

Arstens ama a cuidar la economía

El mandatario debe preservar la estabilidad financiera, dice Meade

CONVENCIÓN FINANCIERA

Manuel Artago...
PULCO.— Para generar un mayor crecimiento económico, el próximo presidente de México deberá mantener la estabilidad financiera alcanzada por el país y respetar el mandato del gobernador del Banco de México, Agustín Cárstano de Hacienda, indicó el secretario de Hacienda, Agustín Cárstano.



“La estabilidad no es una condición suficiente, pero sí necesaria para que haya crecimiento. El nuevo gobierno debe tomar esa base”

Agustín Cárstano, gobernador del Banco de México

se ha traducido en un contenido en donde hacia afuera hay muchos elementos de incertidumbre, pero México ofrece un espacio de certidumbre y creo que eso es un valor que hay que preservar”, dijo Meade.

Durante la clausura de la Convención Bancaria, Gerardo Rodríguez Regedosa, subsecretario de Hacienda, advirtió que es indispensable fomentar una mayor competencia en el sector bancario que reduzca los niveles de concentración y fomente una democratización de los canales de distribución de los productos financieros.

CANDIDATOS ANTE BANQUEROS



Imágenes tomadas <https://www.eluniversal.com.mx>

UNIVERSITARIOS EXIGEN EQUIDAD INFORMATIVA

Estudiantes de la UIA, Tec de Monterrey, ITAM, Universidad Anáhuac y UNAM se manifestaron ante Televisa para exigir una cobertura informativa equilibrada del proceso electoral y se respete su derecho a la libertad de expresión; rechazaron que su protesta tuviera fines políticos

Cae otro militar por posibles nexos con los Beltrán Leyva

Silvia Otero silvia.oterom@eluniversal.com.mx

El teniente coronel de Caballería retirado Silvio Isidro de Jesús Hernández Soto fue presentado ante la PGR como parte de la investigación por delincuencia organizada que se realiza contra elementos del Ejército por sus presuntos nexos con el cártel de los Beltrán Leyva, con lo que surman cuatro los militares asegurados bajo sospecha. Informó la Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena).

Anoche, personal de la Procuraduría General de Justicia Militar cumplimentó una orden de localización y presentación, a petición de la SIEDO, para que rinda su declaración ministerial, añadió la Sedena.

La dependencia expuso en un comunicado que “con esta diligencia se cumplimentan las cuatro presentaciones de personal requeridas por la PGR”, el 7 de mayo pasado.

El teniente coronel Hernández Soto fue director de la Policía Ministerial de Sinaloa; fungió como inspector gene-

ral de la Policía Federal y fue director general de la Agencia Veracruzana de Investigación, dependiente de la Procuraduría del estado.

La investigación que realiza la PGR podría extenderse a otros jefes militares y a funcionarios de la Policía Federal (PF), revelaron autoridades.

Además, el Ministerio Público de la Federación solicitó el arraigo por 40 días contra el general de División Diplomado del Estado Mayor retirado, Ricardo Escorcia Vargas.

NACIÓN A8

46 grados
centígrados marca el termómetro en varios estados

19 personas
han sido internadas en Sonora por deshidratación

FIN de SEMANA

RETRATO ÍNTIMO
DE LA BARONESA DE LAS LETRAS

•• Elena Poniatowska es una de las escritoras con más reconocimiento. Hoy, en su

1. Medios sociales, capital social y sentimiento de eficacia política: Un estudio comparativo entre las juventudes de México y Perú

Daniel Javier de la Garza Montemayor ¹
Amaro la Rosa ²
Daniel Barredo Ibáñez ³
Úrsula Freundt-Thurne ⁴

1. Doctor en Filosofía con orientación en Ciencias Políticas por parte de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL). En la actualidad se desempeña como Profesor de Tiempo Completo de la Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales de la UANL. Tiene la distinción de Candidato a Investigador Nacional dentro del Sistema Nacional de Investigadores durante el periodo 2018-2020, concedido por el CONACYT (México). Correo electrónico: djdelgarzam@uanl.edu.mx.
2. Licenciado en Psicología y Maestro en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Inca Garcilaso de la Vega (Lima-Perú). Investigador del Instituto de Investigación de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Martín de Porres. Investigador registrado en DINA. Correo electrónico: amarolarosa@gmail.com
3. Doctor en Periodismo por la Universidad de Málaga. Investigador sénior acreditado por COLCIENCIAS. Profesor de carrera de la Universidad del Rosario (Colombia) y director del proyecto de I+D Esfera pública y participación ciudadana, financiado con el fondo de proyectos de Gran Cuantía de esta institución. Correo electrónico: daniel.barredo@urosario.edu.co
4. Doctora en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Politécnica de Cataluña (Barcelona-España). Magister en Docencia para la Educación Superior por la Universidad Andrés Bello (Chile). En la actualidad se desempeña como Decana de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Correo electrónico: ursula.freundt@upc.pe

Resumen

El estudio sobre la relación entre los medios sociales y la implicación ciudadana se ha producido tanto en diferentes contextos, como en diversas coyunturas políticas. En términos generales, cada investigación presenta resultados que, en buena medida, son válidos principalmente para su entorno y el momento histórico que retratan. Esto se debe en parte a que las redes sociales virtuales se encuentran en una continua evolución, pero también los países latinoamericanos han ido cerrando de manera paulatina la brecha digital, por lo que sus alcances pueden variar. Por otra parte, también existen determinados momentos en los que se intensifica la implicación cívica que se traslada de las redes a las calles, con lo cual no se puede describir un comportamiento lineal de este fenómeno. Con el fin de contribuir a comprender mejor este proceso, realizamos un estudio con jóvenes universitarios de dos países emblemáticos en América Latina: México y Perú. En el primer caso, se realizaron 1.239 encuestas en el contexto de las elecciones presidenciales mexicanas de 2018. En el segundo caso, se aplicaron 720 cuestionarios a finales de 2017, previo a la crisis política que culminó con la renuncia del presidente peruano en marzo de 2018. En este estudio nos concentramos en dos dimensiones principalmente: el sentimiento de eficacia política, entendido como el constructo que analiza si el individuo considera que su contribución individual a política incidirá de manera positiva en su entorno; y el capital social, que parte de la construcción de la confianza en una sociedad con el fin de llevar a cabo acciones colectivas. Los resultados demuestran que, en efecto, tanto el capital social, el sentimiento de eficacia política y la participación en línea de los jóvenes encuestados en México y en Perú, se encuentran relacionados entre sí. En términos generales, aun cuando ambos países latinoamericanos mantienen dinámicas políticas distintas, se encontró que existe un patrón similar en cuanto a los constructos que se examinaron durante el estudio.

Palabras clave:

Redes sociales, eficacia política, capital social, participación política, Internet.

Public networks, social capital and sense of political efficacy: A comparative study between the youth of Mexico and Peru.

Abstract

The study of the relationship between social media and citizen involvement has occurred in different contexts, as well as in different political situations. In general terms, each research presents results that, to a large extent, are valid mainly the historical moment and the specific place they portray. This is partly due to the fact that social networks sites (SNS) are in a continuous evolution, but as Latin American countries have variations on the matter of digital divide, so their influence may vary. On the other hand, there are also certain moments in which the civic involvement that is transferred from the networks to the streets varies in its intensity, so it is not possible to describe a linear behavior of this phenomenon. In order to contribute to a better understanding of this process, we conducted a study among university students from two emblematic countries in Latin America: Mexico and Peru. In the first case, 1239 surveys were conducted in the context of the Mexican presidential elections of 2018. In the second case, 720 questionnaires were applied at the end of 2017, prior to the political crisis that culminated in the resignation of the Peruvian president in March of 2018. In this study we concentrate on two main dimensions: the sense of political efficacy, understood as the construct that analyzes whether the individual considers that his individual contribution to politics will have a positive impact in his environment; and social capital, which starts from the construction of trust in a society with the aim of carrying out collective actions. The results show that, in effect, the social capital, the feeling of political efficacy and the online participation of the young people surveyed, in Mexico and Peru, are related to each other. In general terms, even though both Latin American countries maintain different political dynamics, it was found that there is a similar pattern in terms of the constructs examined during the study.

Key words:

Social networks, political efficacy, social capital, political participation, Internet.

Introducción

Aunque México y Perú comparten muchas características similares como países latinoamericanos, sus contextos políticos recientes son divergentes. Sin embargo, ambos han sufrido tanto crisis políticas recientes, como procesos de ruptura que han tenido sus respectivas repercusiones en la discusión sobre asuntos de interés público, tanto dentro de los medios sociales, como fuera de los mismos. En el caso de Perú, esta encuesta se aplicó en medio de tensiones políticas, así como de un clima de desaprobación a la gestión del presidente Pedro Pablo Kuczynski de un 65% para noviembre de 2017⁵, situación que finalmente lo llevaría a dimitir en marzo de 2018.

En el caso de México, el cuestionario fue contestado por parte de jóvenes mexicanos en un proceso electoral que derivó en un resultado histórico: la victoria de la izquierda mexicana en las urnas, con un triunfo amplio de Andrés Manuel López Obrador como presidente electo con un 53% de los votos computados, así como una presencia mayoritaria en el Congreso de la Unión por parte del partido MORENA (Movimiento de Regeneración Nacional) y sus aliados.

En estricto sentido, parecerían procesos inversos (la destitución de un presidente y la elección de otro), pero ambos representan rupturas en sus respectivos sistemas políticos. En buena parte puede subrayarse que, en términos generales, existe un desgaste evidente en las estructuras tradicionales de poder. En el caso del Perú, implicó la salida de un mandatario acusado por casos de corrupción, así como por otorgarle “indulto humanitario” al expresidente Alberto Fujimori (24/12/2017), curiosamente días después de que su pedido de vacancia (21/12/2017) no prosperara al no alcanzarse los votos requeridos. En el caso de México, ganó la elección presidencial un candidato con una larga trayectoria opositora (Bolívar, 2017), con un discurso anticorrupción.

Es en el contexto de estos momentos históricos, como se mencionó antes, que ambas encuestas fueron aplicadas. Para el propósito de este estudio, se analizarán principalmente las respuestas que se obtuvieron de los jóvenes en cuanto a los constructos de capital social y de eficacia política. Se buscó relacionar ambos conceptos con la participación política tanto dentro como fuera de línea de los encuestados.

5. Encuesta nacional realizada por la empresa Ipsos Perú publicada por el diario peruano El Comercio. 12 de noviembre de 2017. <https://elcomercio.pe/politica/aprobacion-ppk-volvio-caer-encuesta-ipsos-peru-noticia-473173>

Redes sociales y el contexto mexicano

La irrupción de los medios sociales en México fue notoria durante el surgimiento del movimiento #YoSoy132 en México. Se trató de un movimiento que surgió en contra de la concentración de medios de comunicación masiva que imperaba en ese momento y su manipulación informativa durante las elecciones presidenciales de 2012 que llevaron a la presidencia al candidato del PRI, Enrique Peña Nieto (Alonso, 2013). La juventud fue clave en este proceso, debido a que las protestas que se generaron en los medios sociales se expresaron en las calles con una enorme energía y creatividad (Red, 2013). El Movimiento #YoSoy132 fue producto de una comunidad virtual tan amplia como la mexicana, que había tenido algunos antecedentes con movilizaciones dentro de la red, pero ninguna había cobrado tanta notoriedad como sería a raíz de este proceso histórico (Sancho, 2014).

En esto coincide el estudio, que abarca una década, de Domínguez y López (2015), en el que asegura que las redes sociales se convirtieron en el espacio natural de expresión de los jóvenes universitarios, en la medida en que la tecnología evolucionaba y se encontraba al alcance de todos. Estos acontecimientos originarían una nueva forma de comunicación, en la que, en abierta oposición a los medios tradicionales, surgirían grupos de la sociedad civil, su mayoría pertenecientes a una nueva generación, que realizarían un importante contrapeso con información de denuncia (Cordero y Alberich, 2015), un cambio sustantivo que, en México, ha dado origen a una nueva construcción del estudio en materia de comunicación política (Rodríguez-Estrada, 2017).

La continuación del ciberactivismo en México se vio demostrada durante las protestas virtuales en contra de la Ley de Telecomunicaciones en 2014, en la que uno de los apartados propuestos pretendía limitar la libertad de expresión dentro de los medios sociales (Torres-Nabel, 2014). En las siguientes elecciones legislativas federales se confirmó que existía una nueva modalidad de participación política y de deliberación pública a partir de los medios sociales. En buena medida, la participación política en línea fortalecía la participación política fuera de las redes, creando una sinergia que comenzaba a cambiar la correlación de fuerzas de los medios tradicionales (De la Garza y Barredo, 2017). Fue irónico que, precisamente, durante el gobierno de un presidente que fue acusado de llegar al poder mediante el apoyo decidido de los medios de comunicación masiva, éstos se debilitaron de forma consistente, en la misma medida que el gobernante perdió popularidad de forma progresiva (De la Garza y Barredo, 2018).

Redes sociales y el contexto peruano

Es indudable la importancia que las redes sociales en línea han adquirido en los últimos años a nivel mundial, especialmente entre los jóvenes. El filósofo esloveno Slavoj Žižek reconoce de manera implícita la trascendencia de Internet para el ser humano actual cuando la caracteriza como «la red de comunicación global que todos usan y que viene a ser la sustancia de sus vidas sociales» (Žižek, 2008). En América Latina se ha producido un aumento del número de usuarios, pero es esta una región todavía identificada por la brecha tecnológica, en donde los usuarios se centran más en consumir, que en producir contenidos (Barredo *et al.*, 2018).

En el caso peruano, el incremento en el uso de las redes sociales se relaciona con los siguientes factores:

- El crecimiento del mercado de Internet originado por la disminución del costo de las líneas dedicadas para conexiones domiciliarias en consonancia con su mayor demanda.
- La ampliación progresiva a nivel nacional de Internet de banda ancha, que posibilita el acceso más rápido a un mayor volumen de datos, con mayor calidad de información. La norma en vigencia al momento de redactar este artículo señala que debe ser como mínimo de 4 Mb.
- El acceso creciente al servicio gratuito de redes inalámbricas (Wifi) en ciudades, universidades, así como en diversos locales públicos tales como hoteles y restaurantes.
- El abaratamiento de costos de los teléfonos inteligentes con acceso a Internet y a las principales redes sociales.
- La disminución de costos del servicio de telefonía móvil dada la mayor competencia entre los operadores.
- La reducción de las tarifas de Internet móvil en Perú. Según el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL, 2018) la tarifa para navegar en Internet móvil se redujo en 92 por ciento en el curso de los últimos cuatro años.
- La mayor disponibilidad de tablets a bajo costo, debido a la economía de escala.

El estudio **Internet y medios sociales en Perú**, realizado por Tendencias digitales (2018) muestra que: “La penetración de internet en Perú es de 48%. Si bien subió 3 puntos desde 2015, aún se encuentra muy por debajo de la media de la región que está en 61%;

67% de los usuarios pertenecen al género masculino, más del doble que la proporción de mujeres. Poco más de la mitad de los usuarios (51%) forman parte de la Generación X; les siguen los Baby Boomers (28%) y los Millenials (21%)⁶.”

En contraposición con lo que suele pensarse, los jóvenes peruanos no evidencian desinterés por la realidad política: “los estudios les permiten un conocimiento de la realidad y opinan que todo universitario debe comprometerse a ser un buen estudiante (97,1%) y debe preocuparse por los problemas del país (95,8%)” (Cano-Correa, Quiroz y Nájjar, 2017). Tanto más está demostrada su activa participación en la génesis de diversos movimientos sociales contemporáneos en Perú (Acevedo, 2015:11). La participación de los jóvenes en los movimientos sociales de la era 2.0, potencialmente, se facilitaría por su dominio de los recursos y aplicaciones de Internet y de los teléfonos móviles; su gran capacidad de convocatoria a través de las redes; su grado de identificación con los movimientos sociales; o el interés de los jóvenes por participar en el cambio social y la independencia de los medios sociales de las tradicionales modalidades de comunicación (La Rosa, 2014). Pero todavía persisten algunos problemas en el imaginario de estos jóvenes y en su relación con la tecnología; de acuerdo con Barredo *et al.* (2018), dichos usuarios tienden a consumir más frecuentemente contenidos originados en línea, a contenidos fuera de línea. Sin embargo, como describen estos autores, las plataformas fuera de línea siguen siendo consideradas como más confiables -para los jóvenes peruanos-, que las que paradójicamente ocupan un mayor tiempo en su cotidianidad.

Sentimiento de eficacia política y su incidencia en la participación política

Cada ser humano es único, no obstante, tiene en esencia rasgos comunes con los demás que naturalmente se manifiestan de manera diferente por razones de naturaleza psicológica o cultural. En la vida diaria, en función de su desarrollo personal-social, de las experiencias que vayan interiorizando y de su ajuste al entorno, los seres humanos pueden sentirse plenamente capaces de realizar apropiadamente un sinnúmero de acciones. Sobre el particular, Nussbaum (2002) plantea una clasificación de capacidades:

- Básicas: De carácter innato; vale decir las potencialidades del individuo
- Internas: Desarrolladas por el individuo considerando su funcionalidad.
- Combinadas: Capacidades internas desarrolladas en vinculación con condiciones externas del entorno en que se desenvuelve.

6. <https://tendenciasdigitales.com/internet-y-los-medios-sociales-en-peru/>

A decir de Gómez (2013), este criterio filosófico «tiene una clara orientación política» y es evidente que se emparenta con la eficacia política, en especial con las necesidades combinadas relacionadas con las condiciones del medio ambiente.

En términos generales, Bandura (1974) describe la autoeficacia percibida como «las creencias de las personas sobre sus capacidades de producir determinados niveles de rendimiento que ejerzan influencia sobre eventos que afectan sus vidas». Señala, además, que pueden desarrollarse fundamentalmente mediante cuatro fuentes: experiencias maestras que impliquen superar obstáculos, experiencias vicarias de modelos sociales, persuasión social y reducción de situaciones de estrés.

Campbell, Gurin y Miller (1954) plantean que eficacia política es el “sentimiento de que el cambio político y social es posible y que el ciudadano individual puede desempeñar un rol para promover este cambio”. Podría conceptualizarse igualmente como la percepción individual de que se logrará cierto efecto en el ámbito político en el cual se desarrolla el individuo. Si tomamos el punto de vista de Bordieu, ese cambio en lo político se relaciona estrechamente con un cambio real en el sistema de recursos simbólicos que se utilizan en el entorno social respectivo: «...la revolución política no encuentra su cumplimiento sino en la revolución simbólica que la hace existir plenamente, dándole los medios de pensarse en su verdad» (Bordieu, 2009).

Sobre este mismo tema, Abramson (1987) estima que la eficacia política es el «conjunto de sentimientos por medio de los cuales los ciudadanos creen que poseen una capacidad para influir sobre las decisiones de los líderes políticos». Esto explica el comportamiento político de quienes tienen confianza ciega en un líder *outsider*, cuyas propuestas no son nada claras, pero cuya demagogia convence por su verosimilitud (apariencia de verdad) arguyendo que recoge el sentir popular y aparenta tomar nota de todas las sugerencias formuladas por sus seguidores, quienes así retroalimentan su visión de la realidad política. Tratándose de líderes manipuladores puede llegarse al extremo de usar la fabulación, vale decir la presentación de información falsa (Martínez, 2005:37).

A partir del análisis de la obra de diversos autores, Mierina (2011) plantea dos categorías de eficacia política:

1. Eficacia externa: que describe la percibida capacidad de respuesta del gobierno.
2. Eficacia interna: que es la autoeficacia percibida y representa el sentimiento de ser capaz de actuar de modo efectivo en el ámbito político con sus capacidades.

Naturalmente, estas dos categorías no están aisladas una de la otra. A partir de una investigación con una muestra de 1.071 estudiantes de la Universidad de Oviedo, Ovejero y Grossi (1994) concluyen que la eficacia política interna determina el grado de la eficacia política externa, debido a que, si consideran que pueden cambiar el sistema, pueden llevar a cabo acciones determinadas.

La investigación de Zhou y Pinkleton (2012) realizada con universitarios del noroeste de Estados Unidos, demostró el uso de una variedad de recursos de información; medios tradicionales, redes sociales y sitios web de información pública, lo cual resulta importante para la eficacia y la participación políticas. La diversidad de fuentes contribuye, asimismo, a una toma de decisiones más apropiada. Igualmente, el estudio comprueba que el compromiso de los jóvenes es de suma importancia para el desarrollo de la eficacia política. En un experimento de campo, Rhee and Kim (2009) encontraron que las señales de identidad social aumentaban la eficacia de la discusión política, la misma que también se incrementaba en condiciones de deliberaciones anónimas en línea.

En los jóvenes es posible encontrar una vinculación entre la eficacia política y las modalidades no convencionales de participación política, vale decir, aquellas acciones que no involucran necesariamente la integración en partidos políticos. Sobre el particular, la investigación de Brussino, Rabbia y Sorribas (2009) revela que: «Los encuestados que optan por involucrarse principalmente en formas no convencionales son aquellos que se autoperciben como competentes para intervenir en los asuntos públicos, a la vez que muestran un mayor interés en la dinámica política en la cual están inmersos».

Por su parte, Schulz (2005) encuentra un vínculo entre la eficacia y la estabilidad democrática: «altos niveles de eficacia entre los ciudadanos son vistos generalmente como deseables para la estabilidad de la democracia». Sobre el particular pueden estimarse algunas de las siguientes razones:

- La percepción de libre logro de metas políticas solo es posible en regímenes democráticos.
- El ciudadano está convencido de la legitimidad del régimen.
- El ciudadano tiene confianza en la participación política en el sistema.
- La libertad de reunión está garantizada.
- Las reglas de juego del sistema son estables y abiertas.
- Existe amplia libertad para asociarse en grupos y partidos políticos que cuentan con paradigmas filosóficos e ideologías propias.

En relación con el comportamiento político y la democracia, suele destacarse la utilidad que tiene la participación social. Al respecto, se investigó el impacto de la intervención activa de los ciudadanos en la elaboración del presupuesto participativo de la ciudad de Elche (España), entre 2008 y 2011. Pineda (201) encontró que, a diferencia de experiencias similares, solo se había incrementado levemente la confianza de los ciudadanos en su potencial de influencia sobre las decisiones políticas, que es un indicador de eficacia política.

Brussino *et al.* (2006), al analizar la relación entre la participación y la eficacia política (en ciudad de Córdoba, Argentina), observaron que, aproximadamente, el 65% de los jóvenes investigados no participa políticamente. Para los que sí participan, lo que más favorece su participación es el conocimiento político. Pero tienen poco conocimiento. La participación es básicamente de tipo no convencional, que es asistir a movilizaciones espontáneas y acudir espontáneamente a medios de comunicación masiva. Solo aquí la asociación entre eficacia interna, interés y frecuencia de participación es mayor, positiva y más alta. Curiosamente, el consumo de *talk shows* políticos influye en el nivel de eficacia política y en la participación política (Zaheer, 2016), como también el compromiso religioso, considerado como una variable mediadora de los procesos de participación democrática en América Latina (Barredo, 2018).

Se suele pensar que a los jóvenes no les importa la política, pues dotados de una mentalidad individualista, se interesarían más que nada por aquello que les reporta un beneficio pecuniario a corto o mediano plazo, por más atractiva que sea la oportunidad a futuro. Cuando existe, el interés no es permanente y esto, al menos en la realidad peruana, se expresa en la limitada motivación por participar activamente en los partidos políticos. La descalificación del 'yo político' ha contribuido a esto, pero también podemos acotar otras razones:

- El individualismo que caracteriza a la posmodernidad.
- La falta de partidos políticos sólidos. Se registra actualmente una marcada crisis de representatividad y poca oportunidad de logros en los existentes por el predominio del caudillismo.
- La tendencia de los millenials a no permanecer un tiempo prolongado en cierta actividad, inclusive laboral, e ir en búsqueda de mayores oportunidades que signifiquen nuevos aprendizajes.

A pesar de esto, se ha observado que han sido jóvenes los principales promotores y activistas de los movimientos sociales contemporáneos de mayor trascendencia, tales como la primavera árabe, la revolución de los tulipanes o, en el caso peruano, de las marchas convocadas por colectivos en redes sociales con el objetivo de protestar por la vio-

lencia contra las mujeres (#NiUnaMenos, 2016), de las movilizaciones de protesta social contra la corrupción (2017), o de las protestas que llevaron a la derogatoria de una ley que afectaba claramente los derechos laborales de los jóvenes y que ellos mismos se encargaron de denominar «Ley Pulpín».

El amplio e interesante estudio descriptivo sobre opiniones y otros aspectos cognitivos de los jóvenes militantes de partidos políticos en Chile, desarrollado por Espinoza y Madrid (2010), conceptualiza la eficacia política como «la impresión de los militantes jóvenes respecto de cuáles ganancias deriva de su participación en el partido. La escala de percepción de eficacia política considera la democracia interna y las relaciones con otros militantes». Encuentran que la mayoría de los militantes (75.7% de hombres y 78.1% de mujeres) valoran en primera instancia la posibilidad de adquirir nuevos conocimientos a través de diversas vías dentro del partido.

Capital y medios sociales

Con respecto a los medios de comunicación, Lee (2017) había probado a través de un modelo estadístico que a mayor libertad de medios, se podía consolidar el capital social. De igual manera, se ha probado de manera empírica que el capital social puede fungir como un factor predictivo de acciones colectivas. Al respecto, Kim (2018; 1023) concluyó en su investigación que la interacción a través de las redes sociales en un grupo social puede estimular un comportamiento colectivo. Sin embargo, el investigador también es muy claro en cuanto a que este comportamiento depende de un contexto determinado, donde la confianza social tiene un efecto positivo.

En la perspectiva de Glass y Gesing (2018), la experiencia universitaria significa para los jóvenes una compleja red de relaciones en las que el capital social se encuentra directamente relacionado. El estudio concluyó que los estudiantes extranjeros en una universidad estadounidense que participaron en las diferentes organizaciones estudiantiles existentes, habían fortalecido tanto sus redes de apoyo como su capital social. Aquellos estudiantes extranjeros que participaban activamente en estos grupos tenían una mayor propensión a convivir con los estadounidenses; el mismo estudio emite una recomendación en torno a que el desarrollo del capital social durante la vida universitaria debe formar parte del plan de desarrollo de una universidad (Glass y Gesing, 2018).

La manera en que las herramientas coadyuvan a generar capital social es motivo de discusión. Por una parte, es difícil desconocer que el teléfono móvil juega un rol importante en la interacción social de los más jóvenes. Sobre este tema, Vidales-Bolaños y

Sábada-Chalezquer (2017) aseguran que el móvil (con conexión a Internet) tiene un impacto positivo en la construcción del capital social, sobre todo en cuanto a fortalecer las relaciones que se mantienen dentro de línea.

En esto coincide la investigación de Barbosa, Fonseca, Amaro y Pasqualotti (2018): el uso de Internet, en términos generales, contribuye a generar capital social, pero no tiene el mismo efecto en las personas mayores. En otras palabras, los adultos que no tienen la costumbre de conectarse a Internet reciben un menor impulso para fortalecer su capital social que los jóvenes, que se mantienen activamente conectados.

También, el debate de qué tanto puede ayudar la tecnología a formar capital social, es bastante amplio. Al respecto, Sung, Sigerson y Cheng (2017) realizaron un estudio para determinar si los juegos de teléfono móvil basados en una ubicación física (en este caso analizaron el popular juego Pokemon Go) contribuían a crear capital social. Los investigadores concluyeron con base en sus resultados, que se puede determinar que aquellos juegos de teléfono móvil que implican que las personas tengan que salir a una ubicación física específica pueden contribuir a generar conversaciones y una interacción con otros, por lo que contribuyen a crear capital social.

Existen diferentes tipos de redes sociales, como Facebook, Instagram, Twitter, y Snapchat, entre otras. Al respecto, Shane, Manago, Gaggi y Gillespie (2018) argumentan que los diferentes medios sociales promueven un capital social diverso. En otras palabras, el estudio argumenta que el capital social como puente se vuelve más sólido en herramientas como Twitter, en las que el usuario se comunica y recibe información de una audiencia masiva de la que no conoce detalles de su vida cotidiana. Lo contrario sucede con una red social como Facebook, en la que se estimula el capital social vinculante, debido a que la interacción se da principalmente con contactos cercanos.

En cuanto a diferenciar qué tipo de redes sociales virtuales aportan un mayor capital social, se encuentra el estudio realizado por Roldán, Sustanonpaiboon y Burkhard (2017), en el que argumentan que la red social Facebook contribuye a construir capital social, aún más que otras redes sociales como LinkedIn, que funciona principalmente para conectar a los profesionales. En este caso, sugieren que los usuarios van fortaleciendo el capital social en la medida en que pueden interactuar entre ellos, más allá de la lectura de la información publicada.

El capital social se vuelve complicado en un contexto en el que predomina la violencia, debido a que aumenta la desconfianza en el entorno social. De acuerdo con el estudio realizado por DeMatthewz (2018), se ejemplifica un caso en Ciudad Juárez, en el que una

maestra encontró enormes retos para crear capital social dentro de la comunidad a la que le prestaba sus servicios. El estudio argumenta en torno a la importancia que tiene el hecho de que los líderes académicos trabajen con las comunidades para lograr los objetivos que se han propuesto las instituciones educativas.

Objetivos e Hipótesis

a. Objetivo del estudio

Explicar el impacto de las redes sociales tanto en la creación de capital social, como en el sentimiento de eficacia política en jóvenes universitarios en México y Perú.

b. Hipótesis:

El sentimiento de eficacia política, así como el capital social de los jóvenes universitarios mexicanos y peruanos, se relaciona de manera positiva con la participación cívica dentro de los medios sociales.

Metodología

Para efectos de estudio, se utilizaron escalas del constructo de eficacia política del estudio de Kushin y Yamamoto (2010) y el de Gil de Zuñiga, Veenstra, Vraga, y Dhavan (2010). En el caso de capital social, se adoptaron algunos ítems de los estudios de Pishghadam, Nohani y Reza (2011: 202-203). En torno a la participación política dentro y fuera de línea, se adoptaron algunas preguntas de los estudios tanto de Oser, Hooghe y Marien (2013) y el de Vesnic-Alujevic (2012).

En el caso de Perú, la encuesta se aplicó en los meses de noviembre y diciembre de 2017. La encuesta se aplicó mediante la herramienta tecnológica *Google Forms*. En el caso de México, la encuesta se aplicó durante el periodo de las campañas para la elección presidencial de 2018. Su aplicación comenzó el 30 de marzo de 2018 y terminó de aplicarse el 27 de junio de ese año. Al igual que en el caso peruano, la encuesta se aplicó de manera digital mediante la misma herramienta (*Google Forms*). En ambos casos, participaron instituciones de gran prestigio. En todos los casos (720 en el caso de Perú y 1.239 en el de México), la encuesta se aplicó a estudiantes universitarios activos. En ambos países se contó con el apoyo de autoridades académicas, personal administrativo y docentes, que facilitaron la aplicación del instrumento.

Resultados

Tabla 1. Eficacia política de los estudiantes consultados en México.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Mi voto hace la diferencia	Totalmente de acuerdo	45.6%	565	4.01	1.13
La información que comparto en redes sociales es de calidad	Intermedio	44.2%	546	3.41	1.00
La información que comparto en redes sociales puede contribuir	De acuerdo	32%	397	3.68	1.05
Puedo hacer la diferencia si participo en política	Totalmente de acuerdo	31.8%	394	3.79	1.09
Tengo la manera de influir en lo que hace el gobierno	Intermedio	36.7%	455	3.13	1.17
Tengo la manera de influir en lo que hacen los partidos políticos	Intermedio	36.1%	446	2.94	1.18
Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos	Intermedio	38%	471	3.00	1.17
Puedo contribuir a que otros cambien de opinión	Intermedio	37%	458	3.32	1.15

Nota: N= 1.239. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

En el caso de los estudiantes mexicanos, podemos destacar que la mayoría de las preguntas que se realizaron estuvieron por encima de la opción intermedia (“Ni de acuerdo ni en desacuerdo”), siendo las únicas excepciones las variables “Tengo manera de influir en lo que hacen los partidos políticos” y “Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos” ($M=2.94$ $DE=1.18$ y $M=3.00$, $DE=1.17$, respectivamente). En el caso de las preguntas que ameritaron una respuesta más favorable, nos encontramos con que “Mi voto hace la diferencia” fue de lejos, la opción que recibió una respuesta más positiva, debido a que por el 45.6% de los participantes en el estudio declararon que estaban “Totalmente de acuerdo con esta aseveración” ($M=4.01$ $DE=1.13$). Las siguientes opciones que tuvieron respuestas positivas fueron: “Puedo hacer la diferencia si participo en política” en la que el 31.8% manifestó que estaba “Totalmente de acuerdo” ($M=3.79$ $DE=1.09$) y “La información que comparto en redes sociales puede contribuir a que otros cambien de opinión” donde el 32% se manifestó “De acuerdo” ($M=3.68$ $DE=1.05$). Por último, también cabe destacar que la variable “La información que comparto en redes es de calidad” también obtuvo una respuesta favorable ($M=3.41$ $DE=1.00$), según puede cotejarse a continuación:

Tabla 2. Eficacia política de los estudiantes consultados en Perú.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Mi voto hace la diferencia	Intermedio	31.2%	219	3.58	1.19
La información que comparto en redes sociales es de calidad	Intermedio	41.5%	292	3.42	.97
La información que comparto en redes sociales puede contribuir	Intermedio	34.4%	242	3.57	1.05
Puedo hacer la diferencia si participo en política@	Intermedio	35.2%	248	3.28	1.16
Tengo la manera de influir en lo que hace el gobierno	Intermedio	33.4%	234	2.73	1.22
Tengo la manera de influir en lo que hacen los partidos políticos	Intermedio	34.8%	243	2.60	1.21
Tengo la manera de influir en lo que hacen los candidatos	Intermedio	37.5%	263	2.61	1.18
Puedo contribuir a que otros cambien de opinión	Intermedio	35.5%	250	3.12	1.18

Nota: N= 720. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

Aun cuando, a diferencia de México, la encuesta aplicada en Perú no se realizó en el contexto electoral, la respuesta más favorable por parte de los jóvenes encuestados en esta dimensión fue también la que estuvo relacionada con la importancia del voto ($M=3.58$ $DE=1.19$). De hecho, si realizamos una comparación con los resultados en México, en este caso también coinciden las mismas preguntas como las que obtuvieron un promedio de respuesta favorable más alto, aunque con un orden ligeramente distinto. Le siguen la idea de que la información que se comparte en redes puede contribuir a que otros cambien de opinión ($M=3.57$ $DE=1.05$), que la misma es de calidad ($M=3.42$ $DE=.97$) y que se puede incidir en asuntos políticos ($M=3.28$ $DE=1.16$). Al igual que en el caso mexicano, la que obtuvo el promedio más bajo es en torno a la percepción de si los jóvenes consideran que pueden incidir en lo que hacen los partidos políticos ($M=2.60$ $DE=1.21$). Al comparar ambos países, vemos que en términos generales existen claras coincidencias, si bien en el caso de los jóvenes mexicanos se muestran con mayor seguridad en términos de demostrar un sentimiento de eficacia política.

Tabla 3. Capital Social de los estudiantes consultados en México.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Hablo con mis padres	Totalmente de acuerdo	53.2%	658	4.22	1.02
Participo en actividades para jóvenes	De acuerdo	30.7%	379	3.75	1.06
Mis padres se involucran en mis actividades	Intermedio	29.2%	362	3.48	1.18
Veo a mis hermanos semanalmente	Totalmente de acuerdo	50.7%	627	3.81	1.48
Veo a mis amigos semanalmente	Totalmente de acuerdo	51.8%	640	4.14	1.11
Tengo lazos con la comunidad	Intermedio	36%	446	3.46	1.13
Las redes sociales contribuyen a generar confianza	Intermedio	35.1%	434	3.51	1.07
Las redes sociales contribuyen a disminuir confianza	Intermedio	38.5%	477	3.26	1.11
Incrementan la confianza entre gente que no se conoce	Intermedio	38.5%	477	3.28	1.10
Tengo fuertes lazos con mis contactos	Intermedio	36.1%	446	3.04	1.12
Confío igual en amigos offline y online	Totalmente en desacuerdo	26.5%	328	2.58	1.27

Nota: N= 1.239. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

En este caso, podemos distinguir que, salvo una pregunta, todos los valores reflejan que estuvieron por encima de la opción intermedia. En particular destacan cuatro aseveraciones en torno al capital social de la gente cercana a los estudiantes encuestados: Padres ($M=4.22$ $DE=1.02$), hermanos ($M=3.81$ $DE=1.48$) y amigos ($M=4.14$ $DE=1.11$). También los universitarios mexicanos se mostraron inclinados a involucrarse en actividades diseñadas para los jóvenes ($M=3.75$ $DE=1.06$). En torno al tema de la confianza y las redes sociales, las respuestas generales tienden a inclinarse más hacia el acuerdo en cuanto a si estas herramientas contribuyen a generar confianza en un entorno determinado ($M=3.51$ $DE=1.07$) y entre gente que no se conoce ($M=3.28$ $DE=1.10$).

Tabla 4. Capital Social de los estudiantes consultados en Perú.

	Respuesta mayoritaria	Porcentaje Total	F	M	DE
Hablo con mis padres	Totalmente de acuerdo	41.7%	292	4.10	.96
Participo en actividades para jóvenes	De acuerdo	35.2%	247	3.69	1.07
Mis padres se involucran en mis actividades	Totalmente de acuerdo	32.3%	227	3.07	1.17
Veo a mis hermanos semanalmente	Totalmente de acuerdo	45%	313	3.65	1.50
Veo a mis amigos semanalmente	Totalmente de acuerdo	43.5%	305	4.03	1.06
Tengo lazos con la comunidad	Intermedio	36.8%	259	3.40	1.12
Las redes sociales contribuyen a generar confianza	Intermedio	33.9%	237	3.61	1.03
Las redes sociales contribuyen a disminuir confianza	Intermedio	40%	281	3.33	1.05
Incrementan la confianza entre gente que no se conoce	Intermedio	38.4%	270	3.42	1.05
Tengo fuertes lazos con mis contactos	Intermedio	40.3%	282	3.21	1.05
Confío igual en amigos offline y online	Intermedio	35%	246	2.78	1.23

Nota: N= 720. El valor mínimo es de 1 y el valor máximo es de 5. Existen 5 valores: Totalmente en desacuerdo, Desacuerdo, Ni de acuerdo ni en desacuerdo, De acuerdo y Totalmente de acuerdo.

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

	1	2	3	4
Participación en línea	1	.371**	.423**	.222**
Participación fuera de línea		1	.266**	.173**
Eficacia política			1	.419**
Capital social				1

Nota: * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas.

Cuando se realizó un análisis correlacional entre la participación en línea, la participación fuera de línea, la eficacia política y el capital social, en el caso mexicano nos encontramos con el hecho de que todas tienen correlaciones positivas entre sí. En particular cabe destacar la relación entre la participación en línea y la participación fuera de línea ($r = .371$ $p < .01$), la participación en línea y la eficacia política ($r = .423$ $p < .01$) y la eficacia política y el capital social ($r = .419$ $p < .01$).

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

	1	2	3	4
Participación en línea	1	.427**	.434**	.192**
Participación fuera de línea		1	.234**	.098*
Eficacia política			1	.327**
Capital social				1

Nota: * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$. Los coeficientes de Pearson en negritas indican las asociaciones más estrechas.

En el caso de Perú, es posible observar que las relaciones entre los constructos más fuertes son las mismas que en el caso mexicano, si bien la relación entre la participación en línea y fuera de la misma ($r = .427$ $p < .01$), así como la participación en línea y el capital social ($r = .434$ $p < .01$) son un poco más fuertes que en el caso mexicano. La excepción fue en la relación entre el capital social y el sentimiento de eficacia política, donde es más moderada que en el caso mexicano ($r = .327$ $p < .01$). También cabe destacar que las relaciones de la participación en línea y el capital social ($r = .192$ $p < .01$), así como la participación fuera de línea y el mismo constructo ($r = .098$ $p < .05$) resultaron más débiles en el caso peruano que en el mexicano ($r = .222$ $p < .01$ y $r = .173$ $p < .01$, respectivamente).

Discusión y conclusiones generales

En relación con el sentimiento de eficacia política, vemos confirmado lo que planteaban Abramson (1987) y Campbell, Gurin y Miller (1954) en cuanto a que tanto los jóvenes mexicanos como los peruanos, consideran que, en buena medida, sí pueden marcar una diferencia si participan en política. En esto coinciden los resultados con las conclusiones esgrimidas por Zhou y Pinkleton (2012), en cuanto a que la información puede coadyuvar en este proceso de participación política.

En cuanto al segundo constructo, el capital social, nuestros resultados coinciden en parte con los de Shane-Simpson, Manago, Gaggi y Gillespie-Lynch (2018) en torno a que la mayoría de los jóvenes de ambos países mostraban fuertes vínculos con su entorno fa-

miliar y de amistades más cercano. Al encontrarse una relación positiva entre la actividad dentro de medios sociales con el capital social, es posible argüir que también se puede coadyuvar a generar capital social vinculante por medio de las redes sociales virtuales.

Aun cuando en el caso mexicano los últimos años han estado marcados por la violencia, el capital social se mostró bastante sólido en las preguntas descriptivas que contestaron los alumnos. Así como se narró en la investigación de DeMatthewz (2018), es posible construir capital social aún en los momentos más adversos, si existen liderazgos que toman la iniciativa y tienen la capacidad de cohesionar a la sociedad en torno a un mismo objetivo en común.

Para efectos de este estudio, se tomó en cuenta a la población más joven, por lo que no es posible afirmar, si al igual que en el caso de la investigación de Barbosa, Fonseca, Amaro y Pasqualotti (2018), existe una diferenciación generacional en el capital social que se puede crear a través de los medios sociales.

Referencias

- Acevedo, J. (2015). Movimientos sociales y redes de comunicación. Una aproximación a partir de la movilización de jóvenes peruanos en contra de la Ley Pulpín, *Comunifé*, 15, 11-18.
- Alonso, J. (2013). Cómo escapar de la cárcel de lo electoral: el Movimiento #YoSoy132, *Desacatos*, (42), 17-40.
- Bandura, A. (1994). Self-efficacy. In Ramachandran, C. (Ed.), *Encyclopedia of human behavior* (pp. 71-81). New York: Academic Press
- Barbosa, B., Fonseca, J., Amaro, F., y Pasqualotti, A. (2018): Social capital and Internet use in an age-comparative perspective with a focus on later life, *PLOS ONE*, 13(2), 1-27.
- Barredo, D. (2018). Religious Commitment, Subjective Income, and Satisfaction towards the Functioning of Democracy in Latin America. A Mediation Analysis Model Based on Latino-barómetro, *Religions*, (9), pp. 1-12.
- Barredo, D., De la Garza, D., Freundt-Thurne, Ú., Pinto, K., y Días, D. (2018). Cuestionando la existencia del prosumer en Iberoamérica. Un estudio sobre los universitarios de Colombia, Perú, Chile y España, *LETRAL*, (20), 183-205.
- Bolívar Meza, R. (2017). Liderazgo político: el caso de Andrés Manuel López Obrador en el Movimiento de Regeneración Nacional (Morena), *Estudios Políticos*, (42), 99-118.
- Bordieu, P. (2009). La eficacia simbólica: Religión y poder, Buenos Aires: Editorial Biblos
- Brussino, S., Rabbia, H., y Sorribas, P. (2009). Perfiles sociocognitivos de la participación política de los jóvenes, *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology*, 43(2), 279-287.

- Brussino, S., Sorribas, P., Gutiérrez, J., Imhoff, D., Kerman, L., Medrano, L., Vidal, N. (2006): Participación política en jóvenes: Un análisis descriptivo. XIII Jornadas de Investigación y Segundo Encuentro de Investigadores en Psicología del Mercosur. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Campbell, A., Gurin, G. y Miller, W. (1954). *The voter decides*: Evanstone: Row, Peterson and Co.
- Cano- Correa, A., Quieiz, M., y Nájara, R. (2017). Jóvenes universitarios en Lima: Política, Jóvenes universitarios en Lima: Política medios y participación, *Comunicar*, 25(53), 71-79. <https://doi.org/10.3916/C53-2017-07>
- Cordero, I., y Alberich, J. (2015). Revisión de usos sociales y formas de ejercer la política a través de los nuevos medios. *El profesional de la información*, 24(6), 811-818.
- De la Garza, D. y D. Barredo (2018). Redes sociales, participación ciudadana y medios alternativos: la crisis de los medios masivos de comunicación en México durante el sexenio de Enrique Peña Nieto. En Zugasti, R., A. Mancho, A. Segura, (Coords.). *La opinión pública y la comunicación política en entornos digitales* (pp. 11-28). España: Agregius Ediciones.
- De la Garza, D., Barredo, D. (2017). Democracia digital en México: un estudio sobre la participación de los jóvenes usuarios mexicanos durante las elecciones legislativas federales de 2015, *index.comunicación*, 7(1), 95 - 114.
- DeMatthews, D. (2018): School Leadership, Social Capital, and Community Engagement: A Case Study of an Elementary School in Ciudad Juárez, Mexico, *School Community Journal*, 28(1), 167-194.
- Domínguez, F., y López, R. (2015). Uso de las redes sociales digitales entre los jóvenes universitarios en México. Hacia la construcción de un estado del conocimiento (2004-2014), *Revista de Comunicación*, 14, 48-69.
- Espinoza, V., y Madrid, S. (2010). Trayectoria y eficacia política de los militantes en juventudes políticas: Estudio de la élite política emergente. Santiago: Cieplan, ProyectAmérica, Libertad y Desarrollo, CEP, Instituto de Estudios Avanzados, Universidad de Santiago.
- Gil de Zuñiga, H., Veenstra, A., Vagra, E., y Shah, D. (2010). Digital Democracy: Reimagining Pathways to Political Participation, *Journal of Information Technology & Politics*, 7(1), 36-51.
- Girossi, J., y Ovejero, A. (2016). Alienación y participación política en la Universidad de Oviedo, *Psicología Política*, (8), 45-61.
- Glass, C., y Gesing, P. (2018). The Development of Social Capital Through International Students' Involvement in Campus Organizations, *Journal of International Students*, 8(3), 1274-1292.
- Gómez, Á. (2013). Ética del desarrollo humano según el enfoque de las capacidades de Martha Nussbaum, *Phainomenon*, 12(1), 19-28.
- Kim, H. (2018). Effects of social capital on collective action for community development, *Social Behavior and Personality*, 46(6), 1011-1028.
- Kushin, M., Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students' Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election, *Mass Communication & Society*, 13(5), 608-630.

- La Rosa, A. (2014). Comunicación para la democracia: Jóvenes y movimientos sociales en la era digital, *Apuntes de Ciencia & sociedad*, 4(1), 118-124.
- Lee, S. (2017). Media Freedom and Social Capital, *Journal of Media Economics*, 30(1), 3-180.
- Martínez, J. (2005). *La psicología de la mentira*: Barcelona: Paidós
- Mierina, I. (2011). Political participation and development of political attitudes in post-communist countries, PhD thesis, University of Latvia, Faculty of Social Sciences, Department of Sociology.
- Nussbaum, M. (2002). *Las mujeres y el desarrollo humano. El enfoque de las capacidades*: Barcelona: Herder Editorial.
- Oser, J., Hooghe, M., y Marien, S. (2013): Is Online Participation Distinct from Offline Participation? A Latent Class Analysis of Participation Types and Their Stratification. *Political Research Quarterly*, 66(1), 91-101.
- Pineda, C. (2014). El aprendizaje político de la participación: El caso del presupuesto participativo de Elche (Alicante) en España. *Administração Pública e Gestão Social*, 6(3), 159-167.
- Pishghadam, R., Nohani, M., y Zabihi, R. (2011). The Construct Validation of a Questionnaire of Social and Cultural Capital, *English Language Teaching*, 4(4), 195-203.
- Red, M. (2013). Rocking the Vote in Mexico's 2012 Presidential Election: Mexico's Popular Music Scene's Use of Social Media in a Post-Arab Spring Context, *International Journal of Communication*, 7, 1205-1219.
- Rhee, J. y Kim, E. (2009). Deliberation on the Net: Lessons from a field experiment. En Davies, T. y Gangadharan, S. (Eds.), *Online deliberation: Design, research, and practice* (pp. 223-232). Stanford, CA: CSLI Publications
- Rodrigues Estrada, A. (2018). Las redes de citación como elemento de construcción del campo científico: análisis de la comunicación política en México, *Palabra Clave*, 21(3), 641-672.
- Roldan, M., Sutanonpaiboon, J., y Brkhard, R. (2017). Professional and Personal Social Networking and Enhancement of Social Capital in Young Adults, *Professional and Personal Social Networking*, 26(3), 46-80.
- Sancho, G. (2014). El #YoSoy 132 mexicano: la aparición (inesperada) de una red activista, *Revista CIDOB D'afers Internacionals*, 105, 47-66.
- Schulz, W. (2005). Political efficacy and expected political participation among lower and upper secondary students. A comparative analysis with data from the IEA Civic Education Study. Paper prepared for the ECPR General Conference in Budapest, 8 - 10 September: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED499264.pdf>
- Shane Simpson, C., Manago, A., Gaggi, N., y Gillespie Lynch, K. (2018). Why do college students prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site affordances, tensions between privacy and self-expression, and implications for social capital, *Computers in Human Behavior*, 86, 276-288.
- Sung, H., Siggerson, L., y Cheng, C. (2017). Social Capital Accumulation in Location-Based Mobile Game Playing: A Multiple-Process Approach, *Cyberpsychology, Behavior, and Social networking*, 20(8), 486-493.