

La relación longitudinal de la participación política online y offline en el contexto de una campaña presidencial¹

Alejandra Rodríguez-Estrada²; Carlos Muñoz³; Martín Echeverría Victoria⁴

Recibido: 17 de enero de 2019 / Aceptado: 30 de junio de 2019

Resumen. En la literatura se discute tradicionalmente el papel que tiene la participación política (PP) para la toma de decisiones democráticas de un país, casi siempre desde la dicotomía de PP formal o no formal. La *hiperconexión* de hoy en día, permite nuevas expresiones de PP que deben considerarse a la hora de entender el concepto en sí mismo. Y para hacerlo se sugiere entender la relación entre la PP *offline* y la *online*, sobre todo en tiempos que detonen dicha interacción, como ocurre en tiempos electorales. Se aplicó una encuesta panel digital a nivel nacional con la finalidad de comparar la relación entre el reporte de la PP *online* con la *offline*. Se encontró que, sólo en el tiempo cercano a la elección y posterior a esta, se da un efecto *spillover*, en el que se puede hablar de que la PP *offline* influye en la *online*.

Palabras clave: participación política online; participación política offline; elecciones presidenciales.

[en] The longitudinal relationship between online and offline political participation in the context of a presidential campaign

Abstract. Literature traditionally discusses the role that political participation (PP) plays in the democratic decision making of a country, most of the time from the dichotomy of formal or informal PP. Today's *hyperconnection*, allows new PP expressions that must be considered when understanding the concept itself. In order to do so, one should understand the relation between *online* and *offline* PP, especially in times that detonate said interaction, as it happens during electoral times.

An digital panel survey was applied at a national level with the objective to compare the relation between the *online* and *offline* report. We found that only at times closer to the election and after it, the *spillover* effect happens, in which we can say that the *offline* PP influences the *online* one.

Keywords: online political participation; offline political participation; presidential elections.

Sumario. 1. Introducción. 2. *Newpolitics* y participación política online. 3. La relación *on/offline* en la participación política. 4. Caso México: conectividad, participación y elección 2018. 5. Método seguido. 6. Análisis de los resultados. 7. Discusión y conclusiones. 8. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Rodríguez-Estrada, Alejandra; Muñoz, Carlos; Echeverría Victoria, Martín (2020): "La relación longitudinal de la participación política online y offline en el contexto de una campaña presidencial". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1), 297-306.

1. Introducción

La era digital trae nuevos retos al estudio de sistemas sociales, políticos y comunicativos, inclusive se viabiliza, como señalaba Touraine (2005), la ruptura de paradigmas teóricos tradicionales, los cambios en la realidad alteran las maneras de aproximarnos a ella. La posibilidad de cambio se dibuja como el gran llamado para temáticas que están vinculadas a las herramientas tecnológicas y se vislumbran alteraciones en todos los sistemas. Desde luego, no queda exento el terreno político, además de que es sobresaliente el

nivel de cobertura que cada día se alcanza en el mundo (49.6%) aumentando año con año (Islas, 2018). Lo que permite establecer nuevas preguntas y plantearnos si realmente altera viejas prácticas, o sólo las reproduce.

En el terreno político, es común encontrar que las nuevas tecnologías han roto los esquemas en la forma en que se organiza la ciudadanía y en las maneras de hacer campañas (Orkibi, 2015, Sierra, 2018; Chekunova, Barabash, Trofimova, 2016). Por ejemplo Orkibi (2015) encuentra el concepto de *newpolitics* asociado, en algunos casos, con los discursos de los

¹ Esta investigación fue financiada con los proyectos del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) titulados "Infoentrenamiento político, encuadres periodísticos y desconfianza ciudadana" (Clave 256670) y "Análisis de la cobertura mediática de las campañas electorales y su impacto en la desafección política y el compromiso democrático ciudadano (Clave 280739).

² Universidad Autónoma de Baja California (México)
E-mail: ale0323@gmail.com

³ Universidad Autónoma de Nuevo León (México)
E-mail: carlos.munizm@uanl.mx

⁴ Insituto de Ciencias de Gobierno y Desarrollo Estratégico, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
E-mail: echevemartin@yahoo.com.mx

políticos ante la posibilidad de aprovechar los nuevos medios como ese espacio que los refresque y los haga parecer innovadores. Incluso el autor señala que se concibe a las *newpolitics* con el uso de los *newmedia* tratando de romper viejos estándares de la propaganda. Se plantea entonces, la idea de asociar el uso de los nuevos medios con la de estar más cercanos a los políticos a fin de tener un espacio de intercambio con ellos, e incluso de plantear una nueva manera de hacer política.

Si bien, en este artículo no se pondrá atención en el análisis de la campaña y sus contenidos, interesará conocer cómo se comporta el reporte de la participación política *on* y *offline* en tres momentos, antes, durante y después de la campaña ella. A fin de visualizar si existe algún tipo de dependencia entre los tipos de participación tomando en cuenta las hipótesis que reúne Kim, Russo & Amnå (2017), que más adelante serán explicadas. En concreto, se quiere conocer si el reporte de participación política en las plataformas digitales dinamiza la acción política o se mantiene un esquema de participación política *offline* que se orienta a la *online*.

En el estudio se pretende conocer si en los distintos momentos de la elección se puede observar algún tipo de dependencia en la relación entre la participación política *offline* con la *online* y viceversa. El artículo se divide en cinco apartados, en el primero se revisan las tendencias en la literatura, desde aproximaciones que ven en la participación política *online* la oportunidad para un espacio público óptimo para un ejercicio democrático, hasta aquellas que señalan que la participación política en las nuevas plataformas digitales no es más que una reproducción de la participación política tradicional e incluso puede generar prácticas menos convenientes para el desarrollo de una democracia. En el segundo apartado se plantea, a partir del estudio de Kim et al (2017), las hipótesis que establecen la relación entre la participación política *online* y *offline*.

En el tercer apartado se expone el caso mexicano en el tiempo de la elección 2018. El cuarto apartado describe la metodología, así como las medidas empleadas en el estudio panel, en el quinto apartado se reportan los resultados. El artículo termina con algunas consideraciones finales.

2. *Newpolitics* y participación política online

El estudio de la participación política resulta relevante, ya que como señalaba Bell (1976), es el eje central de un sistema político contemporáneo, incluso Pastana (2018) señala que no se puede pensar la democracia sin participación política.

En la literatura se encuentra cierto consenso sobre el concepto de participación política. En general, se suele entender como aquellas acciones que persiguen como fin generar algún cambio en los planteamientos gubernamentales establecidos (Sabucedo & Arce, 1991, Delfino, 2010; Norris, 2001, Gil de Zúñiga,

Jung, & Valenzuela, 2012; Muñiz, Téllez, & Saldierna, 2017; Park, Kee, & Valenzuela, 2009).

Es importante destacar, como lo señala Uhlaner (1986, en Delfino, 2010), que la participación política es un fenómeno instrumental, ya que es un medio para lograr otros fines políticos. Sin embargo, también cabe observarla como un fin en sí mismo, como un actor dentro del sistema democrático al que pertenece, orientado hacia el empoderamiento y no sólo como un observador pasivo.

El escenario digital actual pone en el tablero de juego nuevos mecanismos de participación política, que, de acuerdo a la literatura consultada, pueden pivotar distintos tipos de acciones (Sierra 2018, Orkivi 2015, Islas, 2018). En la literatura se plantea por ejemplo, que los modelos difusionistas (Sierra, 2018) suelen presentar esquemas esperanzadores por la presencia de nuevas tecnologías, en ocasiones es un lugar común pensar que las plataformas digitales dan acceso a la expresión y participación política, como un escenario integrado para un ejercicio de las *newpolitics*, incluso visualizarse como la panacea para la integración de todas las voces de los actores políticos, el tema está en la agenda y se enmarcan también disposiciones de política pública, internet para todos, ciudades inteligentes, etc.

Sierra et al (2018) señalan que las nuevas tecnologías impulsan también los modos de organizarse e incluso la acción colectiva, facilitando nuevos procesos de participación y desarrollo entre comunidades basadas en la cooperación la organización de redes cívicas como en el diseño de los planes de cambio social desde la creatividad colectiva de actores sociales. Se propone entonces, un esquema en donde las nuevas tecnologías digitales parecen posibilitar más que nunca la participación y una propia configuración del espacio público (Sierra, 2018).

Por el otro lado, también existe la visión “normalizadora” que señala que, aunque exista el espacio para la expresión y participación política, no necesariamente es usada para dichos fines. Por ejemplo, Frankenberg (2013) postulaba que el espacio de comentarios en las páginas de los periódicos digitales podría ser un lugar óptimo para la deliberación, sin embargo los resultados derivados de un análisis de contenido a estos, apuntan todo lo contrario: “los comentarios irrespetuosos y no corroborados tienden a debilitar las posibilidades del tipo de discusión que se necesita para una esfera pública alineada con los ideales de la democracia” (p.120), pues sólo se usa como espacio de expresión en búsqueda de la descalificación del otro. Este tipo de resultados rompen con la visión utópica de que las nuevas plataformas electrónicas que dan pie a un juego democrático deseado, o aquellos que vislumbran la posibilidad de una nueva manera de hacer política (*newpolitics*) (Calenda & Mejer 2009).

En el mismo libro de Sierra et al. (2018) el autor hace un recorrido histórico en donde señala justamente esa tendencia, al esperar que las nuevas tecnologías superen viejos conflictos sociales, políticos

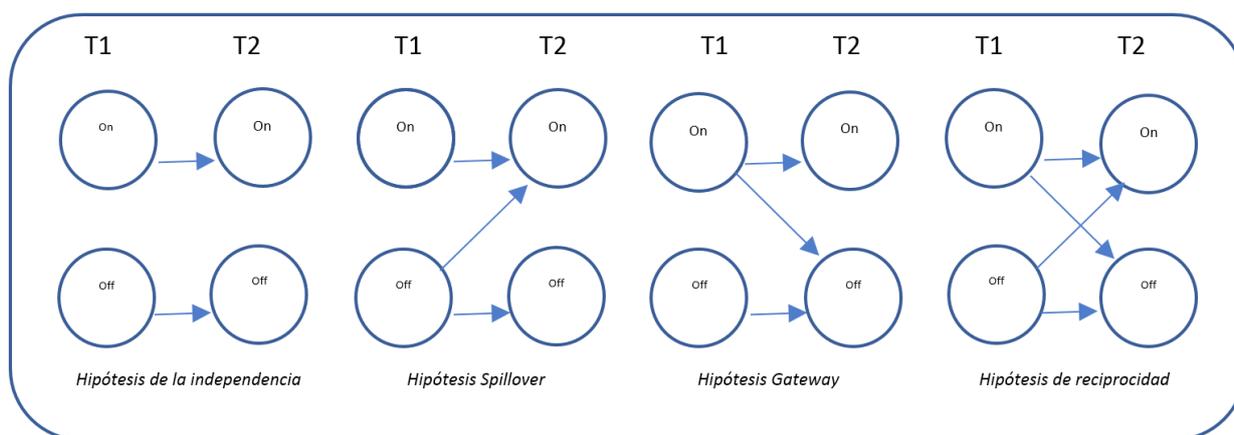
y económicos con los discursos difusionistas bajo la racionalidad instrumental.

3. La relación *on/offline* en la participación política

La literatura en temas de *newmedia* se mantiene aún reducida en cuanto al planteamiento de teorías sólidas respecto del efecto de las plataformas digitales en el terreno político. En su mayoría, los estudios se han realizado principalmente en países de Europa, Esta-

dos Unidos y China. Sin embargo, a partir de algunos de estos estudios, (Kim, Russo, & Amnå, 2017) han podido agrupar las relaciones que se plantean respecto a la participación política. Los autores indican que en la literatura sobre *newmedia* existen varias hipótesis sobre la relación entre la participación política *offline* y *online*, proponiendo cuatro modelos: la hipótesis de la independencia, la hipótesis *spillover*, la hipótesis *gateway* y, por último, la hipótesis de la reciprocidad (Kim, Russo & Amnå, 2017). (Ver Figura 1).

Figura 1. Cuatro hipótesis en el estudio longitudinal de la relación entre participación política *on/ offline*.



Fuente: Kim, Russo & Amnå (2017)

La primera hipótesis, o de la de independencia, argumenta que tanto la participación *online* como la *offline* trabajan independientemente, en donde sus comportamientos se desarrollan por separado, lo que lleva a que ninguna influya en la otra (Baumgartner & Morris, 2010, Emmer, Wolling & Vowe 2012). Por ejemplo, en el estudio citado de Emmer et al. (2012) encontró que en tres actividades – búsqueda de información, comunicación y participación; tanto la *online* como la *offline* – sólo hay una relación muy débil. Por tanto, se consideró que cada una de ellas se desarrolló por separado.

La hipótesis *spillover*⁵, por su parte, propone que los actores políticos *offline* utilizan herramientas *online* para ejercer su influencia, es decir, los que ya se encontraban involucrados *offline* presentan una extensión con la participación *online* y las plataformas que lo permiten, poniendo en primer lugar la participación política *offline* sobre la *online* (Delli Carpini & Keeter, 2002; Norris, 2001). Es decir, la participación política *online* como extensión de la *offline*, inclusive en algunos casos una imitación.

En la hipótesis *gateway*⁶, por su parte, se plantea que la participación política *online* deriva en la participación política *offline*. Se propone que, una vez que las personas tienen la posibilidad de desarrollar habilidades

para su participación “en campo”, aunque sea *online*, se construyen cualidades como el empoderamiento psicológico, lo que permite que puedan participar de manera más activa y físicamente (Velasquez y LaRose, 2015). Por tanto, se observó que los intercambios *online* potencializan la participación política *offline*. Postulan que, una vez que se los ciudadanos tienen la oportunidad de desarrollar capacidades, desarrollar sus cualidades subyacentes e involucrarse con el entorno político, será posible que lo demanden en el entorno *offline*.

La última hipótesis que elabora (Kim, Russo & Amnå, 2017) es la de la reciprocidad, que sugiere que tanto la participación política *online* como la *offline* son mutuamente afectadas entre sí, como sostiene el estudio de Nam (2012), quien observa que la gente que es políticamente activa *online* lo es también *offline*. Este mismo resultado se observa en el estudio de Vissers y Stolle (2014), quienes a través de un examen longitudinal señalan que se afectan mutuamente al paso del tiempo.

En el presente análisis se propone discutir la relación que pudiera existir entre la participación política *offline* con la *online*.

4. Caso México: conectividad, participación y elección 2018

De acuerdo con los datos ofrecidos por el Latino-barómetro (2016), en México existe un clima social

⁵ La traducción literal de *spillover* es derrama, por lo que se usará el concepto en el idioma original.

⁶ El concepto *gateway* se traduce literalmente como puerta o portón, pero se decidió usar el concepto en el idioma original.

marcado por una fuerte desafección ciudadana, que se manifiesta en datos como la baja satisfacción con la democracia. Tan solo el 19% de los mexicanos dicen estar satisfechos con ella, muy por debajo de la media regional (América Latina) que es de 37%. Una situación que también parece repercutir en la participación electoral y política.

En México la participación electoral⁷ en la elección de 2012 fue de un 63.14% y para 2018 de 63.42% y, aunque se puede decir que se ha presentado un incremento, sobre todo desde 2006 situada en el 58.5% (INE, 2018), está aún lejana a la participación que por ejemplo se reporta en otros países latinoamericanos como Argentina (80.77%), Perú (80%) y República Dominicana (69.6%) (Latinobarómetro, 2016). Mientras que, en términos de participación política offline en México, según ENCUP (2012) el porcentaje es aún menor, oscilando entre un 11% y 16% en el reporte de actividades que los involucran políticamente.

El sistema político mexicano ha pasado por una serie de reconfiguraciones de poder; entre las nuevas posibilidades que arroja la alternancia, la apertura a candidaturas independientes así como los retos de la legislación en cuanto a comunicación política digital. Desde una visión optimista, se puede decir que ha sido una transición de un sistema no democrático a uno democrático que ha posibilitado mecanismos de competencia, político-electoral, pluralismo moderado y participación política (Navarrete, 2008). En un escenario ideal, se esperaría un clima de gobernanza e instituciones robustas que permitieran una democracia consolidada en la aspiración del afianzamiento de sistemas a partir de la relación activa entre el actor y las instituciones.

En este sentido, resulta relevante realizar la observación de la participación política *online/offline* en una de las elecciones más grandes de todos los tiempos. Las campañas para 2018, además, incorporan nuevas estrategias que contemplan los recursos *online* para llegar al electorado, y eso potencializó las intenciones de una campaña tradicional. De acuerdo con Muñiz et al. (2017), las campañas suelen dividirse en tres estados o fases, la primera suele ser cuando los candidatos se presentan, la segunda suele estar dominada por estrategias y propuestas del candidato y la tercera o fase final resulta crucial para los candidatos ya que están en la recta final de la carrera de caballos. El reconocimiento de estas etapas es relevante, sobre todo si se realiza una observación de la participación política *on/offline* en los tiempos electorales, más aún para las decisiones de un estudio panel que en el apartado metodológico se detallan.

Y respecto al tema digital se tiene reporte de que al menos el 63.9% de los mexicanos de seis años o más, tienen acceso a Internet según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH, 2018) y de ese porcentaje la mayoría está involucrada en la cultura “*socialmedia*” ya sea por exposición, inte-

racción o por pertenencia. El 95% de los internautas reporta estar registrado a una red social (Millward-Brown, 2017) y el 79% de ellos reportan usarlas frecuentemente.

Si bien, la tendencia es a incrementarse el uso de Internet por los grupos de edad y porque la cobertura se va extendiendo, también existen otros elementos como la educación e ingresos que diferencian el acceso. Aquellos que tienen educación media o superior se reportan como usuarios de entre un 80 y 90% (INEGI, 2015). Ante este panorama, si bien se puede señalar que la cobertura cada día es mayor, también es diferenciada a los más jóvenes y a los más preparados⁸.

Es a partir de estos presupuestos planteados en la literatura que se desea cuestionarse sobre la relación para cada tipo de participación política reportada en los diferentes momentos del proceso electoral 2018. Y a partir de la literatura analizada, sobre todo desde el trabajo de Kim et al. (2017), se plantean las siguientes preguntas de investigación:

PI1. ¿Se puede establecer que el transcurso de la campaña electoral tiene algún rol en el cambio entre la participación política *on/offline*?

PI2. ¿Se puede establecer la hipótesis de la dependencia entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección?

PI3. ¿Se puede establecer la hipótesis *spillover* entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección?

PI4. ¿Se puede establecer la hipótesis *gateway* entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección?

PI5. ¿Se puede establecer la hipótesis de reciprocidad entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección?

5. Método Seguido

Diseño y muestra

El presente estudio presenta un diseño metodológico asociativo con alcance explicativo bajo el método de encuesta panel, la cual permite analizar no sólo opiniones y actitudes de una población como en una encuesta descriptiva transversal, sino también el cambio que se produce en las mismas a lo largo del tiempo, y determinar las variables que afectan en ese cambio (Boomgaarden & Kritzing, 2017; de Vreese & Semetko, 2002). Esto se vuelve de espe-

⁷ Considerada como la emisión del voto.

⁸ Otro dato interesante para el caso mexicano es la distribución regional, en sintonía con la tendencia de desarrollo económico, donde el norte del país cuenta con más hogares con Internet y el sur con menos (INEGI, 2015). Las entidades federativas con más hogares con Internet en 2015, según el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015), son la Ciudad de México (65%), Nuevo León (59%), Baja California Sur (58%), Sonora (56%) y Baja California (55%); mientras que Chiapas (14%), Oaxaca (19%), Tabasco (23%), Guerrero (24%) y Tlaxcala (25%) reportan menos hogares con el servicio. En cuanto a ciudades, por ejemplo, la ciudad de Monterrey reporta una cobertura de casi el 70%, mientras que la ciudad de Puebla apenas alcanza un 50% (INEGI, 2015).

cial importancia, ya que una encuesta panel permite medir cuán cambiantes pudieran ser las actitudes de los individuos (Lawson & Moreno, 2007), por lo que su desarrollo permitirá determinar si a lo largo de la campaña electoral se produjo un cambio en el nivel de participación política *offline* y *online* de los ciudadanos, así como analizar mediante correlaciones desfasadas en el tiempo, el impacto de cada tiempo de involucramiento político en el otro a lo largo del tiempo.

Si bien, los estudios panel comparten una metodología similar en cuanto a la selección de la muestra y aplicación del instrumento, debido a que los procesos electorales difieren entre unos países y otros, es habitual encontrar propuestas de dos, tres o más olas en los distintos trabajos realizados. Atendiendo al procedimiento habitualmente seguido en la literatura internacional y tomando en cuenta las etapas de una campaña, se trabajó con tres olas: una primera aplicación antes de comenzar la campaña electoral, una segunda aplicación en el término medio de la campaña y otra poco después de concluida la campaña electoral. Si bien la última aplicación suele comenzar el día de la elección o poco después de que este proceso termine (Boomgaarden & Kritzinger, 2017), es más difícil establecer la o las fechas para las olas previas.

En estudios con dos olas, la primera suele realizarse antes de la campaña electoral (de Vreese & Semetko, 2002; Schuck, Boomgaarden, & de Vreese, 2013), mientras que con tres olas la segunda suele aplicarse en un punto intermedio de la campaña (Lawson & Moreno, 2007; Strömbäck & Shehata, 2010). Como señalan autores como Boomgaarden y Kritzinger (2017), es difícil determinar el punto en el que se produce el cambio de actitudes y comportamientos y en el que, por tanto, resulta conveniente hacer la aplicación. Esto debido a la configuración de las nuevas campañas, cada vez más dinámicas, con mayor multiplicidad de medios y tendencia a la campaña permanente más allá de las fechas establecidas para la misma (Norris, 2000).

Para la realización del estudio, se contrató a la empresa demoscópica Survey Sampling International (SSI), con el objeto de contar con una muestra amplia y representativa de la población mexicana, a la par de garantizar la participación de los mismos ciudadanos en las diferentes olas del estudio. La primera ola se realizó la semana previa al inicio oficial de elecciones, comenzando el 23 de marzo y terminando la aplicación el 30 de marzo. En dicha aplicación se levantaron un total de 1,819 entrevistas en línea. La segunda ola se realizó durante el mes de junio de 2018, con el objetivo de registrar actitudes y comportamientos con respecto a los primeros dos meses de campaña electoral. El levantamiento se realizó entre el 1 y el 25 de junio de 2018, participando finalmente una muestra de 996 entrevistados en la ola primera. La última aplicación se realizó una vez pasada la elección y cuando los conteos distritales quedaron realizados, por lo que el trabajo de campo comenzó el 9 de julio y terminó el 19 de ese mes. En total par-

ticiparon 701 entrevistados que también contestaron la primera y segunda ola.

De los datos obtenidos, únicamente se contó con los relativos a los participantes que fueran mayores de edad (≥ 18 años) y censados como votantes en la República. En este sentido, en la muestra final ($N = 701$) participaron ciudadanos de todos los estados de la República, así como de Ciudad de México. Un 54.8% de la muestra estaba constituido por hombres ($n = 384$), por un 45.2% de mujeres ($n = 317$), con edades comprendidas entre 18 y 80 años ($M = 42.07$, $DE = 13.37$). En la muestra se contemplaron participantes con diferentes niveles educativos, siendo el grupo mayoritario el correspondiente a aquellos que tenían estudios profesionales ($n = 424$, 60.7%) o de preparatoria ($n = 130$, 18.6%). Asimismo, un 43.6% de participantes reportaron unos ingresos mensuales de entre \$10,001.00 y \$30,000.00 ($n = 285$), un 40% menores a \$10,001.00 ($n = 202$) y un 25.4% de más de \$30,001.00 ($n = 166$).

Medidas utilizadas

Participación política *offline*. Con el objetivo de medir el nivel de involucramiento político realizado por los participantes durante la campaña electoral, se utilizó una escala de nueve reactivos que evalúa diferentes actividades que se pueden desarrollar en el terreno *offline*. Para ello, se tomaron como referencia diferentes trabajos previos (entre otros: Gil de Zúñiga, Jung, & Valenzuela, 2012; Muñiz, Téllez, & Saldierna, 2017; Park, Kee, & Valenzuela, 2009). Cabe mencionar que se midieron actividades políticas tanto convencionales, como por ejemplo “Asistir a reuniones de partidos políticos” o “Trabajar para algún candidato o partido político en campañas políticas”, como no convencionales, como por ejemplo “Participar en plantones, colocación de mantas o bloqueo de calles al no estar de acuerdo con alguna decisión del gobierno” o “Participar en manifestaciones en contra del gobierno o por alguna causa política”. Todas ellas fueron medidas mediante escalas de Likert de 5 puntos, entre nunca (1) y muy frecuentemente (5). La escala fue fiable, tanto para el tiempo u ola primera ($\alpha = .92$), como para la ola segunda ($\alpha = .93$) y el tiempo tercero ($\alpha = .94$).

Participación política *online*. Por su parte, también se evaluaron las actividades políticas realizadas a través de la red. Para ello, se tomaron como referencia trabajos previos (entre otros: de Gil de Zúñiga et al., 2012; Muñiz et al., 2017), añadiendo nuevos reactivos. En total, se evaluó en qué medida los participantes habían desarrollado en internet actividades como “Expresar su opinión personal acerca de asuntos sociales o políticos”, “Participar en foros de discusión en Internet”, “Consultar información política en Internet” o “Tratar de que no voten por un candidato a través de las redes sociales”. Todas ellas fueron medidas nuevamente mediante escalas de Likert de 5 puntos, entre nunca (1) y muy frecuentemente (5). La escala fue fiable, tanto para

la primera ola ($\alpha = .87$), como para la segunda ($\alpha = .87$) y la tercera ($\alpha = .87$).

VARIABLES DE CONTROL. Finalmente, se contempló el uso de una serie de variables de control de carácter sociodemográfico. En concreto, se les cuestionó a los participantes acerca de su género (0 = masculino; 1 = femenino) y su edad, en años cumplidos. También se pidió que indicaran cuál era, aproximadamente, el nivel de ingresos mensual de su núcleo familiar, con una escala que oscilaba entre menos de 6,000 pesos (1) y más de 30,001 pesos (4). Finalmente, se evaluó de forma adicional el nivel de estudios de los participantes, con una escala que osciló entre no tiene (1) y estudios de posgrado (7).

6. Análisis de los Resultados

Para dar respuesta a las preguntas realizadas, se procedió a evaluar la correlación existente entre las diferentes mediciones de participación política contem-

pladas en las distintas olas del estudio. Sin embargo, y como análisis previo, se evaluó la presencia de cada tipo de participación política a lo largo de la campaña. Para ello, se realizaron sendos Análisis Factoriales de Varianza (UNIANOVA), con los dos tipos de participación como variables dependientes. Esto con el objetivo de controlar la influencia de las variables sociodemográficas contempladas en el estudio (Ver Tabla 1). Los análisis realizados no arrojaron diferencias estadísticamente significativas entre las tres olas o tiempos del estudio, ni para la presencia de la participación política *offline*, $F(2, 1257) = 0.048$, $p = .949$, $\eta_{\text{parcial}}^2 = .000$, ni para la participación política *online*, $F(2, 1262) = 0.674$, $p = .674$, $\eta_{\text{parcial}}^2 = .001$. Por tanto, se puede concluir que el transcurso de la campaña electoral no pareció impactar en un cambio en el nivel de participación política de los ciudadanos participantes, lo que responde a la primera pregunta de investigación, sin embargo se harán otras pruebas para conocer más del comportamiento de ambas, al correr los tiempos.

Tabla 1 Comparación de niveles de participación entre los tiempos de la encuesta panel

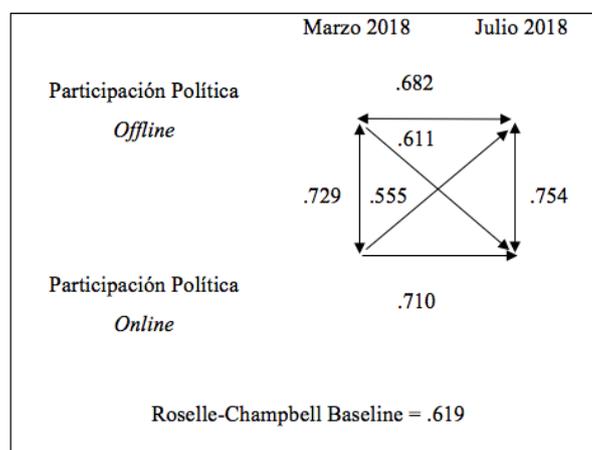
	Tiempo 1		Tiempo 2		Tiempo 3	
	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>M</i>	<i>DE</i>
Participación política <i>offline</i>	1.77	0.92	1.79	0.96	1.75	1.00
Participación política <i>online</i>	2.50	0.99	2.52	1.03	2.53	1.05

Nota: N = 701. Todas las variables se midieron con escalas de 1 (nunca) a 5 (Muy frecuentemente). Se controlaron las variables sexo (1 = mujer), edad, ingreso mensual del hogar y nivel de estudios del encuestado. * $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$

Como segunda fase del estudio, se procedió a determinar las asociaciones existentes entre los dos tipos de participación política durante las diferentes etapas en que se aplicó el estudio panel. Con ello, se pretendía no sólo evaluar las correlaciones existentes entre los dos tipos de participación en cada ola, sino más bien conocer si se producía algún tipo de correlación desfasada en el tiempo (*cross-lagged co-*

relation), y determinar con ello si en el tiempo la participación política *offline* impactaba a la *online* y/o viceversa. Para ello, se procedió a utilizar el estadístico Roselle-Campbell, que arroja un valor a partir de determinar el “nivel de correlación que se espera sobre la base de las autocorrelaciones y las correlaciones sincronas” de las variables en los dos tiempos medidos (Lopez-Escobar et al., 1998, p. 233).

Figura 2. Correlaciones desfasadas en el tiempo entre niveles de participación política *offline* y *online*, entre tiempos 1 y 3. N = 701.

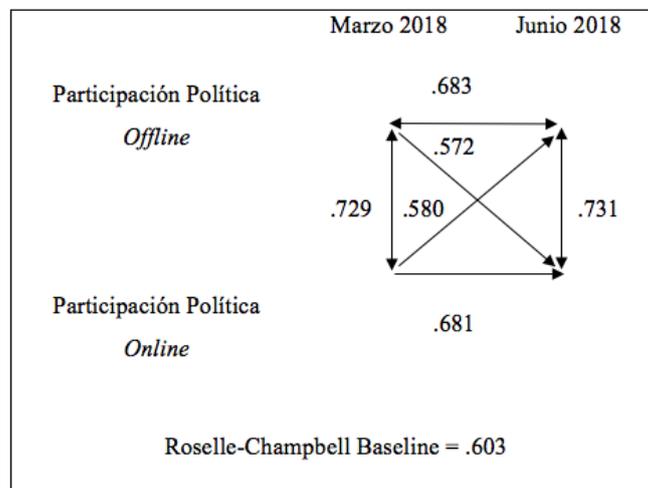


Todas las variables se midieron con escalas de 1 (nunca) a 5 (Muy frecuentemente). Se controlaron las variables sexo (1 = mujer), edad, ingreso mensual del hogar y nivel de estudios del encuestado. En negrita se marca la correlación desfasada en tiempo superior al valor de Roselle-Champbell Baseline.

Para ello se deben tener en cuenta las seis posibles correlaciones entre las dos variables (Kenny & Harkiewicz, 1979): las correlaciones sincrónicas dentro de cada ola, expresadas como PX1Y1 y PX2Y2, las autocorrelaciones de cada variable entre el tiempo 1 y 2, expresadas como PX1X2 y PY1Y2 y, finalmente, las dos correlaciones desfasadas en el tiempo entre las dos variables desde el tiempo 1 al 2, expresadas como PX1Y2 y PX2Y1. A partir de las primeras cuatro correlaciones se calcula la línea de base o estadístico Roselle-Champbell, que se expresa en un valor que oscila entre -1 y 1, y se calcula utilizando la siguiente fórmula (Lopez-Escobar et al., 1998; Roberts & McCombs, 1994): $[(PX1Y1 + PX2Y2)/2] \{[(PX1X2)^2 + (PY1Y2)^2]/2\}^{1/2}$. Una vez calculada la línea de base, se determinará que las correlaciones desfasadas son significativas cuando su valor de asociación supere el del estadístico Roselle-Champbell.

Atendiendo a que el estudio panel constó de tres olas, se calcularon los valores de la línea de base Roselle-Champbell entre los tiempos 1 y 2, los tiempos 2 y 3 y los tiempos 1 y 3, para determinar el impacto de cada tipo de participación en la otra a lo largo del tiempo. Con el objetivo de controlar la influencia de las variables sociodemográficas estudiadas, se trabajó con correlaciones parciales. Como se puede observar en la Figura 2, las correlaciones sincrónicas y autocorrelaciones de los indicadores de participación fueron altas entre el tiempo 1 y 3. Sin embargo, el valor del estadístico Roselle-Champbell fue de .619, no superando ninguna de las correlaciones desfasadas en el tiempo el mismo. Por tanto, se pudo descartar una influencia en el tiempo entre ambos tipos de participación, desde antes de la campaña electoral hasta después de la misma.

Figura 3. Correlaciones desfasadas en el tiempo entre niveles de participación política offline y online, entre tiempos 1 y 2. N = 701.



Todas las variables se midieron con escalas de 1 (nunca) a 5 (Muy frecuentemente). Se controlaron las variables sexo (1 = mujer), edad, ingreso mensual del hogar y nivel de estudios del encuestado. En negrita se marca la correlación desfasada en tiempo superior al valor de Roselle-Champbell Baseline.

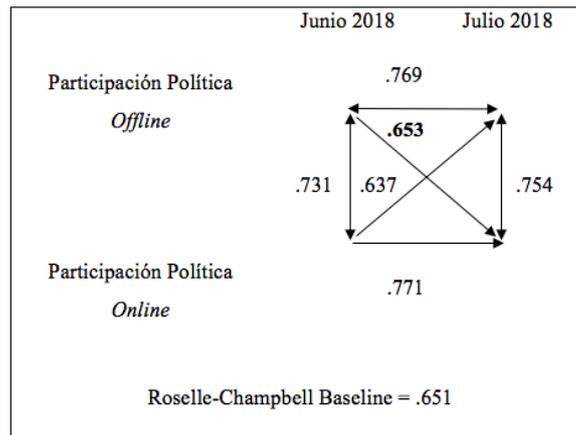
Por su parte, en la Figura 3 se expresan las correlaciones entre las manifestaciones de participación política *offline* y *online* entre los meses de marzo, antes de la campaña electoral, y junio de 2018, en pleno proceso electoral tras 2 meses de campaña. Como se puede observar, las correlaciones sincrónicas y autocorrelaciones de los indicadores de participación también fueron altas, en especial los valores de las correlaciones de los dos tipos de participación dentro de cada ola. Por su parte, el valor del estadístico Roselle-Champbell obtenido fue de .603, sin que nuevamente ninguna de las correlaciones desfasadas en el tiempo de ambos tipos de participación superase este valor. Por tanto, se puede también descartar un efecto en el tiempo entre ambos tipos de involucramiento desde un tiempo previo a las elecciones hasta un período intermedio de la campaña electoral.

Finalmente, también se evaluaron las correlaciones entre la participación política *offline* y *online* desde el tiempo 2, correspondiente al mes de junio de 2018 y, por tanto, a mitad de campaña electoral, y

el tiempo 3 relativo al momento postelectoral (Ver Figura 4). Como ocurrió en los anteriores análisis, las correlaciones sincrónicas y autocorrelaciones de ambos indicadores fueron fuertes, observándose en este caso unos niveles elevados de covarianza tanto dentro de cada tiempo del estudio panel, como en la autocorrelación a lo largo del tiempo. El valor del estadístico Roselle-Champbell fue de .651, detectándose en este caso una correlación desfasada en el tiempo que superó esta línea de base. Por tanto, se puede concluir que hubo un impacto en el tiempo, desde un momento avanzado de campaña hasta después de las elecciones, de la participación política *offline* sobre la participación política *online*, $r_{\text{parcial}}(645) = .653$, pero no en sentido contrario.

De las tres comparaciones en el tiempo podemos concluir que sólo se observó una correlación significativa o arriba de la línea base durante el tiempo de campaña y cuando ya había terminado (tiempo 2 y 3) pero en la relación más convencional, es decir la participación política *offline* influye en la participación política *online* de un tiempo a otro

Figura 4. Correlaciones desfasadas en el tiempo entre niveles de participación política *offline* y *online*, entre tiempos 2 y 3. $N = 701$.



Todas las variables se midieron con escalas de 1 (nunca) a 5 (Muy frecuentemente). Se controlaron las variables sexo (1 = mujer), edad, ingreso mensual del hogar y nivel de estudios del encuestado. En negrita se marca la correlación desfasada en tiempo superior al valor de Roselle-Champbell Baseline.

7. Discusión y conclusiones

En el presente análisis se propuso discutir la relación longitudinal que pudiera existir entre la participación política *offline* con la *online* durante la campaña presidencial 2018, tomando en cuenta los tres momentos del proceso electoral, considerando que los ciudadanos están más expuestos a contenido político.

A partir de la revisión de la literatura se pudo contemplar que las plataformas digitales ofrecen un nuevo espacio para la participación política y un medio de expresión con nuevas implicaciones, pero no se pueden entender aisladamente si no se contempla en relación la participación política *offline*.

La primera pregunta de investigación: ¿se puede establecer que el transcurso de la campaña electoral tiene algún rol en el cambio entre la participación política *on/offline*? se responde cuando se observa que no se encontraron diferencias significativas en las tres olas del estudio, por tanto, la campaña electoral no pareció impactar en un cambio del nivel de participación de los ciudadanos participantes ni de la participación política *online* con la *offline*.

Para responder a las otras preguntas, se corrieron correlaciones desfasadas en el tiempo para observar si se reportaba alguna influencia en el tiempo entre ambos tipos de participación, no reportándose ninguna que pudiera soportar las preguntas: PI4 ¿Se puede establecer la hipótesis *gateway* entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección? Y PI5 ¿Se puede establecer la hipótesis de reciprocidad entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección?

Sólo a mitad de la campaña electoral y el momento postelectoral (tiempo 3) se reportó en la correlación desfasada un impacto en el tiempo, de la participación política *offline* sobre la *online*. Lo que responde positivamente a la PI3 ¿Se puede establecer la hipótesis *spillover* entre los tipos de participación política

on/offline en los distintos momentos de la elección? Y se reporta entonces un efecto *spillover*, en donde la participación política *offline* influye en la *online*.

Desde de lo reportado en este estudio panel entonces sólo se observa un cambio en el tiempo, del tiempo 2 y 3, en los cuales se reporta una correlación entre la participación política *offline* con la *online*, pero en esa dirección, es decir, según Kim et. al (2017) se da un efecto *spillover*, bajo esta hipótesis, los actores políticos sólo utilizan herramientas *online* para promover su influencia, incluso hay autores que prueban que la realidad política en el mundo *offline* es reproducida en el mundo *online* (Kim, Russo & Amnå, 2017). Mientras que en el tiempo 1 y 2, así como en el tiempo 1 y 3 sólo se encontró correlación entre los distintos tipos de participación política, para las que no se pudo observar causalidad pero sí correlación, es decir en la medida que aumenta la participación en la *offline* aumenta la participación en la *online* y viceversa.

A partir de dicho reporte por tanto, se responde la pregunta PI2 ¿se puede establecer la hipótesis de la independencia entre los tipos de participación política *on/offline* en los distintos momentos de la elección?, a excepción del tiempo 2 y 3, en los demás momentos, se puede asumir que se genera la hipótesis de la independencia, es decir, los dos tipos de participación tienen su propia naturaleza autónoma, en donde no parece reportarse una vinculación, sí y sólo sí hacia el final de la campaña (*spillover*).

Como se señaló en la literatura pese al uso de las nuevas tecnologías y de una mayor participación política *online*, parece existir una persistencia del modelo de las *oldpolitics* sobre las *newpolitics*, que se puede llevar a un efecto *spillover* (Kim, Russo & Amnå, 2017) en donde las nuevas plataformas sólo permiten una extensión de la práctica de participación política *offline* en la *online* de los ciudadanos. En el presente artículo se reportó que la participación política *online* está sobre todo en función de la

participación política *offline*, es decir, se reproducen los modelos de participación política y se trasladan al terreno *online*.

Los medios digitales abren nuevas arenas para el intercambio o participación de los ciudadanos, existen muchas posibilidades para analizar cómo se manifiestan, en este artículo se pretendió tener un acercamiento exploratorio desde lo que ha reportado la literatura y en un esfuerzo por comprender el nivel de participación política *on/offline* expresada por los encuestados a través del tiempo.

Estudios como el presente pretenden dar cuenta de cómo estamos interactuando para construir ciudadanía tanto por nuestra participación política *offline*

como por la *online*. Conviene derivar nuevas preguntas al respecto y trasladar algunas a otros escenarios, incluso particularizar, ya que como se reportó en la literatura, la participación política *online* también puede tener un papel en el empoderamiento de los ciudadanos que pudiera en algunas ocasiones trasladarse a la participación política *offline*. El estudio se presenta relevante ya que observa en el reporte de los ciudadanos que participaron del estudio, los distintos reportes de participación política *online/offline* en el tiempo, y a partir de los resultados se detonan nuevas preguntas de investigación ante fenómenos cada vez más presentes ante acontecimientos que suelen comportarse de la misma manera.

6. Referencias bibliográficas

- AMIPCI (2017). 13° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2017. Redcuperado de: <http://asociaciondeInternet.org.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2017/lang,es-es/?Itemid=>
- Baumgartner Jody y Morris Jonathan (2010). "MyFaceTube politics: social networking web sites and political engagement of young adults". *Social Science Computer Review*, 28 (1), 24-44.
- Boomgaarden, Hajo y Kritzinger, Sylvia. (2017). Election surveys. En J Matthes, C. S. Davis, & R. F. Potter (eds.). *International encyclopedia of communication research methods*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell. doi: 10.1002/9781118901731
- Calenda, Davide, y Meijer, Albert (2009). "Young people, the Internet and political participation". *Information, Communication & Society*, 12 (6), 879-898. <https://doi.org/10.1080/13691180802158508>
- Chekunova, Marina. A., Barabash, Victor. V, Trofimova, Galina. N., y Lenko, Galina. N. (2016). "New media in political communication : general approaches". *SHS Web of Conferences*, 29, 1-5.
- Davis, Aeron (2009). "New media and fat democracy: the paradox of online participation1". *New Media & Society*, 12 (5), 745-761. <https://doi.org/10.1177/1461444809341435>
- De Vreese, Claes y Semetko, Holli (2002). "Cynical and engaged. Strategic campaign coverage, public opinion, and mobilization in a referendum". *Communication Research*, 29, 615-641.
- Delfino, Gisela y Zubieta, Elena (2010). "Participación política: concepto y modalidades". *Anuario de Investigaciones*, XVII. 211-220.
- Delli Carpini Michael. y Keeter Scott. (2002). "The Internet and an informed citizenry". *Anderson Dand Cornfield M (eds) The Civic Web: Online Politics and Democratic Values*. Lanham, MD:Rowman & Littlefield Publishers, pp. 129-153.
- Emmer Martin, Wolling Jens y Vowe Gerhard (2012). "Changing political communication in Germany: findings from a longitudinal study on the influence of the Internet on political information, discussion and the participation of citizens". *Communications* 37(3), 233-252.
- SEGOB (2012). Quinta Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas ENCUP. Recuperado de http://www.encup.gob.mx/en/Encup/Quinta_ENCUP_2012
- ENDUTIH (2018). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares. Recuperado de http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf
- Frankenberg, Lorena (2015). "Interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México". *Comunicación y Sociedad*, (23), 97-123.
- Gil de Zúñiga, Homero., Jung, Nakwon, y Valenzuela, Sebastián (2012). "Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17 (3), 319-336. doi: 10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x
- INEGI (2015). Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado de: <http://www.inegi.org.mx/>
- Islas, Octavio (2018). Internet Wi-Fi vs red móvil. El Universal. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/columna/octavio-islas/techbit/internet-wi-fi-vs-red-movil>
- Keane, John (2008). Monitory democracy? Paper prepared for the ESRC Seminar Series, 'Emergent Publics', The Open University, Milton Keynes.
- Kenny, David. A., y Harackiewicz, Judith. M. (1979). "Cross-lagged panel correlation: Practice and promise". *Journal of Applied Psychology*, 64 (4), 372-379. doi: 10.1037/0021-9010.64.4.372

- Kim, Yunhwan, Russo, Silvia, y Amna, Erik (2016). "The longitudinal relation between online and offline political participation among youth at two different developmental stages". *New Media & Society*, 19(6), 899-917. doi: org/10.1177/1461444815624181
- Latinobarómetro (2015). Análisis online. Recuperado de: <http://www.latinobarometro.org/latOnline.jsp>
- Latinobarómetro (2016). Informe 2016. Recuperado de: <http://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>
- Lawson, Chappell, y Moreno, Alejandro (2007). "El estudio panel México 2006: Midiendo el cambio de opiniones durante la campaña presidencial". *Política y Gobierno*, 14 (2), 437-465.
- Lee, Byoungkwan, Lancendorfer, Karen, y Lee, Ki Jung (2005). "Agenda-Setting and the Internet: The intermedia influence of internet bulletin boards on newspaper coverage of the 2000 general election in South Korea". *Asian Journal of Communication*, 15 (1), 57-71. doi: 10.1080/0129298042000329793
- Lopez-Escobar, Esteban, Llamas, Juan Pablo, McCombs, Maxwell, y Lennon, Federico Rey (1998). "Two level of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections". *Political Communication*, 15 (2), 225-238. doi: 10.1080/10584609809342367
- MillwardBrown (2017). Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos. Recuperado de http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2017/03/ECMYD_2016_Version_Prensa.pdf
- Muñiz, Carlos, Dader, José Luis, Téllez, Nilsa., y Salazar, Alma Rosa. (2016). "¿Están los políticos políticamente comprometidos?: Análisis del compromiso político 2.0 desarrollado por los candidatos a través de Facebook". *Cuadernos. info*, (39), 135-150. <https://dx.doi.org/10.7764/cdi.39.970>
- Muñiz, Carlos, Téllez, Nilsa y Saldierna, Alma Rosa (2017). "La sofisticación política como mediadora en la relación entre el consumo de medios y la participación ciudadana". Evidencia desde el modelo O-S-R-O-R. *Communication & Society*, 30 (3), 255-274. doi: 10.15581/003.30.3.255-274
- Nam, Taewoo (2012). "Dual effects of the Internet on political activism: reinforcing and mobilizing". *Government Information Quarterly* 29 (SI), 190-197.
- Navarrete, Juan Pablo (2008). "Sistema político mexicano: desarrollo y reacomodo del poder". Iberofórum. *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 3, 131-148. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211015582008>
- Norris, Pippa. (2001) *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Orkibi, Eithan. (2015). "New politics, new media – new political language? A rhetorical perspective on candidates' self-presentation in electronic campaigns in the 2013 israeli elections". *Israel Affairs*, 21 (2), 277-292. doi:10.1080/13537121.2015.1008242
- Park, Namsu, Kee, Kerk., y Valenzuela, Sebastián (2009). "Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students' Life Satisfaction, Trust, and Participation". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14 (4), 875-901. doi: 10.1111/j.1083-6101.2009.01474.x
- Roberts, Marilyn, y McCombs, Maxwell. (1994). "Agenda setting and political advertising: Origins of the news agenda". *Political Communication*, 11 (3), 249-262. doi: 0.1080/10584609.1994.9963030
- Sabucedo, José Manuel y Arce, Constantino (1991). "Types of Political Participation: a multidimensional analysis". *European Journal of Political Research*, 20, 93-102
- Schuck, Andreas, Boomgaarden, Hajo, y de Vreese, Claes (2013). "Cynics all around? The impact of election news on political cynicism in comparative perspective". *Journal of Communication*, 63 (2), 287-311. doi: 10.1111/jcom.12023
- Sierra, Francisco, Leetoy, Salvador y Gravante, Tommaso. (2018). "Ciudadanía digital y democracia participativa". Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Strömbäck, Jesper, y Shehata, Adam (2010). "Media malaise or a virtuous circle? Exploring the causal relationships between news media exposure, political news attention and political interest". *European Consortium for Political Research*, 49 (5), 575-597. doi: 10.1111/j.1475-6765.2009.01913.x
- Touraine, Alain (2005). *Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy*. Barcelona: Paidós.
- Velasquez, Alcides y LaRose, Robert (2015). "Social Media for Social Change: Social Media Political Efficacy and Activism in Student Activist Groups". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59:3, 456-474, DOI: 10.1080/08838151.2015.1054998
- Visser, Sara, y Stolle, Dietlind (2014). "Spill-Over Effects Between Facebook and On/Offline Political Participation? Evidence from a Two-Wave Panel Study". *Journal of Information Technology & Politics*, 11 (3), 259-275. <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.888383>