completamente de acuerdo" en que *a los homosexuales se les debe permitir tener lugares de reunión y de expresión en México* (ver tabla 6).
- De la misma manera, los encuestados están "completamente en desacuerdo" con que *es mejor que las mujeres no participen en la política* (ver tabla 6). La respuesta a esta pregunta es inversa.

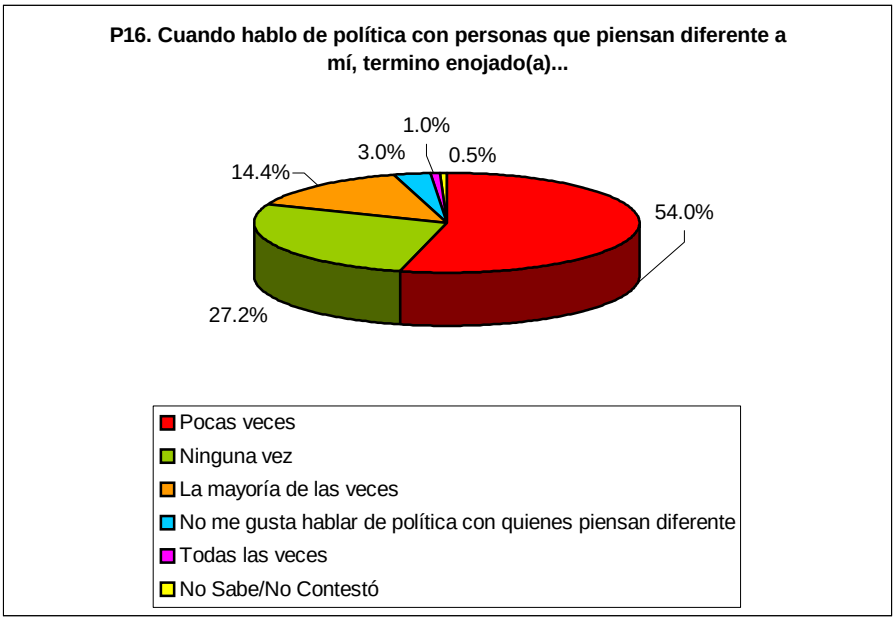
5.2.3.5 Diálogo

- El diálogo es un valor más inculcado en los estudiantes universitarios de la muestra, pues la mayoría de ellos "pocas veces", seguido por "ninguna

vez", se enojan cuando hablan de política con personas que piensan diferente a ellos (ver gráfica 17). Este reactivo guarda relación con la tolerancia y la pluralidad, por lo que resulta un aspecto positivo que exista congruencia con las respuestas entre estos tres valores.

- La mayoría dice estar "en desacuerdo" con que *cuando dos personas que piensan diferente llegan a un acuerdo, significa que uno convenció al otro para que cambiara su punto de vista* (ver tabla 6). Nuevamente, el sentido de este reactivo es inverso.

Gráfica 17: Afinidad con el Diálogo



Base Total – 202 casos

5.2.3.6 Igualdad

- Los estudiantes contestaron que están de acuerdo (en sus tres dimensiones) con que *las personas minusválidas o con capacidades diferentes pueden ser propuestas para puestos políticos importantes* (ver tabla 6).
- A diferencia de las otras respuestas, en cuanto a que si les molestaría que los artistas de la televisión crearan su propio partido político para ver por sus intereses, es claro con un 38.1%, que a la mayoría sí les molestaría. La tabla 6 muestra este resultado.

En general, se puede concluir que los estudiantes que contestaron esta encuesta conservan los principales valores de la democracia. Aunque pareciera que los porcentajes están relativamente bajos para poder afirmar que los estudiantes cuentan con los valores medidos, si se espera que todos respondan positivamente a cada valor, no se está dando espacio para la diversidad de percepciones y creencias, característico de un país con tolerancia, pluralidad, igualdad, libertad, etcétera.

Al aplicar el análisis factorial a esta variable se encontraron cuatro dimensiones (ver anexo 2.2.5):

Dimensión 1: Minorías – indica que las personas contestaron similar a los reactivos P17a, P17b, P17e, y P17f, los cuales hablan acerca del aborto, la libre expresión de los homosexuales, la apertura del país a otras religiones, y el derecho de las personas con capacidades diferentes a ocupar puestos en el Gobierno.

Dimensión 2: Ley – en este caso, el análisis factorial resaltó la semblanza entre las respuestas a los reactivos P17c, P17g y P17i. Éstos abordan los dos reactivos sobre el valor de la libertad, acerca de las mordidas para ahorrar trámites de gobierno, y desobedecer la ley si es injusta, y un valor de diálogo que dice que cuando dos personas llegan a un acuerdo es porque uno convenció al otro para que cambiara de parecer.

Dimensión 3: Mujeres – esta dimensión indica la relación en las respuestas a que es mejor que las mujeres no participen en la política, que les molestaría si los artistas de televisión crearan su propio partido político, y que está bien que las personas tengan ideas diferentes pero no que las expresen. Reactivos P17b, P17h y P17j.

Dimensión 4: Ideales – la última dimensión incluye un reactivo de pluralidad (P15) sobre lo que opinan de que en México existan personas que piensan diferente a lo que piensa la mayoría, y un reactivo referente al valor

del diálogo (P16) sobre la actitud al hablar de política con personas con opiniones diferentes a la propia.

5.2.4 Cultura Política

La cuarta sección del cuestionario, llamada también “Cultura”es la que alberga los reactivos que medirán la cultura política de los universitarios encuestados. A cada cultura política se le asignaron tres reactivos consecutivos para medirla.

5.2.4.1 Jerarquía

- Cerca de un 70% (sumando las tres modalidades de “de acuerdo”) coinciden en que uno de los problemas más grandes en la política hoy en día es que no hay respeto hacia las autoridades (ver tabla 7). La cultura política jerárquica tiene como principal característica el respeto a la autoridad, por lo que se puede pensar que los que sienten afinidad con este reactivo consideran que se habla mal sobre los políticos y las autoridades y les molesta que se les critique en los medios de comunicación, por ejemplo.
- La respuesta positiva hacia la siguiente afirmación fortalece la idea de una cultura política jerárquica con cerca de un 83% (de nueva cuenta sumando las tres modalidades positivas) que considera que como nación, la mejor

herencia que le podemos dejar a futuras generaciones es nuestras costumbres y tradiciones. La tabla 7 ilustra este resultado. Quizá los que favorecen esta afirmación se identifican con el hecho de que los mexicanos somos un país con mucho orgullo nacional, en nuestras costumbres y nuestra historia, por lo que reflejaron su sentir con esta respuesta.

- Sin embargo, al preguntar si las decisiones sobre el país las deben tomar las personas que están en el poder porque están preparadas para eso, cerca de un 60% (en las tres modalidades negativas) no está de acuerdo (ver tabla 7). Si se recuerda, una de las características principales de la cultura política jerárquica es el gran respeto a la autoridad y la confianza en las capacidades de las autoridades.

5.2.4.2 Igualitarismo

- Los resultados hacia esta cultura política quedan más claros que en la cultura política anterior. En los tres reactivos, los universitarios contestaron positivamente, por lo que hasta ahora, esta sería la cultura política hacia la que más se inclinan los universitarios según los datos arrojados.

Tabla 7: Afinidad a las Culturas Políticas

P18. ¿Qué tan de acuerdo o desacuerdo estás con cada una de las siguientes afirmaciones?								
	Completamente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Medianamente en Desacuerdo	Completamente en Desacuerdo	No Sabe / No Contestó	Total
f. Las decisiones del país las deben de tomar todos los mexicanos.	**46.0%**	18.3%	22.3%	8.9%	3.5%	1.0%	0.0%	100.0%
g. Todos los mexicanos deberían tener las mismas oportunidades para sobresalir o para fracasar sin la ayuda del gobierno.	**35.1%**	20.3%	29.2%	7.9%	5.4%	1.0%	1.0%	100.0%
b. Como nación, la mejor herencia que le podemos dejar a las futuras generaciones es nuestras costumbres y tradiciones.	33.2%	15.3%	**33.7%**	7.4%	7.4%	2.0%	1.0%	100.0%
i. Nada es definitivo. Todas las decisiones se pueden negociar.	**29.7%**	24.8%	29.2%	6.9%	6.9%	2.0%	0.5%	100.0%
h. Si la gente tiene los recursos, tiene todo el derecho de obtener cuantas propiedades quiera y poder disfrutarlas.	31.2%	15.3%	**32.2%**	10.9%	6.4%	3.5%	0.5%	100.0%
e. Estoy a favor de un incremento de impuestos sobre las personas que tengan dinero y sobre las grandes empresas.	**24.8%**	24.3%	22.8%	12.4%	7.9%	6.9%	1.0%	100.0%
a. Uno de los problemas más grandes en la política hoy en día es que no hay respeto hacia las autoridades.	17.3%	**26.7%**	25.7%	16.3%	9.4%	4.0%	0.5%	100.0%
d. Lo que este país necesita es una revolución de justicia para que la distribución de las riquezas sea más equitativa.	15.3%	21.3%	**24.8%**	17.3%	12.4%	8.4%	0.5%	100.0%
l. No importa quién tome las decisiones en la política, mis necesidades nunca las toman en cuenta.	9.9%	**24.3%**	21.3%	20.3%	14.9%	8.9%	0.5%	100.0%
k. El voto no vale nada. No importa si voto o por quién voto. Las cosas seguirán igual.	9.4%	8.4%	12.9%	22.8%	18.3%	**27.7%**	0.5%	100.0%
c. Las decisiones sobre el país las deben tomar las personas que están en el poder porque están preparadas para eso.	7.4%	13.9%	18.3%	**23.8%**	18.3%	17.3%	1.0%	100.0%
j. Es inútil la cooperación de todos para un bien común. Es mejor hacer las cosas sólo.	4.0%	5.9%	6.4%	28.2%	22.8%	**31.7%**	1.0%	100.0%

BaseTotal – 202 casos

- La mayoría, con un 24.8% están “de acuerdo” en que lo que este país necesita es una revolución de justicia para que la distribución de las riquezas sea más equitativa (ver tabla 7). Aunque este porcentaje no es muy determinante, si se suman las tres dimensiones a favor, se alcanza cerca de un 60% a favor del igualitarismo.
- De manera más significativa, la tabla 7 muestra cómo un 24.8% está “completamente de acuerdo” en un incremento de impuestos sobre las personas que tengan dinero y sobre las grandes empresas. Con casi aproximadamente un 72%, este resultado fortalece más la inclinación hacia una cultura política igualitaria.
- Por último en esta cultura política, un 46% cree que las decisiones del país las deben de tomar todos los mexicanos. La suma de las tres dimensiones a favor es de 86.6%. Dejando claro la identificación hacia esta cultura política. Ver tabla 7.

5.2.4.3 Individualismo

- Los estudiantes parecen estar “completamente de acuerdo” en que todos los mexicanos deberían tener las mismas oportunidades para sobresalir o fracasar sin la ayuda del gobierno, con una mayoría del 35.1% según ilustra la tabla 7.

- De la misma manera los encuestados están “de acuerdo” con 32.2% en que si la gente tiene los recursos, tiene todo el derecho de obtener cuantas propiedades quiera y poder disfrutarlas. Ver tabla 7.
- Con un porcentaje relativamente similar, un 29.7% que están “completamente de acuerdo” (ver tabla 7), los estudiantes perciben que nada es definitivo y que todo se puede negociar.
- Los resultados de esta cultura política en contraste con los de la cultura política igualitaria, demuestran con mayor claridad que ésta es la cultura política que por el momento predomina.

5.2.4.4 Fatalismo

- A diferencia de la hipótesis que se planteaba para este trabajo, la cual se analizará más tarde, el fatalismo es la única cultura política que ha obtenido el voto de la mayoría con un 31.7% “completamente en desacuerdo” con que es inútil la cooperación de todos para un bien común (ver tabla 7). La suma de las tres dimensiones negativas suma 82.7% en contra de una de las características principales de la cultura política fatalista, marcando la poca afinidad con el fatalismo.
- Con un porcentaje tan alto en contra de esta cultura política, no es de extrañarse un 27.7% que está “completamente en desacuerdo” con la

ideología de que el voto no vale nada (ver tabla 7). Al respecto sería interesante comparar con las estadísticas de abstención del voto de los jóvenes universitarios durante elecciones.

- En los últimos dos reactivos sobre el fatalismo es muy visible la poca inclinación hacia el fatalismo, sin embargo la mayoría, representada por un 24.3%, decidió que está “medianamente de acuerdo” con que no importa quién tome las decisiones en la política, porque sus necesidades nunca las tomarán en cuenta (ver tabla 7). La balanza parece estar a favor de esta afirmación con una sumatoria del 55.9%.

Siguiendo el análisis factorial, en las respuestas sobre la sección de cultura política se encontraron cinco dimensiones o patrones de respuesta (ver anexo 2.2.6):

Dimensión 1: Fatalismo - en este patrón, los encuestados se identifican más con los tres únicos reactivos sobre el fatalismo (P18j, P18k, P18l).

Dimensión 2: Igualitarismo - similar a la dimensión anterior, los universitarios encuestados tienen mayor afinidad con los tres reactivos correspondientes a la cultura política igualitaria, más un reactivo correspondiente a la cultura política jerárquica (P18b, P18d, P18e, P18f).

Dimensión 3: Individualismo - curiosamente, los que contestan bajo este patrón, seleccionan mayor afinidad con los tres reactivos de la cultura política individualista (P18g, P18h, P18i).

Dimensión 4: Jerarquía1 - esta dimensión sólo abarca el reactivo P18c, correspondiente a la cultura política jerárquica.

Dimensión 5: Jerarquía2 - nuevamente la dimensión incluye sólo el reactivo P18a relacionado con la jerarquía.

Gracias a los resultados arrojados se pudo identificar la cultura política que predomina entre los estudiantes universitarios encuestados: la individualista.

5.2.5 Participación Política

La quinta sección del cuestionario es ésta que se encuentra bajo el nombre de "Actividades Políticas". La sección se dividió en dos dimensiones, aquella que abarca los procesos políticos escolares, y la de los procesos políticos externos.

5.2.5.1 Procesos Políticos Escolares

- La escuela, o la universidad en este caso, es una institución que a escala menor contiene características y relaciones de poder y participación similar a las del sistema político. El reglamento de la Universidad es equivalente a

la Constitución Mexicana. Para este reactivo, el 55.9% de los universitarios declaran sí *conocer el reglamento de su Universidad*. Ver tabla 8.

- El similar a la credencial de lector es la credencial institucional, que un 78.7% sí la tiene al día, como demuestra la tabla 8.

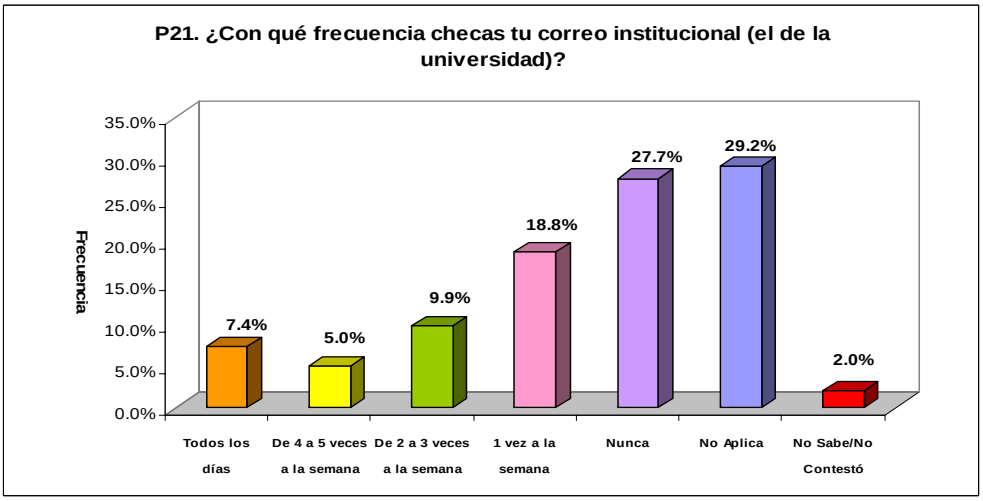
Tabla 8: Participación Política en la Universidad

P19. De acuerdo a las siguientes preguntas, ¿realizas o no las siguientes actividades?					
	Sí	No	No Aplica	No Sabe / No Contestó	Total
c. ¿Evaluaste a tus profesores del semestre pasado?	**84.2%**	14.9%	0.5%	0.5%	100.0%
b. ¿Tienes tu credencial de la Universidad al día (resellada, etc.)?	**78.7%**	21.3%	0.0%	0.0%	100.0%
d. ¿Votaste en las elecciones de tu Universidad el semestre pasado (para mesa directiva, consejo estudiantil, etc.)?	**73.8%**	22.3%	4.0%	0.0%	100.0%
a. ¿Conoces el reglamento de tu Universidad?	**55.9%**	43.6%	0.0%	0.5%	100.0%

Base Total – 202 casos

- Evaluar a los profesores es un acto de participación en el sistema universitario. En este caso, como lo indica la tabla 8, los estudiantes sí realizaron la evaluación en su mayoría, el 84.2%, el semestre pasado.
- Votar en las elecciones de su Universidad es algo que sí hace el 73.8% de los estudiantes, proceso que es similar al de votación para puestos de Gobierno de elección popular. Ver tabla 8.
- El correo institucional es algo que los estudiantes casi no revisan. La gráfica 18 muestra cómo los encuestados no tienen el hábito de revisar su correo institucional.

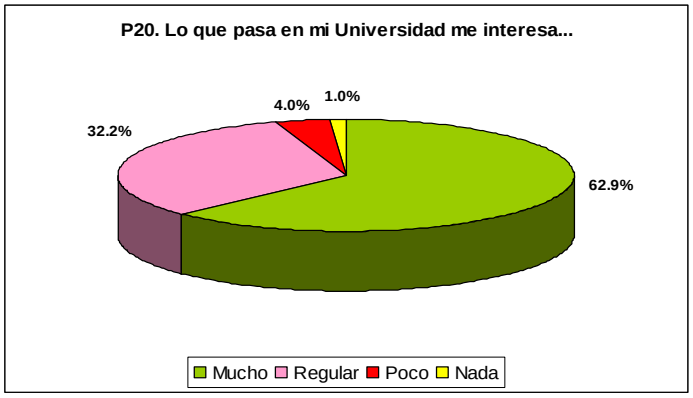
Gráfica 18: Consulta del Correo Institucional



Base Total – 202 casos

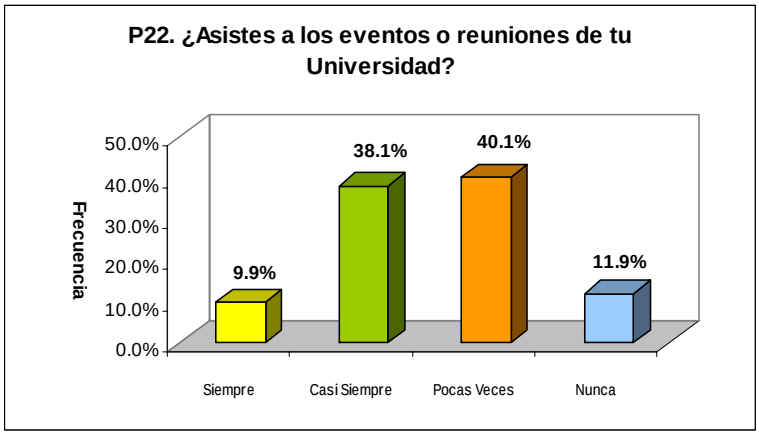
- Al 62.9% le interesa "mucho" lo que pasa en su universidad (gráfica 19), sin embargo participan "pocas veces" en las actividades de su Universidad, como "*eventos o reuniones de su Universidad*" (gráfica 20), "*partidos o torneos en los que participan sus compañeros*" (gráfica 21), "*campañas sociales que organiza su Universidad*" (gráfica 22), y se encuentra poco involucramiento en las plantillas estudiantiles y en la organización de conferencias y otras actividades (gráfica 23).

Gráfica 19: Interés por lo que Pasa en su Universidad



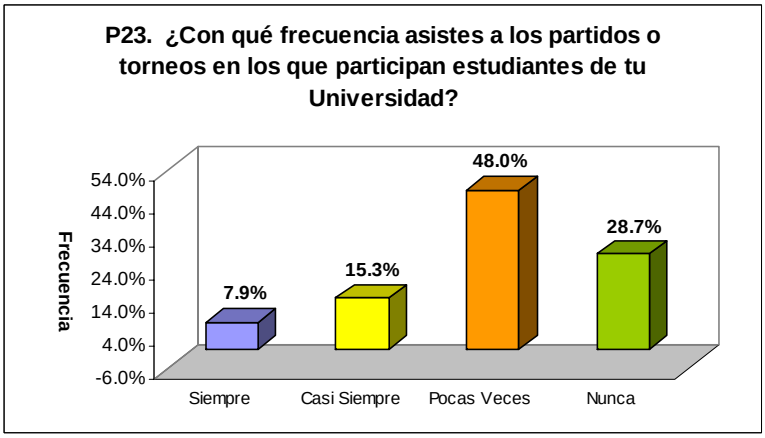
Base Total – 202 casos

Gráfica 20: Frecuencia de Asistencia a los Eventos de su Universidad



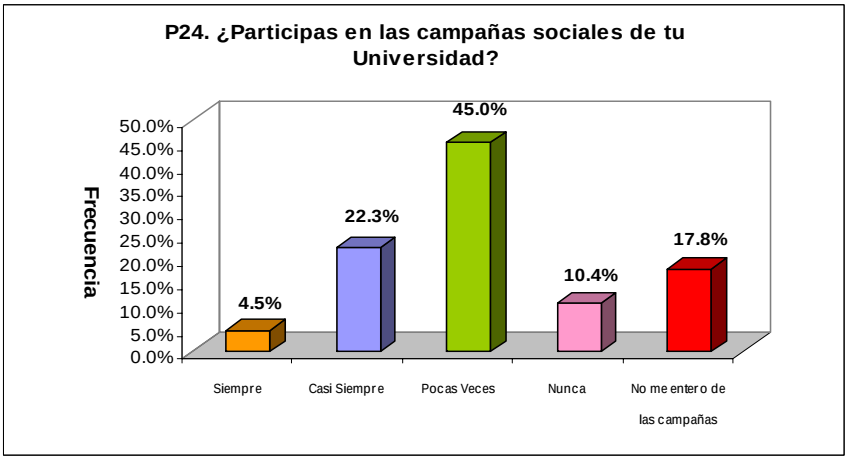
Base Total – 202 casos

Gráfica 21: Frecuencia de Asistencia a los Eventos Deportivos de su Universidad



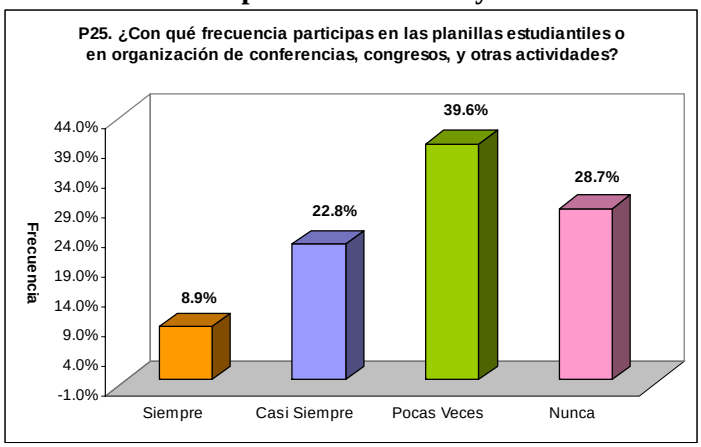
Base Total – 202 casos

Gráfica 22: Frecuencia de Participación en las Campañas Sociales de su Universidad



Base Total – 202 casos

Gráfica 23: Frecuencia de Participación en Eventos y Actividades de su Universidad



Base Total – 202 casos

- Resulta contradictorio, pues, que la mayoría, un 41.1%, conteste que "*me gusta integrarme a equipos para participar como colaborador en congresos, eventos, planillas, mesas directivas, etc.*" (ver gráfica 24). Sin embargo, muy cerca de este resultado está un 39.1% que declara que "no me gusta participar ni como organizador ni colaborador, pero estoy al tanto de qué pasa", que aunque no supone un alto grado de involucramiento, sí implica cierto grado de participación.

Gráfica 24: Participación en la Organización de Eventos de su Universidad

Base Total – 202 casos

Así como en las otras variables, el análisis factorial permitió distinguir cuatro dimensiones en la actividad política de los estudiantes en su universidad (ver anexo 2.2.7):

Dimensión 1: Planillas – hay una similitud de respuesta entre la frecuencia con la que los estudiantes participan en la organización de planillas y eventos en su universidad con su forma de participación en estos eventos, manifestado esto a través de los reactivos P25 y P26 respectivamente.

Dimensión 2: Participación – entrelaza los reactivos P19c, P19d, P21, y P22, sobre la evaluación de profesores, las votaciones en la universidad, la consulta del correo institucional, y la asistencia a los eventos de la universidad.

Dimensión 3: Interés – esta dimensión indica que es semejante el patrón de respuesta sobre las preguntas P19a *"¿Conoces el reglamento de tu Universidad?"* P20 *"Lo que pasa en mi Universidad me interesa..."* y P24 *"¿Participas en las campañas sociales de tu Universidad?*"

Dimensión 4: Credencial – la última dimensión abarca las preguntas sobre la credencial institucional y la frecuencia de asistencia a los eventos deportivos de la universidad (P19b y P23).

5.2.5.2 Procesos Políticos Externos

- Para la mayoría de los estudiantes les es atractivo participar en la política de su país pero no mucho, puesto que el 45.5% contestó que les es "importante" (mas no "muy importante"). Ver tabla 9.

Tabla 9: Importancia de las Actividades Políticas

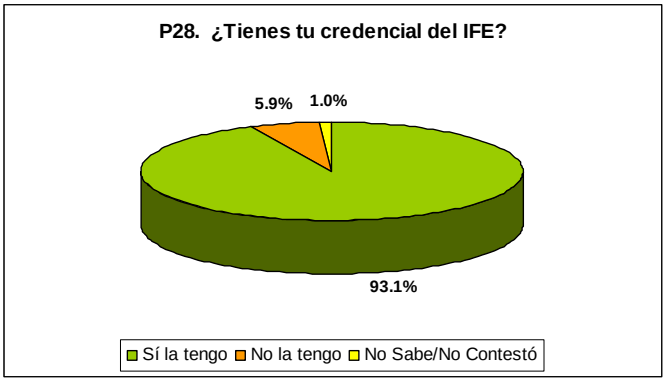
P27. ¿Qué tan importante es para tí cada una de las siguientes actividades?					
	Muy Importante	Importante	Poco Importante	Nada Importante	Total
b. Votar en las elecciones para Presidente de la República	**66.3%**	27.2%	5.0%	1.5%	100.0%
c. Votar en las elecciones para Gobernador	**60.4%**	32.2%	5.9%	1.5%	100.0%
d. Votar en las elecciones para Presidente Municipal	**56.9%**	30.7%	10.4%	2.0%	100.0%
e. Votar en las elecciones para Senadores y Diputados	**46.5%**	26.2%	20.8%	6.4%	100.0%
a. Participar en la política de mi país	30.7%	**45.5%**	19.3%	4.5%	100.0%

Base Total – 202 casos

- Como el voto es el acto mínimo de participación política, y para muchos la única forma en la que participan, era de esperarse que los estudiantes consideraran "muy importante" votar tanto por el Presidente de la República, como por Gobernador, Presidente Municipal, y Senadores y Diputados (ver tabla 9). Es interesante, sin embargo, ver cómo el interés por votar para cada uno de estos puestos políticos disminuye respectivamente.

- La credencial del IFE es actualmente una de las identificaciones oficiales más solicitada para diversos tipos de trámites, y la cantidad tan significativa confirma que son muy pocos los que no cuentan con ella. El 93.1% sí la tiene. Ver gráfica 25.

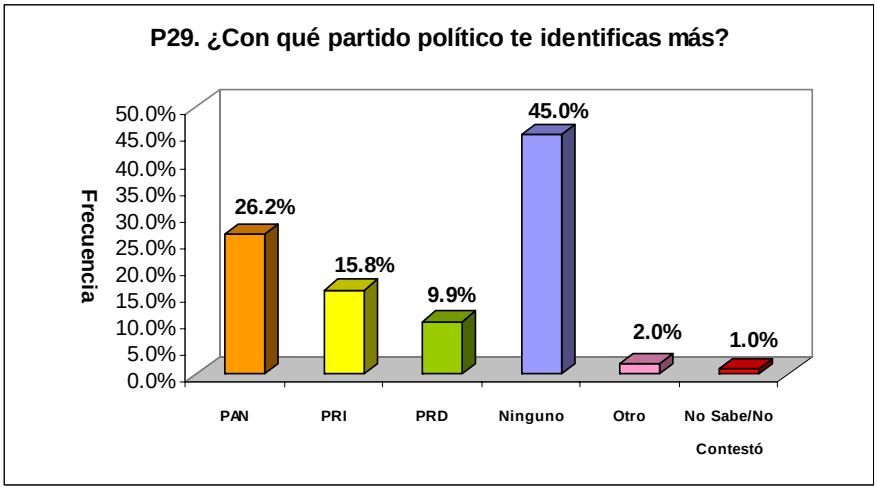
Gráfica 25: Credencial de Elector



Base Total – 202 casos

- Sobre las preferencias partidistas, el sentido de la pregunta está relacionado a si los estudiantes sienten afinidad hacia algún partido político, que es una forma más de participación. El 45% declaró que “ninguno”, y el resultado más próximo establece una diferencia significativa en contra de los que no tienen inclinaciones partidistas, ya que el 26.2% parece identificarse más por el PAN, seguido por el PRI, y el PRD, respectivamente. Ver gráfica 26.

Gráfica 26. Identidad con un Partido Político



Base Total – 202 casos

- En cuanto a la pregunta sobre la repartición de votos, el PAN es el partido que más votos recibe, con una sumatoria total de 493 votos de los 1010 votos posibles, seguido por el PRD con 426 votos, el PRI con 419, una abstención de 345 votos, y por último el PVEM con 107 votos en total. Ver tabla 10.

Tabla 10: Repartición de Votos

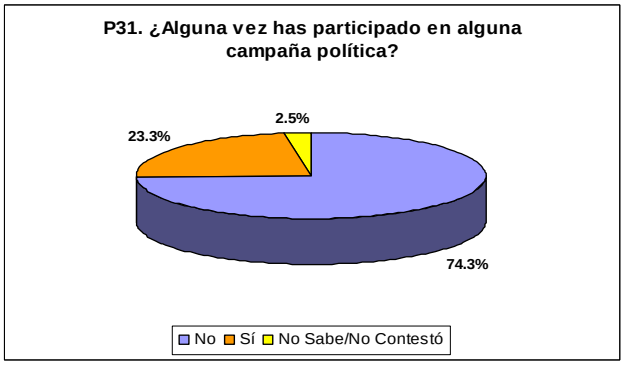
P30. Si en la elección para Presidente de la República en lugar de 1 voto tuvieras 5 votos, ¿cómo repartirías cada una de esos votos entre los partidos políticos?								
	5 Votos	4 Votos	3 Votos	2 Votos	1 Voto	0 Votos	NS / NC	Total
a. PAN	5.4%	3.0%	15.3%	14.4%	20.3%	**23.3%**	18.3%	100.0%
b. PRI	3.5%	1.5%	8.4%	9.4%	**30.2%**	28.7%	18.3%	100.0%
c. PRD	2.0%	5.0%	8.4%	9.9%	26.2%	**30.2%**	18.3%	100.0%
d. PVEM	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	4.0%	**77.7%**	16.8%	100.0%
e. Otro Partido	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	3.0%	**77.2%**	17.3%	100.0%
f. Abstención	7.4%	0.5%	3.0%	4.5%	6.9%	**60.4%**	18.3%	101.0%

Base Total – 202 casos

- Son muy pocos los estudiantes que han participado en una campaña política (23.3%), que forman parte de alguna organización civil o política

(6.9%), o que han tenido contacto con funcionarios públicos (32.7%). Ver gráfica 27, 28 y 29 respectivamente.

Gráfica 27: Participación en Campañas Políticas

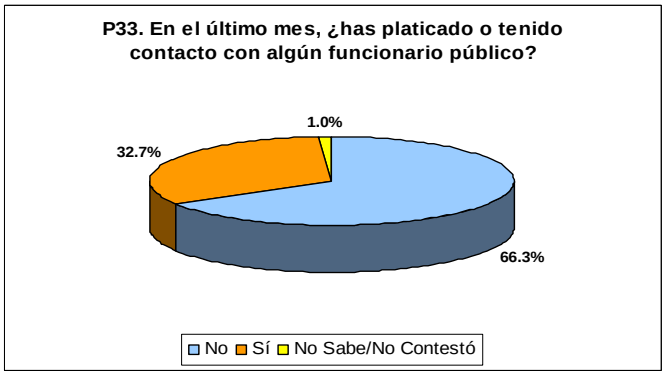


Base Total – 202 casos

Gráfica 28: Asociación a Organizaciones Civiles o Políticas

Base Total – 202 casos

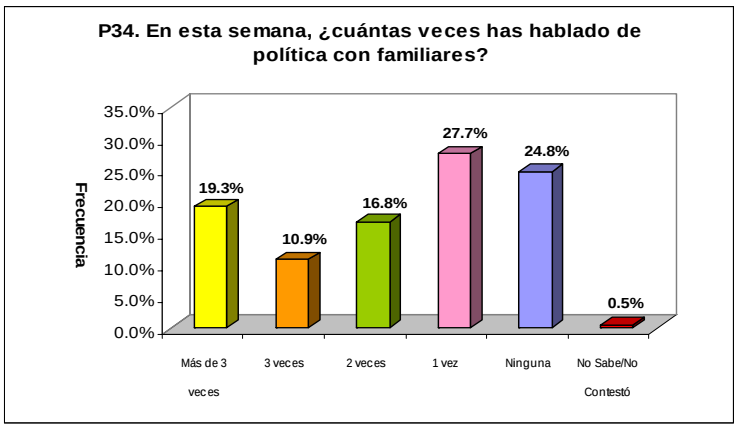
Gráfica 29: Contacto con Funcionarios Públicos



Base Total – 202 casos

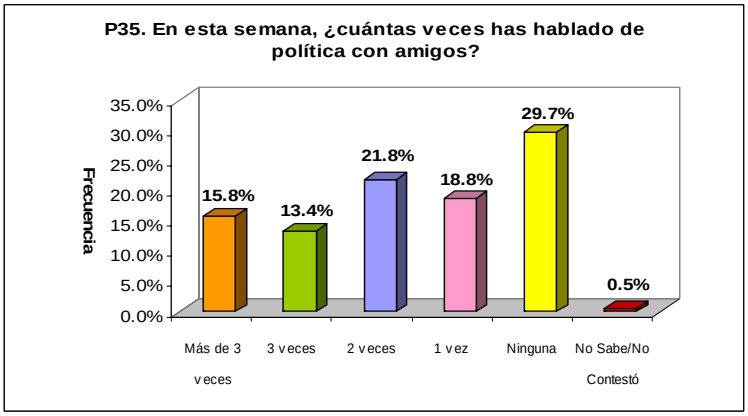
- La gráfica 30 muestra cómo en general los estudiantes hablan poco de política, pero cuando lo hacen, la gráfica 31 señala que los estudiantes en su mayoría coinciden que es en la escuela (44.1%) y en su casa (36.6%). Ver gráfica 32.

Gráfica 30: Frecuencia de Conversación sobre Política con Familiares



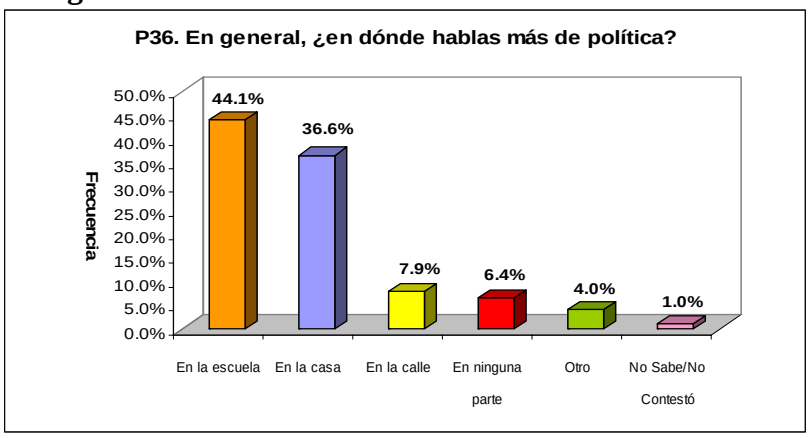
Base Total – 202 casos

Gráfica 31: Frecuencia de Conversación sobre Política con Amigos



Base Total - 202 casos

Gráfica 32: Lugar Donde Hablan Más de Política



Base Total – 202 casos

- La gráfica 33 deja en claro que a los encuestados no les interesa mucho asistir o participar en conferencias sober política.

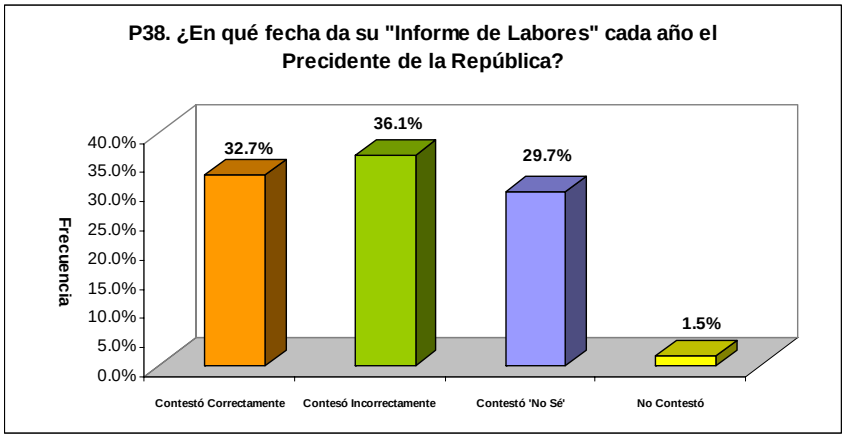
Gráfica 33: Participación en Conferencias Sobre Política

Base Total – 202 casos

- El nivel de información que los estudiantes tienen de su sistema político refleja su interés hacia él, aparte de ser una forma de participación pasiva. La mayoría, un 36.1%, contestó incorrectamente la fecha del Informe de Labores del Presidente de la República. Cabe mencionar que entre los que contestaron incorrectamente, el 1º de Diciembre era la fecha más

recurrente. Aunque un 32.7% contestó acertadamente, sólo corresponde a 1/3 de los estudiantes, puesto que cerca del otro tercio contestó “no sé”. Ver gráfica 34.

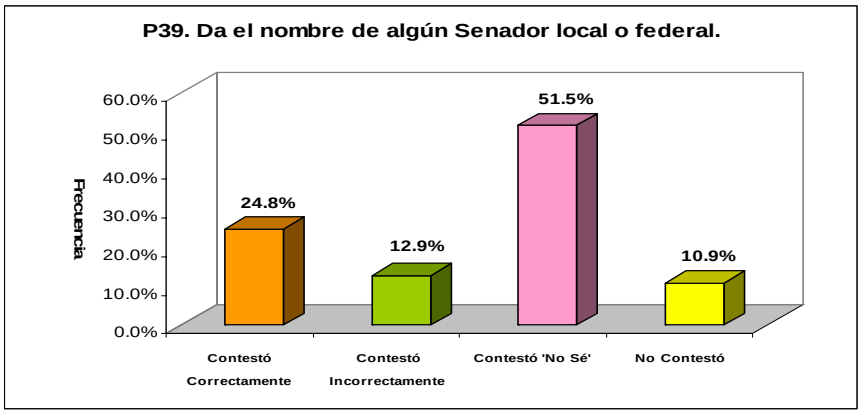
Gráfica 34: Fecha de Informe de Labores del Presidente de la República



Base Total – 202 casos

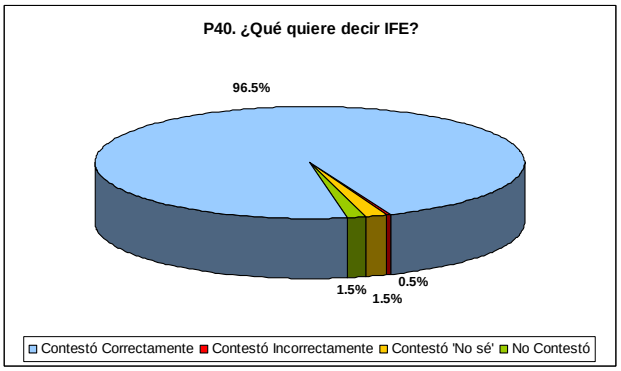
- Con respecto al nombre de algún senador, sólo un 24.8% pudo dar una respuesta correcta (ver gráfica 35), mencionando frecuentemente a Manuel Bartlet, Diego Fernández de Cevallos, Francisco Fraile, y Germán Sierra. La mayoría de los que contestó incorrectamente dieron el nombre de un diputado, como Nancy de la Sierra, aunque es claro que la mayoría, el 51.5% admitió no saber.
- Como deja ver la gráfica 36, un 96.5% de los estudiantes sabe lo que significan las siglas del IFE.

Gráfica 35: Nombre de un Senador



Base Total – 202 casos

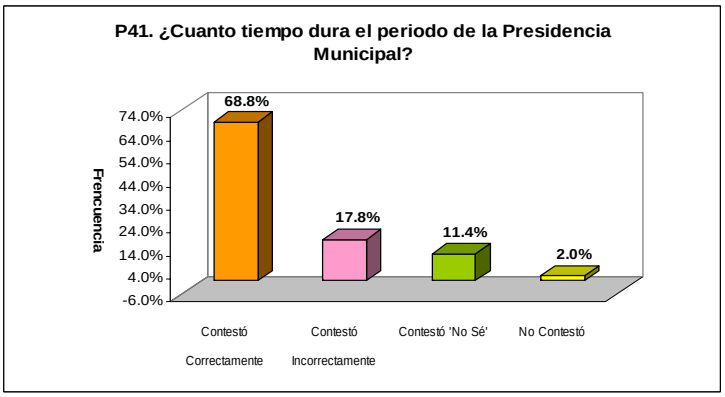
Gráfica 36: Significado de IFE



Base Total – 202 casos

- Es también una mayoría, el 68.8%, los que conocen la duración de tres años del periodo de la Presidencia Municipal. Ver gráfica 37.

Gráfica 37: Duración del Periodo de la Presidencia Municipal



Base Total – 202 casos

En este caso, el análisis factorial resaltó siete dimensiones (ver anexo 2.2.8):

Dimensión 1: Votar - en este caso, la primera dimensión abarca el reactivo sobre el interés por la política del país, y la importancia de votar en las elecciones para Presidente de la República, Gobernador, Presidente Municipal, y Diputados y Senadores (P27a – P27e).

Dimensión 2: Partidos – esta dimensión refleja el patrón de respuesta para el reactivo P30 sobre la repartición de los cinco votos.

Dimensión 3: Preguntas – la dimensión tres agrupó las cuatro preguntas (P38 - P41) sobre la fecha del "Informe de Labores" del Presidente, el nombre de algún Senador, el significado de las siglas IFE, y el tiempo de duración del periodo de la Presidencia Municipal, con el reactivo P32 respecto a si forman o no parte de alguna asociación civil o política.

Dimensión 4: Política – en este caso, el patrón se encontró en las respuestas a cuántas veces en la semana han hablado de política con familiares y con amigos.

Dimensión 5: Identificación – el análisis factorial señaló molde en las respuestas a "con qué partido político te identificas más" y la "abstención" como opción para la repartición de los cinco votos en la pregunta P30.

Dimensión 6: IFE – la similitud es entre las respuestas a "*en el último mes, ¿has platicado o tenido contacto con algún funcionario público*?", si tienen o no su credencial del IFE, y si alguna vez han participado en alguna campaña política.

Dimensión 7: Temas – la última dimensión para esta variable resalta el patrón de respuesta sobre si en el transcurso del año han participado en conferencias acerca de política, y en dónde hablan más de política.

5.2.6 Percepciones Sobre el Sistema de Gobierno

La última sección que se abordará en este análisis es la que se encuentra con el nombre de "Sistema de Gobierno", en la que se siguen dos vertientes: la percepción de los encuestados sobre la democracia, y la percepción acerca del Gobierno en general.

5.2.6.1 Percepción Sobre la Democracia

- Como se muestra en la tabla 11, la mayoría de los encuestados se encuentran de alguna forma de acuerdo (en sus tres niveles) en que la democracia es mejor que cualquier otra forma de gobierno.
- Desafortunadamente, un gran porcentaje, el 26.7%, declara que no existe la democracia en México (ver tabla 11). Si se suman las tres dimensiones que

están de acuerdo, se cubre un poco más del 50% de la muestra que considera que no existe la democracia en el país. Este indicador es muy importante porque como se comentó en capítulos anteriores, la estabilidad de un país se asegura con la identidad de los ciudadanos con su sistema político.

Tabla 11: Percepción de la Democracia

P42. De la siguiente lista, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con cada una de las siguientes afirmaciones?								
	Completamente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Medianamente en Desacuerdo	Completamente en Desacuerdo	No Sabe / No Contestó	Total
a. La democracia es siempre mejor que cualquier forma de gobierno	**38.1%**	30.2%	21.8%	4.0%	4.5%	1.5%	0.0%	100%
j. No me importa tener un gobierno no democrático si este resuelve los problemas económicos	12.4%	11.9%	17.8%	**32.7%**	14.4%	10.9%	0.0%	100%
h. Los partidos políticos son indispensables para lograr la democracia en México	11.9%	23.8%	**27.2%**	18.8%	10.4%	6.9%	1.0%	100%
d. En México no existe la democracia	9.4%	22.3%	**26.7%**	23.8%	13.4%	3.5%	1.0%	100%

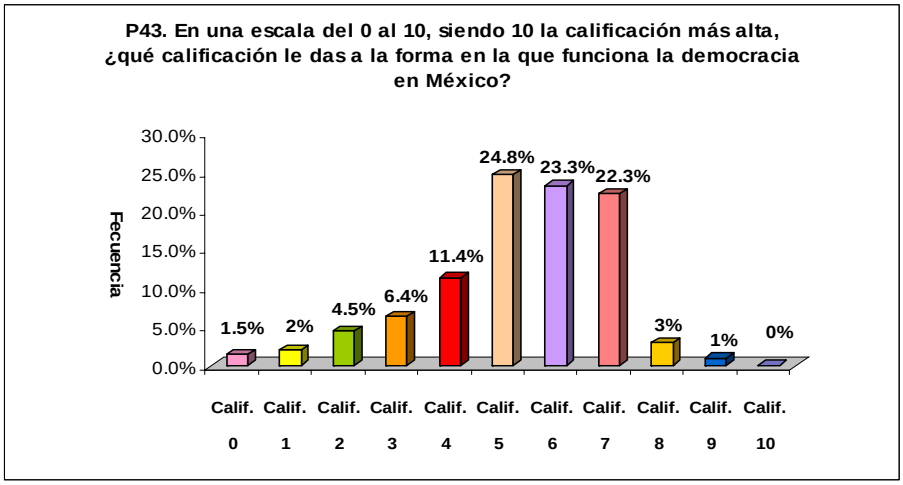
Base Total – 202 casos

- Sobre si los partidos políticos son o no indispensables para la democracia del país, la tabla 11 demuestra que la mayoría, un 27.2% está de acuerdo con esta afirmación.
- Más del 50% está en desacuerdo (en sus tres dimensiones) en que no importa sacrificar un régimen democrático para resolver los problemas económicos del país (ver tabla 11). Este porcentaje debería ser más alto

puesto que acostumbrados a una “democracia”, la transición a un régimen completamente autoritario sería muy difícil.

- La gráfica 38 señala la calificación que los encuestados le dan a la democracia en el país es 5.3.

Gráfica 38: Calificación de la Democracia



Base Total – 202 casos

Las dimensiones que se encontraron para esta variable de acuerdo al análisis factorial fueron (ver anexo 2.2.9):

Dimensión 1: Calificación – el análisis factorial señala un patrón de respuesta en que “*en México no existe la democracia*” y la calificación que le dan al funcionamiento de ésta (P42d y P43).

Dimensión 2: Positiva – en esta dimensión, la semejanza está entre las respuestas a los reactivos sobre la democracia como la mejor forma de

gobierno, y la importancia de los partidos políticos para lograr la democracia en México (P42a y P42h).

Dimensión 3:Negativa - en este caso el análisis factorial encontró que la respuesta a que "*no me importa tener un gobierno no democrático si este resuelve los problemas económicos*", P42j, cumple con un patrón independiente.

5.2.6.2 Percepción del Gobierno

- Es muy claro en la tabla 12 que los estudiantes encuestados sienten que a los gobernantes no les importan sus necesidades puesto que cerca de un 70% (sumando las tres dimensiones negativas) está en desacuerdo con la afirmación.
- La mayoría, un 33.2% está "en desacuerdo" con que el país no necesita una Cámara de Diputados no Senadores, es importante que piensen de esta forma porque este Órgano tiene una función vital en el sistema político y es también símbolo de una "democracia". Ver tabla 12.
- Aunque la mayoría, un 25.2%, está en desacuerdo con que la gente no tiene cómo influir en su Gobierno, no existe una diferencia significativa de sobre quienes piensan lo contrario (22.3%), por lo que es difícil concluir algo acerca de esta pregunta. La tabla 12 ilustra este resultado.

- Con un porcentaje del 39.6% mostrado en la tabla 12, no hay duda de que a los encuestados sí les interesa la política de su país, puesto que aclaran estar "en desacuerdo" con la afirmación que hace referencia a tener un interés por la política del país a pesar de que las cosas en casa se encuentren bien.

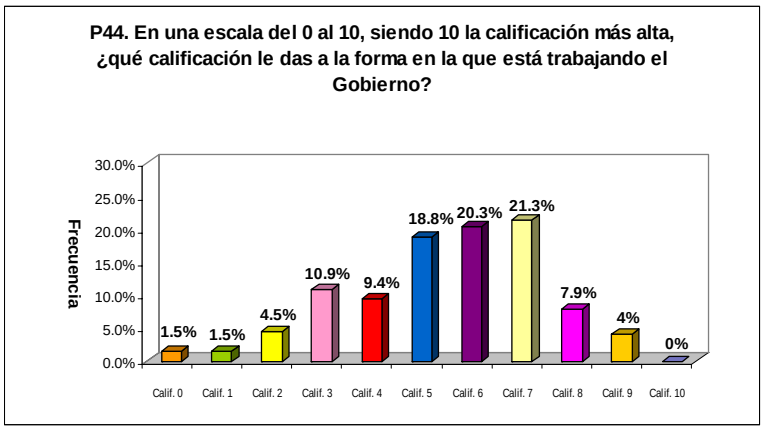
Tabla 12: Percepción del Gobierno

P42. De la siguiente lista, ¿qué tan de acuerdo o en desacuerdo estás con cada una de las siguientes afirmaciones?								
	Completamente de Acuerdo	Medianamente de Acuerdo	De Acuerdo	En Desacuerdo	Medianamente en Desacuerdo	Completamente en Desacuerdo	No Sabe / No Contestó	Total
i. La única forma en la que yo puedo participar en lo política de mi país es votando	17.8%	12.9%	16.8%	**31.7%**	14.4%	5.9%	0.5%	100%
g. Todos los políticos son corruptos	16.8%	20.3%	**22.3%**	20.8%	13.9%	5.4%	0.5%	100%
c. El País no necesita una Cámara de Diputados ni Senadores	7.9%	7.4%	9.9%	**33.2%**	16.3%	24.8%	0.5%	100%
e Los ciudadanos como yo no tienen cómo influir en lo que el gobierno hace	7.9%	16.3%	22.3%	**25.2%**	15.8%	11.4%	1.0%	100%
f. Mientras las cosas en mi casa estén bien, la política no me interesa	6.9%	7.9%	6.9%	**39.6%**	15.3%	22.3%	1.0%	100%
b. A los gobernantes les interesan las necesidades de gente como yo	5.4%	8.9%	13.9%	**38.1%**	17.3%	16.3%	0.0%	100%

Base Total – 202 casos

- Aunque los porcentajes no difieran mucho sobre la afirmación "*todos los políticos son corruptos*" se perfila en la tabla 12 una ligera mayoría, el 22.3% considera que sí lo son.
- La gráfica 39 muestra que la calificación promedio que los encuestados le dan al Gobierno es 5.5.

Gráfica 39: Calificación del Gobierno



Base Total – 202 casos

El último análisis factorial señala dos dimensiones (ver anexo 2.2.10):

Dimensión 1: Negativa – esta dimensión indica un patrón de respuesta en los reactivos P42c, P42e, P42f, P42g, y P42i sobre la opinión de que el país no necesita una Cámara de Diputados ni Senadores; que los ciudadanos no tienen cómo influir en el gobierno; que la política no les interesa mientras las cosas en su casa estén bien; que los políticos son ccrruptos; y finalmente sobre la idea de que la única forma en la que se puede participar en la política del país es votando.

Dimensión 2: Calificación – el último patrón muestra similitud de respuesta al dar a conocer su opinión sobre el interés de los gobernantes por las necesidades de “gente como yo” y la calificación que le otorgan a la forma en la que trabaja el Gobierno en general.

5.3 Criterios y Pruebas Estadísticas para la Prueba de Hipótesis

Para poder comprobar las hipótesis, se analizaron los datos tomando en cuenta la variable de “consumo de medios de comunicación” como la variable independiente. De esta forma se partió de las dimensiones sobre cada medio de comunicación (televisión, radio, y prensa) y se aplicaron dos tipos de prueba, de correlación y ANOVA.

La prueba de correlación sólo señala si existe una relación entre las variables propuestas y el tipo de relación que es. En otras palabras, una correlación señala si existe o no una relación entre el consumo de la dimensión 1 de televisión y la dimensión 2 de cultura política, por ejemplo, y en caso de haberla, si la relación es directamente proporcional o inversamente proporcional. Para que una relación sea significativa, necesita ser mayor a 0.300.

La prueba de ANOVA se basa en las medias. Este tipo de prueba relaciona las variables de acuerdo a la diferencia de medias. En este caso, se encuentra una relación si el nivel de significación es menor a 0.05.

El primer criterio para el análisis de los resultados consistió en trabajar por variables, empleando las dimensiones concluyentes del análisis factorial. Cabe resaltar que en todos los casos, la variable independiente es la relacionada con los medios de comunicación, sea televisión, prensa, radio, o las tres. Si los resultados de las pruebas no fueron claros, o no mostraron relación alguna entre variables, se trabajó con reactivos más específicos.

Empleando los métodos y criterios ya descritos, se encontró que:

- La prueba de ANOVA señala con un índice de 0.048 que las mujeres consumen más televisión que los hombres (ver anexo 2.3.1). Si se considera que el canal más visto es el Canal de las Estrellas, seguido por "Televisa" y que estos canales tienen principalmente en su barra de programación telenovelas, programas de espectáculos, *reality shows*, y programas cómicos, no es de extrañarse que sean las mujeres las que se expongan con mayor frecuencia a la televisión debido a la representación social que estereotipa este tipo de programas a las mujeres. No es una 'característica' masculina que un hombre vea telenovelas, por ejemplo. Si

se observa el tipo de comerciales que se proyectan durante las telenovelas y programas de espectáculos, la mayoría estarán dirigidos a las mujeres.

- Se encontró una correlación del 0.323 (ver anexo 2.3.2) que indica que entre mayor es el consumo de noticiarios televisivos, la percepción de los estudiantes sobre la importancia de los medios de comunicación en la política es mayor.
- Las garantías individuales, como valor democrático, se acentúan conforme se acentúa el consumo de televisión, según indica la prueba de ANOVA con un índice de 0.029 (ver anexo 2.3.3).
- El valor del diálogo parece ser mayor cuando incrementa el consumo de las tres dimensiones de información de los medios de comunicación (la dimensión 2 de televisión, dimensión 1 de radio, y dimensión 1 de prensa). De la misma forma, entre más fuerte sea el consumo de los programas de la dimensión 1 de espectáculos en la televisión, hay mayor afinidad por el diálogo (ver anexo 2.3.4).
- La participación política externa se incrementa conforme aumenta el consumo de televisión (ver anexo 2.3.5). Aunque los entrevistados no declararon estar completamente de acuerdo en que los medios de comunicación los alientan a participar en la política, con este resultado de

la prueba de ANOVA, parece ser que la televisión influye un poco en fomentar este tipo de participación.

- La participación política en la universidad es más fuerte conforme aumenta el consumo en general de los medios masivos de comunicación (ver anexo 2.3.6).
- Los simpatizantes del PRD tienen un alto consumo de televisión en comparación con los que guardan afinidad con otros partidos políticos ya que el análisis de los datos a través de ANOVA indica, con un nivel de significación de 0.017 (ver anexo 2.3.7), que entre más afinidad con el PRD, se consume más televisión y viceversa.
- Se encontró una relación que indica que quienes consumen prensa son principalmente hombres (ver anexo 2.3.8).
- Con respecto a las culturas políticas, los resultados de ANOVA indican que entre más fuerte es el consumo de prensa, específicamente por día, mayor es la afinidad con la dimensión 4 de la cultura política que indica que las decisiones deben ser tomadas por quienes están en el poder (ver anexo 2.3.9). Este reactivo es parte de la cultura política jerárquica.
- Se encontró una estrecha relación entre el consumo de prensa y la participación política tanto escolar como la externa (ver anexo 2.3.10).

- Los estudiantes de la BUAP son quienes tienen un mayor consumo de radio al ser los que se exponen a este medio con mayor frecuencia en días y en horas, (ver anexo 2.3.11 y 2.3.12).
- Los estudiantes de la BUAP no sólo tienen más días de exposición a la radio sino también una mayor frecuencia de exposición en horas de televisión, con una significación de 0.022 en la prueba de ANOVA (ver anexo 2.3.12).
- El resultado de una prueba ANOVA indica, con un nivel de significación de 0.008 (ver anexo 2.3.13), que según sea mayor la percepción de objetividad de los medios de comunicación en temas de política, mayor se cree que las decisiones del país las deben tomar las autoridades (reactivo que corresponde a la cultura política jerárquica). Razón de esto puede ser que los que consideran objetivos a los medios, ven que los problemas pueden tener varias soluciones y al no atreverse a tomar una postura al respecto, consideran que lo que decidan las autoridades es lo mejor.
- El valor de las garantías individuales guarda una relación proporcional al consumo de medios masivos de comunicación en general (ver anexo 2.3.14). Esta relación se da fuertemente con un nivel de significación en la prueba de ANOVA de 0.000.

- Un nivel de significación del 0.002 indica que el valor de la igualdad entre los jóvenes universitarios disminuye entre más alto sea el semestre que se esté cursando (ver anexo 2.3.15).
- Una percepción positiva del gobierno se encuentra en aquellos cuya cultura política jerárquica es débil, y va disminuyendo conforme se fortalece la identidad con esta cultura política (ver anexo 2.3.16).
- La prueba ANOVA indica con un fuerte 0.000 (ver anexo 2.3.17), que el igualitarismo se da mucho más en la BUAP, con una media de 18.6 que en la UDLAP, que tiene una media de 16.3
- El nivel de significación de 0.001 indica una fuerte relación entre el sexo y la cultura política individualista, y es que ésta parece ser más fuerte entre los hombres (ver anexo 2.3.318).
- El fatalismo tiene que ver con la participación política de los estudiantes de la universidad tanto en su entorno universitario como en contexto político externo. En los dos casos, la poca participación política guarda una relación inversa con la cultura política fatalista, por lo que entre más afinidad se tiene con ésta, menor es la participación política de los universitarios (ver anexo 2.3.19). Esta respuesta va en congruencia con la "teoría", recordando que los fatalistas no participan en la política porque

ellos mismos se menosprecian y no se sienten tomados en cuenta por el Gobierno.

- La percepción del Gobierno de los estudiantes sostiene relación también con la cultura política fatalista, ya que a mayor afinidad con ésta, más negativa es la percepción de los universitarios respecto a su Gobierno, demostrado con un índice fuerte de correlación equivalente a -0.341 (ver anexo 2.3.20). La misma reacción se da para la percepción de la democracia. Con estos datos se puede pensar que la percepción negativa del sistema político en general justifica su poca importancia y participación en la política.
- Se encuentra una relación directamente proporcional, de 0.044, entre la abstención y la cultura política fatalista (ver anexo 2.3.21). Nuevamente se es congruente con lo que establece la cultura política fatalista. El poco interés en la política es reflejo de un bajo nivel de participación en las elecciones, concluyendo en la abstención.
- La participación política en el ambiente político externo predomina en las mujeres, sin embargo la prueba de ANOVA sólo distingue esta característica para la dimensión 6 de participación política externa (ver anexo 2.3.22).

- Con un nivel de significación de 0.000 se demuestra que los estudiantes de la BUAP tienen un alto nivel de participación en su universidad a comparación de los estudiantes de la UDLAP. Esta participación es sobre la evaluación de profesores, las votaciones en la universidad, la consulta del correo institucional, y la asistencia a los eventos de la universidad. Cabe destacar la gran diferencia entre la participación de los estudiantes de la BUAP, con una media de 8.17 contra la media de los estudiantes de la UDLAP de 4.94 (ver anexo 2.3.23).
- Contrario a los resultados anteriores, los estudiantes de la UDLAP tienen mayor participación en la tercera dimensión de las actividades políticas escolares que los estudiantes de la BUAP. Esta dimensión abarca el conocimiento del reglamento institucional, el interés por los acontecimientos de la universidad, y su grado de participación en las campañas sociales de su universidad (ver anexo 2.3.23).
- Las estadísticas demuestran que existe una relación positiva entre los simpatizantes del PRD y la participación política en la universidad (ver anexo 2.3.24). Esto quiere decir que, de acuerdo al análisis de ANOVA, entre más afinidad tengan los estudiantes encuestados con el PRD, mayor es su participación política en su universidad.

- La prueba de ANOVA indica que el nivel socioeconómico influye en la participación de los estudiantes según la dimensión 2 (ver anexo 2.3.25). Entre más bajo el nivel socioeconómico, más es su participación política en la universidad. Acerca de este resultado se puede comentar que a pesar de un “bajo” nivel económico, la muestra se hizo con estudiantes universitarios, quienes tienen una percepción distinta, y probablemente una cultura política diferente también, de quienes pertenecen a un nivel económico bajo y que no realizan o realizaron estudios universitarios. Así se puede suponer que, en este caso, los universitarios con bajo poder adquisitivo participan más en la política de su universidad porque su lucha por superarse es más fuerte en comparación con individuos de clases más pudientes, y por lo tanto se hacen escuchar.
- Los datos muestran que existe una relación proporcional entre pluralidad y la percepción positiva de la democracia en el país. Dicho de otro modo, entre mejor es la percepción de la democracia, mayor afinidad con el valor de la pluralidad y viceversa. Esta misma situación se repite con el valor del diálogo, la libertad, y las garantías individuales en relación con la percepción de la democracia (ver anexo 2.3.26).
- El nivel de significación entre los valores de pluralidad, diálogo, y garantías individuales indica que hay una relación directamente

proporcional con la percepción de los universitarios con respecto al Gobierno (ver anexo 2.3.27). Similar al resultado anterior, entre mejor es la percepción del Gobierno, son más fuertes los valores de pluralidad, diálogo y garantías individuales.

5.4. Prueba de Hipótesis

5.4.1 Hipótesis 1

Entre mayor es la frecuencia de exposición a los medios masivos de comunicación, la cultura que predomina es la fatalista. Esto porque la representación de la democracia y del Gobierno es negativa es los medios de comunicación y hace pensar a los jóvenes que no pueden participar en la política de su país porque no serán tomados en cuenta.

Esta hipótesis fue rechazada totalmente debido a diversos resultados que se comentaron anteriormente. Primero, la cultura política predominante es la individualista, no la fatalista. Aún cuando la calificación que se le otorga tanto al Gobierno en general, como a la forma en la que funciona la política en el país es reprobatoria, una media de 5.5 y 5.3 respectivamente, la percepción de los estudiantes sobre la democracia en el país no es en general negativa, por el contrario resulta ser positiva, de la misma manera que sucede con la

percepción del Gobierno. Estas características justifican el por qué no es el fatalismo la cultura política predominante. En otras palabras, como se mostró anteriormente, mientras mejor sea la percepción tanto de democracia como del Gobierno, menor afinidad con la cultura fatalista.

Por otro lado, como se mencionó en los resultados anteriores, quedó comprobado que la participación política, tanto en el ambiente universitario como en el externo, aumenta conforme aumenta el consumo de medios masivos de comunicación. Contrario al planteamiento de la hipótesis acerca de que entre mayor el consumo de medios, menor es la participación de los encuestados. Con estas pruebas, la hipótesis es rechazada en su totalidad.

5.4.2 Hipótesis 2

El medio que más consumen los jóvenes universitarios para informarse sobre política es la televisión.

Efectivamente, como se mencionó con anterioridad, el medio al que más se exponen los estudiantes universitarios es la televisión, puesto que un 53% declara verla todos los días en un promedio de dos horas diarias. A esto se le puede considerar como una exposición moderada, si se toma en cuenta que entre los programas que ven “casi siempre” se encuentran los noticiarios, que

tienen duración aproximada de una hora, películas, con duración promedio de dos horas y media, y series americanas, que duran entre 30 minutos y una hora. La hipótesis fue aprobada.

El consumo de medios en general influye en las percepciones políticas de los encuestados como ya se comentó en los resultados. La televisión no sólo es el medio preferido para informarse sobre política, sino también el que más consumen los estudiantes. Por lo tanto, queda demostrado que la televisión, como los medios de comunicación en general, juega un papel importante en la formación de creencias y percepciones de la gente, en este caso sobre política, como se mencionó en el capítulo 3.

Aunque no es el planteamiento de la hipótesis, cabe resaltar que se encontró una relación entre el consumo de medios de comunicación y la cultura política. La prueba de ANOVA permitió ver que la cultura política jerárquica se acentúa en quienes leen con mayor frecuencia el periódico, específicamente las sección Nacional, Internacional, Regional, de Política, de Cultura, y Editoriales, correspondientes a la dimensión 1 de prensa (ver anexo 2.4.1). La misma situación aplica para la cultura política igualitaria (ver anexo 2.4.1).

El igualitarismo se relaciona, según la prueba de ANOVA (ver anexo 2.4.2) no sólo con la dimensión 1 de prensa, sino también con la dimensión 1 de radio, que abarca todo tipo de programas a excepción de música y complacencias, y la dimensión 2 de televisión, que corresponde a aquella que abarca los programas de noticias, culturales, y de opinión o análisis político. Por lo que demuestran estos resultados, los integrantes de la cultura política igualitarista se mantienen bien informados y seleccionan diversas fuentes para eso exponiéndose con frecuencia a los medios de comunicación.

Los individualistas no parecen consumir muchos medios. La única relación que se pudo encontrar fue a través de un aprueba ANOVA (ver anexo 2.4.3) que señala una preferencia por el consumo de música en la radio (dimensión 2). Según estos resultados, se puede pensar que los individualistas no se preocupan mucho por estar informados sobre lo que pasa en su país. Sin embargo, la teoría demuestra que los individualistas son una de las tres culturas políticas activas, por lo que se puede suponer que la razón por la que no se informan es porque no les es necesario. Los individualistas se preocupan sólo por negocios y piden la exclusión del Gobierno en cualquiera de sus actividades, por lo que es posible que no se preocupen por consumir medios de comunicación. Puesto que los empresarios ocupan un lugar cada vez más fuerte en la política, es probable que se enteren de las cosas de manera

personal, entre negociantes. Puede ser también que no les importe lo que suceda porque en caso de necesitar algo, buscarán una negociación.

Los fatalistas de acuerdo a los resultados de la prueba de ANOVA (ver anexo 2.4.4) tienen preferencia por el deporte en la televisión. Los fatalistas no se preocupan por participar en la política de su país ni informándose al respecto porque no le ven sentido. Las decisiones las toman otros, no ellos, y nunca son tomados en cuenta. La dimensión 2 de televisión, la que abarca noticiarios, programas de opinión y análisis político, y programas culturales guarda una relación inversamente proporcional que resalta que entre más afinidad por la cultura política fatalista, menor interés por la dimensión 2 de televisión. Estos resultados son congruentes con lo que menciona la teoría.

5.4.3 Hipótesis 3

Los jóvenes consideran importante a los medios de comunicación en la política, pero no los consideran objetivos.

En el reactivo 14a. “Los medios de comunicación son importantes para la política” la mayoría, el 73.8% de los universitarios encuestados, consideran que los medios de comunicación sí lo son. La media para los reactivos sobre la objetividad de los medios es a favor, con 16.23 de 27 puntos posibles,

equivalente al 60%. La media para la percepción de importancia de los medios es ligeramente superior, ya que se encuentra en 15.98 de los 24 puntos posibles (67%). También se encontró una relación proporcional en la prueba de ANOVA (del 0.00) que indica que entre más objetivos se les considera a los medios masivos de comunicación, más importantes se cree que son. Ver anexo 2.4.5.

La hipótesis fue parcialmente aceptada al coincidir en que la percepción sobre la importancia de los medios de comunicación en la política es favorable, pero quedó demostrado que los estudiantes tienen la imagen de que los medios de comunicación son objetivos, contrario a como se planteaba en la hipótesis.

5.4.4 Hipótesis 4

La afinidad a los valores democráticos es buena. El valor más fuerte es la pluralidad, mientras que entre los más débiles se encuentran la libertad y la tolerancia.

Sumando los dos reactivos correspondientes a cada valor democrático, se encuentra que las garantías individuales (los reactivos que hacían referencia a permitirse ‘lugares de expresión y reunión a los homosexuales’ y a que ‘es

mejor que las mujeres no participen en la política') son el valor que se encuentra más fuerte entre los estudiantes (con una media de 9.80 puntos de los 12 puntos posibles para este valor, equivalente a un 81.7%), siendo la libertad y la igualdad respectivamente, los valores menos compartidos. La pluralidad que se había planteado como el valor predominante, ocupa tercer lugar con una media de 6.8 puntos de los 9 puntos posibles, 75.6%. Ver anexo 2.4.6.

La hipótesis es rechazada totalmente. Sin embargo se nota una contradicción al ser la cultura política igualitaria la segunda con mayor afinidad, mientras que el valor democrático de la igualdad es el que se pondera más bajo.

5.4.5 Hipótesis 5

No hay una cultura política pura puesto que los encuestados bien pueden contestar "Completamente de Acuerdo" en reactivos tanto de una cultura política como de otra. Por lo que la tipología de Wildavsky resulta ambigua.

En las encuestas, fueron varios los casos en los que los estudiantes encontraban afinidad con aspectos de distintas culturas políticas. Sin embargo,

a la hora de sumar los tres reactivos correspondientes a cada cultura política se encontró que el individualismo es la cultura política que predomina, con una media de 13.63 puntos (ver anexo 2.4.7) de los 18 puntos posibles (75.7%).

Si la identidad con las culturas políticas se divide en “bajo”, “moderado” y “fuerte” (partiendo de la media y en relación con la desviación estándar) se encontró que la cultura política individualista es la que tiene un índice más fuerte (ver anexo 2.4.7). Esta cultura política se encuentra junto con la cultura política jerárquica, en un nivel moderado, sin embargo su índice hacia “fuerte” es mínimo, por lo que no se puede considerar que ninguna cultura política se encuentre ni fuertemente ni de manera pura entre los estudiantes universitarios encuestados. Así, pues, la hipótesis es aceptada en su totalidad.

5.4.6 Hipótesis 6

La participación política de los jóvenes en su universidad es muy baja, por lo que no se puede esperar que sea mayor en el sistema político local ni nacional. La participación en el gobierno es más pasiva.

La participación de los universitarios en actividades políticas de su universidad es menor a la participación que tienen en las actividades políticas externas, de acuerdo con el análisis descriptivo (ver anexo 2.4.8) en el que la

participación en el ambiente universitario equivale a un 65.7% mientras que en las actividades políticas externas es ligeramente mayor con un 67.2%. La diferencia porcentual no es mucha, pero demuestra el error de la hipótesis, por lo que ésta queda rechazada en su totalidad.

En cuanto al tipo de participación, el análisis descriptivo (ver anexo 2.4.8) muestra una pequeña diferencia que apunta a una participación más activa en el ambiente universitario que en el externo, por consiguiente la participación pasiva se da primordialmente en el gobierno. Muchos factores pueden influir en estas actitudes, pero una idea puede ser que puesto que la comunidad universitaria propicia un ambiente de crítica y reflexión, la participación activa es un reflejo de ésto aunado a un sentimiento por tratar de *hacer* algo para cambiar las cosas. Por el contrario, el Gobierno en comparación con la universidad es una entidad mucho más grande en la que los intereses que se manejan son magnificados y los problemas multiplicados. La participación activa en el gobierno requiere de individuos con metas fijas y propósitos determinantes para no dejarse vencer ante obstáculos como la burocracia, la falta de recursos económicos por parte del gobierno para resolver las necesidades más básicas de los ciudadanos, etcétera.

5.4.7 Hipótesis 7

La percepción del Gobierno es negativa y no existe identidad con la democracia.

Esta hipótesis resultó completamente equivocada, ya que los reactivos acerca de la democracia en el país señalan que los estudiantes comparten la identidad con la democracia en un 71.52% (ver anexo 2.4.9). Aunque esta cifra no es muy alta, esto es, en un país democrático, debería de existir un porcentaje más alto de identidad con la democracia, sí es una cifra que deja clara la percepción a favor de este régimen político.

Sobre la misma línea se encuentra el resultado de la percepción del Gobierno. Los universitarios encuestados tienen una baja percepción positiva, pero predominante, hacia el sistema de Gobierno en general. Según el análisis descriptivo, la percepción positiva del Gobierno está en 60.54% (ver anexo 2.4.9).

La hipótesis es rechazada totalmente al existir una percepción positiva tanto de la democracia como régimen político en México, y sobre aspectos relacionados con la forma de Gobierno en el país. Los resultados son favorables porque para que México llegue a la democracia que reclama, es necesario primero que sus ciudadanos estén convencidos que es lo mejor para

ellos y el país, sintiendo afinidad por el sistema de Gobierno en general, aunque no se está de acuerdo con la forma en la que los políticos manejan al país.

5.4.8 Hipótesis 8

El nivel socioeconómico no influye en la cultura política, pero el género tiene influencia en el grado de participación política.

La hipótesis es parcialmente aceptada porque aunque fueron mínimos los casos en los que se encontraban discrepancias entre las variables por género y nivel socioeconómico, no fueron nulos.

En cuanto a la cultura política, se encontró una relación significativa en la prueba de ANOVA del 0.025 (ver anexo 2.4.10) que señala la relación entre la cultura individualista y el nivel socioeconómico, sin embargo, este resultado sólo indica que existe una diferencia entre el grado de ”individualismo” a diferentes niveles económicos, pero no especifica ningún tipo de relación proporcional para establecer que a menor nivel económico menor es la cultura individualista, por ejemplo. La misma situación ocurre con la cultura política igualitarista y el nivel socioeconómico.

Con respecto a la participación política, sólo se encontró que las mujeres participan más que los hombres en las actividades de la universidad según su dimensión 1, que incluye la frecuencia con la que participan en la organización de planillas y eventos de su universidad así como la forma de participación en estos eventos (si son los iniciadores, si se integran como colaboradores, si no participan activamente pero se mantienen informados, o si no tienen vinculación alguna con lo que pasa en su universidad). Esta relación se encontró mediante una prueba ANOVA (ver anexo 2.4.11).