

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Uso de Facebook durante el proceso de decisión de voto de los jóvenes que votaron por primera en las elecciones presidenciales del 2018.”

Autor: ANDREA DENISE GUERRERO CHAMAN

**Tesis presentada para obtener el título de:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Nombre del asesor:
MTRO. CÉSAR AMANDO CHÁVEZ MENDOZA**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

“Uso de Facebook durante el proceso de decisión de voto de los jóvenes que votaron por primera en las elecciones presidenciales del 2018.”

TESIS

Que para obtener el título de:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

ANDREA DENISE GUERRERO CHAMAN

ASESOR

MTRO. CÉSAR AMANDO CHÁVEZ MENDOZA

CLAVE: 16PU0012S

ACUERDO: LIC070814

MORELIA, MICHOACÁN

SEPTIEMBRE, 2019

Índice

Resumen	5
Abstract	5
Introducción	i
Antecedentes	iii
Planteamiento del problema	v
Preguntas de investigación	x
Pregunta general.....	x
Preguntas particulares.....	x
Objetivos	xi
Objetivo general.....	xi
Objetivos particulares.....	xi
Justificación	xii
Supuesto	xiii
Metodología	xiii
Capítulo I Redes sociales y jóvenes Millennials	1
1.1. Sociedad Red	2
1.2. Red social en internet	4
1.3. La red social Facebook	11
1.3.1. Presencia de Facebook en México.....	13
1.3.2. Riesgos de la información falsa en Facebook.....	14
1.3.3. Facebook: espacio de opinión pública.....	16
1.4. Jóvenes Millennials	18
1.5. Diferencias de la generación del milenio con otras generaciones	20
1.6. Los millennials y las redes sociales	21
Capítulo II Política y comunicación	23
2.1. El concepto de política	24
2.2. El concepto de comunicación	26
2.3. Comunicación Política	29
2.4. Campañas políticas	32
2.5. Teoría de la influencia personal	35
Capítulo III Las elecciones presidenciales del 2018.	40
3.1. Panorama de la participación política de jóvenes mexicanos	41
3.2. Factores que intervienen en la participación política juvenil	44
3.3. Identificación partidaria y participación política mexicana de los millennials.	47

3.4. Resultados y participación de los jóvenes en la elección presidencial 2018.....	52
Capítulo IV. Uso de Facebook y el proceso de decisión de voto	58
4.1. La entrevista como proceso de recolección de datos	59
4.2. La importancia de internet en la vida de los jóvenes millennials.....	64
4.3. Redes sociales en Internet, caso: Facebook	68
4.4. Comunicación de los jóvenes millennials con su círculo social	71
4.5. Líderes de opinión e interés en la política de los millennials morelianos.....	73
Conclusiones	78
5.1. Sobre el planteamiento de la tesis.....	79
5.2. Hallazgos más sobresalientes e inferencias sobre ellos	83
5.3. Recomendaciones y Trabajos futuro	85
Bibliografía	¡Error! Marcador no definido.
Índice de figuras	93
Apéndice I Guía de entrevistas	a
Estructura de Entrevista	a
Pilotaje.....	c
A.1 Entrevista Uriel T.....	d
A.1.1. Contexto del entrevistado	d
A.1.2. Uso de internet y redes sociales.....	d
A.1.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	f
A.2. Entrevista Elizabeth L.	j
A.2.1. Contexto del entrevistado	j
A.2.2. Uso de internet y redes sociales.....	j
A.2.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	l
A.3. Entrevista Diego M.	n
A.3.1. Contexto del entrevistado	n
A.3.2. Uso de internet y redes sociales.....	n
A.3.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	p
A.4. Entrevista Monserrat Á.	t
A.4.1. Contexto del entrevistado	t
A.4.2. Uso de internet y redes sociales.....	t
A.4.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	v
A.5. Entrevista Josué S.	x

A.5.1. Contexto del entrevistado	x
A.5.2. Uso de internet y redes sociales.....	x
A.5.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	y
A.6. Entrevista Paulina Ch.....	aa
A.6.1. Contexto del entrevistado	aa
A.6.2. Uso de internet y redes sociales.....	aa
A.6.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	cc
A.7. Entrevista Lesley A.....	ee
A.7.1. Contexto del entrevista	ee
A.7.2. Uso de internet y redes sociales.....	ee
A.7.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	ff
A.8. Entrevista Nelly G.....	hh
A.8.1. Contexto del entrevistado	hh
A.8.2. Uso de internet y redes sociales.....	hh
A.8.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	ii
A.9. Entrevista Uriel S.....	kk
A.9.1. Contexto del entrevistado	kk
A.9.2. Uso de internet y redes sociales.....	kk
A.9.3. Relaciones sociales: Familiares y de amistad.....	ll
A.10. Entrevista Cinthya A.....	nn
A.10.1. Contexto del entrevistado	nn
A.10.2. Uso de internet y redes sociales.....	nn
A.10.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	pp
A.11. Entrevista Roberto V.....	qq
A.11.1. Contexto del entrevistado	qq
A.11.2. Uso de internet y redes sociales.....	qq
A.11.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad.....	ss

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo analizar la influencia de la decisión de voto de los jóvenes millennials morelianos que votaron primera vez en las elecciones presidenciales del 2018, basándose en la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos, donde los líderes de opinión establecidos fueron su círculo social y un nuevo rubro: la Internet y redes sociales, en específico Facebook.

Se entrevistó a 11 jóvenes de entre 20 y 24 años de edad que son estudiantes, trabajadores de tiempo parcial y completo y a una ama de casa. La investigación concluye que los jóvenes millennials no son indiferentes a las problemáticas políticas que se viven actualmente, y que a diferencia de generaciones pasadas, ellos forman su propio criterio de acuerdo a las experiencias diarias que tienen y analizando los diferentes pensamientos y escenarios que se encuentran dentro de su círculo social y los contenidos a los que están expuestos en las redes sociales como Facebook; y que atiende a sus necesidades y bienestar propio.

Abstract

The present study was to analyze the influence and the vote decision of the young millennials who voted the first time in the presidential elections of 2018, in the theory of the flow of communication in two steps, where their social circle and a new item: Internet and social networks, like Facebook.

Interviewed 11 young people between 20 and 24 years of age who are students, part-time workers and a housewife. The research concludes that young millennials are not indifferent to the political problems that are currently experienced, and that unlike past generations, they are part of our own criteria according to the experiences they have and analyze the different thoughts and situations that they are within their social circle and the content they are on social networks such as Facebook; and that attends to your needs and your own well-being.

Introducción

En la presente investigación se abordó el fenómeno de las redes sociales y de su efecto en la decisión de voto en la elección presidencial de México del 2018 por parte de los jóvenes identificados como la generación millennial; jóvenes adultos que nacieron a la par de la era digital y utilizan la tecnología para la mayoría de sus actividades diarias. Según diversas fuentes utilizadas, dicha definición de millennial, en cierta medida, ha sido utilizada de forma coloquial como un concepto negativo a esta generación calificándolos como “ninis”; y otros conceptos, como consumidores preponderantes de diversos factores digitales.

El propósito principal de la tesis fue el de identificar si los jóvenes millennials que nunca habían votado por un presidente de la república, tuvieron alguna influencia por parte de su grupo social íntimo para decidir su voto; o si al usar constantemente la Internet y redes sociales como Facebook, fueron éstas las que tuvieron más peso a la hora de su decisión para votar. O por el contrario, si existió alguna otra causa de influencia que no fuera su círculo social o la Internet para votar por uno de los candidatos a la presidencia. Aunque también cabía la posibilidad de que alguno de estos factores de influencia en consideración, pudieron haberlos llevado a la decisión de no votar.

Para tal fin se desarrollaron tres capítulos teóricos, resultado del análisis bibliográfico y revisión de la literatura antecedente para poder establecer una investigación que diera explicación a los objetivos de esta tesis.

En el primer capítulo se estructuró el concepto clave de red social pasando primeramente por una explicación acerca de cómo nace el concepto y cómo se transformó en una noción relacionada con la era digital: La Internet. Uno de los autores primordiales para la creación de este capítulo teórico fue Manuel Castells, quien en varios de sus libros acuñó el término por primera vez; después podemos encontrar una asociación de investigadores de BBVA Bancomer quienes recopilan una serie de textos y como ponentes, relatan la transformación de la era digital hasta la concepción actual a como la conocemos ahora y la importancia que tiene para la humanidad.

En dicho capítulo también se explica a fondo cuáles son las características primordiales de la generación del milenio, además de contrastar la diferencia de los jóvenes de esta generación con respecto a los de generaciones pasadas y cómo es que utilizan las redes sociales como parte de su vida diaria.

En el segundo capítulo se desarrolló las nociones básicas de los conceptos bases de esta investigación: La política y la comunicación, y para ello, se recurrió a diferentes autores. En el apartado de política se dieron los antecedentes de este concepto y cómo es que actualmente se presenta para la historia social, así como identificar en qué contextos se utiliza la política para describir diversas situaciones.

Para el apartado de la comunicación, se estudiaron a diversos autores claves de la comunicación; por dar un ejemplo, encontramos a Shannon y Weaver, creadores de uno de los modelos lineales de la comunicación que explican de qué manera se produce. También es importante mencionar que durante esta tesis se tomó como una de las principales referencias a la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos, o teoría de la influencia personal, la cual plantea que los individuos tienen un líder de opinión capaz de influir en las decisiones de las personas y las convicciones que tengan.

En el último de los apartados teóricos, se indagó en lo referente a la política en México, utilizando principalmente los trabajos de Fernando Escalante González y José Woldenberg, así como la información estadística disponible del IFE ahora INE, del trabajo recopilado por Jesús Aguilar López.

En el capítulo cuarto, se presenta la investigación de campo cuyo propósito fue entrevistar a los jóvenes millennials para encontrar si el supuesto planteado es verídico. Los resultados del trabajo de campo también fueron expuestos y en ellos se encuentran diversas respuestas claves que los entrevistados contestaron.

Finalmente, se exponen las conclusiones de la tesis, donde cabe destacar que la generación millennial, aunque difiere en muchos sentidos de sus antecesores, siguen manteniendo relaciones fieles y comunicación muy similar a la que jóvenes del siglo XX mantenían con su círculo social.

Antecedentes

Un antecedente directo de esta investigación es el estudio que llevó a cabo en 2016 Brenda Quiroz Gaytán, donde expuso “El papel de la red social Facebook en la percepción de las elecciones a la gubernatura de Michoacán 2015 entre los estudiantes universitarios de Morelia”. (Quiroz Gaytán, 2016). En este estudio la autora se plantea las preguntas: ¿cuál ha sido el impacto de Facebook en la política michoacana entre universitarios?, ¿fueron las plataformas sociales trascendentales para tomar la decisión política en el proceso electoral? Mediante el método cuantitativo, realizó encuestas donde los resultados son impactantes, revelando que los estudiantes universitarios tienen poco interés en la política y manifiestan no tener alguna identificación con algún partido político.

La tesis de Quiroz es uno de los antecedentes más importantes para este estudio pues los resultados finales de su investigación arrojaron que la mayoría de los jóvenes universitarios de Morelia no están interesados en los procesos electorales, y debido a que una parte de nuestro segmento analizado radicó en las Universidades, los resultados fueron similares a los que arrojó su investigación. Aunque se debe señalar que en el presente estudio se analizaron a jóvenes millennials de diferentes estratos económicos y sociales, así fueran estudiantes o estuvieran incorporados al campo laboral; pero manteniendo como relevancia que los millennials de estudio nunca habían votado por un presidente de la república en elecciones presidenciales anteriores lo que le da mayor aportación esta tesis.

En cuanto a la influencia de redes sociales, en la tesis planteó que el uso de Facebook “sí puede tener consecuencias en la creación de sus actitudes cognoscitivas y emotivas en la opinión”, (Quiroz Gaytán, 2016, pág. 123); sin embargo comprobó que donde se crea mayor discusión de ideas entre los jóvenes universitarios es en la escuela y dentro de su círculo familiar, pero no descarta el uso de Facebook como una nueva forma de influencia personal.

Otro de los referentes más importantes para esta investigación es el estudio realizado por Carlo Daniel Aguilar Gonzáles, donde aborda el tema del “Uso de Facebook entre jóvenes Universitarios de Querétaro como herramienta para fortalecer su cultura política”, (Aguilar C. , 2011). En el estudio descubre que los jóvenes queretanos universitarios sí utilizan Facebook como herramienta para expresar sus inquietudes e intereses políticos.

En el entorno político, Paola Dayreth Zavala Arellano (Zavala, 2015), determinó cómo era la participación de los jóvenes de 18 a 25 años de edad en las elecciones federales del 2012; en su estudio se presentaron distintos resultados en cuanto a la intervención juvenil, resaltando como factores importantes la apatía, desconfianza hacia los gobernantes y poco entendimiento de temas políticos. Tras la investigación resalta que, aunque las redes sociales son un nuevo espacio donde los jóvenes interactúan, aún son insuficientes para que se cree un espacio de opinión en temas políticos.

En el 2015, Iliana Luna Susunaga realizó una investigación a la que tituló: “Las redes sociales: el nuevo espacio público donde se crea la opinión pública” (Luna Susunaga, 2015). En su estudio menciona que cada red social cuenta con funciones que van de acuerdo a las necesidades y ocupación de cada persona; y que fueron creadas para ser espacios que cumplan la función de reunir gente de acuerdo a gustos, intereses y tradiciones, convirtiéndose así en una ida y vuelta de información, lo que genera en las personas la necesidad de comunicar sus ideas sin ser oprimidos y con ello exponer sus ideales.

Por otro lado, Gisela Flores y Germán Pacheco (Flores & Pacheco, 2013), en su tesis “Las redes sociales como espacios de participación política en los jóvenes universitarios”; plantean mediante un estudio de caso realizado en la Universidad Autónoma del Estado de México, que un porcentaje significativo de la población encuestada afirma que las redes sociales representan una plataforma de participación política y que “son una herramienta útil de comunicación entre gobernantes y gobernados” (pág. 83), lo que los llevó a afirmar que las redes son una vía a través de la cual los políticos pueden influir en la toma de decisiones electorales.

Planteamiento del problema

A partir de las elecciones presidenciales del 2012 en nuestro país y con el auge en la utilización de Facebook como una de las principales redes sociales, la historia política dio un giro trascendente al utilizar este nuevo espacio público para que los candidatos dieran a conocer sus propuestas y principios sirviendo como un medio de influencia, propaganda y publicidad; además de ser un sitio nuevo para la opinión entre las personas. La presente investigación tiene la finalidad de conocer si el alto uso de Facebook por parte de jóvenes millennials, los influencia en materia política, o si, por el contrario, es su familia y grupos sociales de referencia los que influirán mayoritariamente en su decisión de voto para las elecciones presidenciales del 2018.

Es importante mencionar que esta generación denominada “del milenio”, se ha visto involucrada en diferentes discusiones sociales por las características poco favorables identificadas en ella. Diversos autores apuntan a que esta generación engloba a quienes tienen entre 18 y 33 años (los nacidos entre 1985 y 2000), lo que podría parecer una gran diferencia de edad dentro de la misma categoría de millennial y muchas veces este concepto resulta ser erróneo cuando es utilizado como un sinónimo de la palabra “joven”, sin importar que sea menor de 18 años.

Los millennials son un grupo de jóvenes que nacieron a principios de los años Ochenta hasta los primeros años del 2000, pero existen distintos textos que apuntan a otros rangos de tiempo, (Geifman, 2013). Sin embargo, cabe destacar que en México el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) reveló en el 2016 que el 50% de la población nacional es menor a los 26 años, y de los cuales 30 millones de jóvenes pertenecen a la generación del milenio. El mismo estudio apunta que en Morelia, el 10% de la población total, equivale a personas de entre 20 a 24 años. A continuación, se dará a conocer los criterios de inclusión de jóvenes millennials morelianos a los que se estudiará para este trabajo y con ello, decir exclusivamente cuáles pueden ser sus características, dejando de lado las particularidades generales de toda la generación a nivel mundial.

Para los objetivos de este estudio, se asimiló sólo aquella parte de la población millennial que votó por primera vez por un presidente de la República, definiendo a este grupo de investi-

gación a las personas nacidas entre 1994 y 2000; que hayan tenido 18 años cumplidos al momento en que fueron las elecciones; que fueran originarios de la ciudad de Morelia o tuvieran más de 5 años como residentes en la ciudad; con estudios universitarios (pública o privada) o no sean estudiantes; que estuvieran incorporados parcialmente al mercado laboral o no; y que pudieran ser padres de familia o amas de casa; además como clave importante a destacar, que tuvieran acceso a internet y un uso de dispositivos móviles y consecutivo a esto, que contaran con perfil en Facebook; y sin distinción de género o nivel socioeconómico o educativo.

Debido a las semejanzas entre los millennials de diferentes países con el nuestro; en México encontramos las siguientes características, vistas desde la perspectiva de diferentes sociólogos, articulistas e investigadores mexicanos. Para iniciar con las características de mi grupo de investigación, encontramos a Gutiérrez-Rubí, articulista del periódico digital *Forbes México* quien puntualiza que esta generación está siendo muy discutida ya que se caracterizan por “dominar la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo, preferir la Internet a la tv convencional, y que ven a las redes sociales no como un medio de comunicación sino como parte de su vida social” (Gutiérrez-Rubí, 2017).

También tenemos a Dinorah Miller, socióloga y profesora en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), quien en a través del portal del periódico *Milenio*, nos explica que la mayoría de los millennials mexicanos “distan mucho de los patrones de consumo y características formativas, sociales y culturales que les han atribuido en otros países.” En el ámbito político se da hincapié al estudio de Quiroz (2016), pues en él se habla acerca de que los jóvenes serán una parte fundamental para el proceso político al que se verá envuelto el país este año, debido a que éstos buscan contenidos de acuerdo a su experiencia online, en especial en redes sociales como Facebook; aunque los resultados de la tesis arrojaron que universitarios morelianos no se interesan en procesos electorales.

Por otro lado, encontramos a Cristina Ramírez (2013), articulista del periódico digital *El economista* quien a través de un cuadro comparativo, precisa que los millennials en México “consideran que el Internet ha sido un componente vital en su educación, ya que el 84% afirma que no hubiera logrado el mismo nivel de estudios sin acceso a tecnologías digitales”. ¿Por qué es importante estudiar entonces a esta generación? Con las características ya mencionadas que se les atribuye, y con el incremento acelerado de la tecnología, los millennials representan un grupo que actualmente ha reformado las ideas de las personas al referirse a la palabra “joven”

debido a que son impredecibles precisamente por la forma en que se relacionan con el medio social y digital.

Por otro lado, enfocándonos en el principal propósito de este estudio, se podría encontrar que debido a las características dadas de los jóvenes millennials, podrían existir otras características iguales a las de generaciones pasadas y que aún prevalezcan en la juventud actual, como la influencia de la familia en temas políticos.

Aquí es donde se plantean las siguientes preguntas: En el ámbito político... ¿es más grande la influencia de las ideas de los familiares y allegados íntimos a los millennials que la de redes sociales como Facebook para que ellos formen un criterio propio a partir de estos ideales?, ¿Les importará el proceso político del 2018 a los millennials?, ¿usarán Facebook como una herramienta o medio de comunicación para informarse y decidirse por alguno de los candidatos a la presidencia?, y si esto resulta verídico, ¿qué uso le darán a Facebook para seguir el proceso electoral del 2018?; e involucrando la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos... ¿aún está vigente esta teoría con el grupo social a estudiar?

La opinión de la población juvenil ha sido tomada en cuenta cada vez más gracias a la tecnología, puesto que ellos son los primeros en utilizarla, siendo un factor que ha contribuido a la globalización del mundo; además de las áreas digitales las cuales “son las más utilizadas por la población mexicana joven” (Asociación Mexicana de Internet, 2017).

Y en un sentido más estricto con respecto a la política, “nueve de cada 10 internautas mexicanos están interesados en la evolución de los procesos electorales de este y el próximo año; seis de cada 10 consideran que internet los acerca a los procesos democráticos y se informarán acerca de las propuestas de campaña, los actores políticos, los casos de corrupción y la transparencia de los candidatos en redes sociales y portales de noticias” (Rebolledo, 2017).

Los millennials, cuya característica principal es ser una generación que se mueve por intereses tecnológicos e innovadores; es probable que utilicen redes sociales masivas como Facebook, para informarse y dejarse guiar para la toma de decisiones, en este caso, elecciones políticas, pero muy probablemente sigan apegados a los ideales de sus líderes de opinión; debido a esto, se eligió Facebook para saber qué tanto responden los jóvenes a los contenidos e ideas políticas que se difunden por este medio.

El Estudio de Hábitos del Usuario 2017, llevado a cabo por el Centro de Investigación e Innovación en Tecnologías de la Información y Comunicación (INFOTEC) en colaboración con

la Asociación de Internet.mx, “Facebook se mantiene como la principal Red Social en México”, encontrando también que “el segmento joven empuja a cambios de hábitos en la población, mediante la adopción de tendencias, lo que significaría que los jóvenes tienen una gran influencia en las acciones que la población realiza en la Internet y RRSS”, (Asociación Mexicana de Internet, 2017).

No obstante, la investigación realizada por Brenda Quiroz en el 2016 reveló que gran parte de la población estudiantil universitaria de Morelia, no están interesados en la política, ni en los procesos electorales. Mencionado este tema, es importante resaltar que cifras de una encuesta realizada por el Instituto Federal Electoral del 2013, apuntó que “en México la principal forma de participación política distinta a la electoral es mediante conversaciones con otras personas sobre temas políticos con casi 40%, es decir, 4 de cada 10 mexicanos tienen interés en los asuntos públicos de la nación y el estado”, (Eloriente.net, 2014).

También, la misma encuesta señaló que “pese al incremento de la opinión pública a través de los medios electrónicos, uno de cada 10 mexicanos comparte o lee información política en las redes sociales como Facebook o Twitter”. Pero, el “Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México” hecho por el Instituto Nacional Electoral en el 2014 (INE, 2014), apunta que “el descrédito del sistema político, en especial de su actor más importante: los partidos políticos; ha sido mencionado como un factor fundamental en la tendencia a la baja de la participación electoral por parte de los mexicanos”.

Ante estas situaciones presentadas por estudios realizados por el mismo Organismo mexicano, cabe destacar que a pesar de que sí existe una falta de interés en los mexicanos, no sólo en los jóvenes; se demuestra que sigue siendo muy importante la conversación de temas políticos que las personas mantienen con otras, lo que puede ser muy favorable para este estudio al demostrar si la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos sigue vigente hoy en día, sobre todo en los jóvenes. Sin embargo, debido a que parte de nuestro segmento a estudiar se concentra en la educación media superior, da hincapié a suponer que decidan votar o no, es muy probable que tengan un criterio político que se forme a partir de personas a las que tengan como líderes de opinión; aunque nuevamente se debe mencionar que se estudiará a jóvenes millennials de cualquier estrato económico y sin importar que tengan grado de estudio o no, siempre y cuando tengan acceso a Internet en su casa y dispositivos móviles que le permitan conectarse a ésta, así como también un perfil en Facebook.

Con respecto a lo antes mencionado de los “líderes de opinión”, en el presente trabajo se tomará en cuenta la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos que establece que “las personas seleccionan para su atención aquellas opiniones con las cuales están de acuerdo, sobre todo si viene de personas a las que consideran un líder de opinión, tomando en cuenta que este concepto se refiere a individuos que a través de sus contactos diarios, influyen sobre otros en lo que se refiere a la formación de decisiones y opiniones” (Wright, 1986). Esta teoría será una base para el estudio debido a que los jóvenes estarán en contacto con personas allegados a ellos en los que confíen, de lo que podemos suponer que así será y Facebook sólo será utilizado por ellos como un medio de comunicación al que no otorgarán mayor importancia en las elecciones. Es importante tomar en cuenta esta teoría de la comunicación ya que se verá si sigue teniendo la misma validez con esta nueva generación de jóvenes, o bien, que sirva a los investigadores para reforzarla.

Se encuentra un área de oportunidad para este trabajo al incluir a la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos ya que lo que se quiere encontrar es muy parecido al estudio que realizaron los investigadores de esta teoría, ya que a ciencia cierta es un reto descubrir lo que hay detrás de las ideologías de los millennials, sobre todo en el ámbito político. ¿Qué es lo que sucede entonces actualmente con estos jóvenes? Si bien, la teoría fue vinculada a la influencia de los medios tradicionales, los líderes de opinión y las generaciones de este tiempo, actualmente la juventud consumen de una manera brutal las nuevas tecnologías, como las redes sociales, donde estudios como el investigado por la Asociación de Internet.mx (2017), comprueban que actualmente los jóvenes no consumen los medios tradicionales tanto como lo hacen con la Internet.

Es entonces donde el problema inicia en la siguiente pregunta: ¿La teoría sigue siendo válida en los millennials que, en vez de consumir medios tradicionales, consumen redes sociales como Facebook donde interactúan de una manera más inmediata que como antes las generaciones pasadas lo hacían? Tomando en cuenta que, en las generaciones pasadas, uno de sus principales métodos de comunicación eran los medios tradicionales como la televisión, la radio y el periódico. Y a pesar de que éstos siguen teniendo fuerza en nuestro país, la mayoría de los millennials han confirmado que prefieren la Internet como su principal fuente de información, según un estudio realizado por L.E.K. Consulting, quien analiza en profundidad los hábitos de consumo de medios de los millennials (L.E.K. Consulting, 2016).

Preguntas de investigación

Pregunta general

¿Los jóvenes millennials morelianos se verán influenciados en cuestiones políticas por sus líderes de opinión o por contenidos generados en Facebook?, es decir, ¿a qué le otorgarán más credibilidad los jóvenes en relación con las elecciones presidenciales del 2018?, ¿a lo publicado en Facebook o a la charla con personas de su mismo círculo social?

Preguntas particulares

1. ¿Sigue siendo vigente la teoría de la influencia personal para nuestros sujetos de estudio?
2. ¿Existirá relación entre el uso de Facebook y la decisión de voto de jóvenes millennials morelianos que votarán por primera vez en las elecciones presidenciales del 2018?
3. ¿Se verán influenciados por los contenidos de páginas que siguen en Facebook o a los mismos amigos que tienen agregados, con respecto a lo que éstas y éstos publiquen de los candidatos a la presidencia?
4. ¿Habrá interés en los jóvenes en el proceso político?, y ¿se verá esto reflejado en el uso que hicieron de Facebook?

Objetivos

Objetivo general

- Determinar de qué manera los jóvenes millennials morelianos están influenciados políticamente por los líderes de opinión cercanos a ellos (familia, amigos, maestros y allegados íntimos), y por el consumo de contenidos políticos en Facebook (noticias y propaganda) al momento de decidir votar o no, en las elecciones presidenciales del 2018.

Objetivos particulares

1. Encontrar si la teoría de la influencia personal sigue siendo vigente para nuestros objetos de estudio.
2. Describir el uso de Facebook en el proceso de la decisión de voto de los jóvenes millennials morelianos que votarán por primera vez en 2018, en unas elecciones federales.
3. Determinar si existirá o no influencia de los contenidos de Facebook publicados por páginas o por amigos de los millennials, para que opten por algún candidato. O bien, si tendrá más peso la influencia de los líderes de opinión con los que conviven.
4. Encontrar si existirá interés en la política por los jóvenes a estudiar y si esto se vio reflejado en el uso que hacen de Facebook.
5. Saber si los jóvenes estuvieron expuestos a contenidos políticos antes de las elecciones y durante éstas y de qué forma reaccionaron.

Justificación

El presente estudio se considera una investigación oportuna debido a que el 2018, será un año electoral para nuestro país, donde se elegirá a un presidente de la República y se verán involucrados diferentes sectores de la sociedad, entre ellos los jóvenes millennials, a los cuales es importante analizar ya que son considerados como una generación cuyos intereses se mueven de acuerdo al uso que le dan a la tecnología y redes sociales; y representan una amplia parte de la población actual.

Sin embargo, a pesar de que se planteó el análisis de sólo una parte de la población millennial: aquellos que votarán por primera vez en una elección presidencial, y en específico a 11 jóvenes de diferentes estratos económicos sin importar su grado de estudio; esta investigación servirá para futuros estudios acerca de esta generación, tanto en temas políticos como de una aportación más a las características de los jóvenes.

Servirá para reforzar, o ver si sigue teniendo validez, en cierta medida, la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos, a pesar del uso de la tecnología y redes sociales, puesto que se sabrá si los líderes de opinión siguen siendo una parte fundamental en el proceso de influencia con las personas, en este caso, con los millennials a entrevistar; y también, si los medios de comunicación, en este sentido Facebook, tiene sólo una participación limitada en sus decisiones o verdaderamente lo utilizarán como herramienta para tomar una decisión.

En otros ámbitos, también será de utilidad para el sector político, debido a que se tendrá una referencia para saber cuáles son los hábitos de la generación del milenio, ya sea que éstos se apegan a las costumbres de su círculo social, o bien, ahora sus decisiones se concentran a partir de los contenidos a los que fueron expuestos en Facebook. Y que conozcan de qué manera pueden generar contenidos para ellos.

Incluso puede ser de utilidad para los millennials ya que, así como para otros estudios acerca de jóvenes y opinión pública, para que se conozcan de una manera más exacta y vean cuáles son sus características actuales. Se considera importante hacer esta investigación ya que actualmente se cataloga a este segmento juvenil de la población como jóvenes cuyos intereses difieren de otras generaciones gracias al acelerado incremento de la tecnología y donde muchas personas asocian al concepto de millennial como negativo.

Supuesto

Pese al alto nivel de conectividad tecnológica de los denominados “millennials”; estos se ven influenciados en materia política de manera preponderante por sus grupos sociales más inmediatos y no por las campañas políticas distribuidas en Facebook o noticias que pudieran ver por el mismo medio.

Metodología

La lógica general de la que parte este estudio es la investigación cualitativa, puesto que fue orientada a conocer algunas de las cualidades de los millennials en el ámbito político con respecto a la elección del 2018. Para la investigación cualitativa, “el punto de partida es la realidad, que mediante la investigación le permite llegar a la ciencia, y con esto, se observa, descubre, explica y predice aquello que lleva a un conocimiento sistemático de la realidad” (Tamayo y Tamayo, 2003, pág. 13).

Se consideró adecuada este tipo de investigación debido a que a diferencia de los estudios cuantitativos, permitirá hacer un análisis exploratorio y descriptivo ya que la realidad a observar en los millennials es dinámica y no estática, además de que “el investigador cualitativo estudia a las personas en el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se encuentren actualmente” (Taylor, 1984, pág. 20).

A grosso modo, “la investigación cualitativa busca la subjetividad, y explicar y comprender las interacciones y los significados individuales o grupales.” (Álvarez-Gayou, 2003, pág. 41). Con esta información, es pertinente ir desglosando los diferentes métodos y técnicas a utilizar, por lo que en primera instancia, es útil utilizar el método general de análisis- síntesis puesto que “el análisis maneja juicios y la síntesis considera los objetos como un todo, por lo que el método que emplea el análisis y la síntesis consiste en separar el objeto de estudio en dos partes y, una vez comprendida su esencia, construir un todo” (Rojas Soriano, 1986, pág. 36).

El método de análisis- síntesis, plantea diferentes cuestiones que, para los fines de este estudio, son vitales. Por ejemplo, la observación del comportamiento de nuestro segmento a analizar; la descripción e identificación de los elementos que influirán en su decisión de voto para poder entenderlos y dar una conclusión, así como también llevar a cabo una clasificación de lo que se analizará para conocer los detalles del comportamiento y con ello ver si la hipótesis resulta ser verídica o no. En segunda instancia, el método particular a llevar a cabo será el estudio de casos. El estudio de casos “es el método de investigación de gran relevancia para el desarrollo de las ciencias humanas y sociales que implica un proceso de indagación caracterizado por el examen sistemático y en profundidad de casos de un fenómeno, entendido estos como entidades sociales o únicas” (Bizquerra, 2004, pág. 19). También, encontramos que “la finalidad del estudio de casos es conocer cómo funcionan todas las partes del caso para crear hipótesis, atreviéndose a alcanzar niveles explicativos de supuestas relaciones causales encontradas entre ellas, en un contexto natural concreto y dentro de un proceso dado” (Barrio del Castillo, 2017, pág. 2).

“Además, en el método de estudio de caso los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos” (Chetty, 1996, pág. 73).

“De los estudios cualitativos de casos se esperan descripciones abiertas, comprensión mediante la experiencia y realidades múltiples. En el estudio cualitativo de casos, es de gran importancia la función interpretativa constante del investigador” (Stake, 1998, pág. 20). Se optó por este método debido a que permite estudiar el tema en forma más profunda para obtener un conocimiento más amplio del mismo, así como también, permite saber más de los jóvenes a entrevistar debido a que el estudio de casos es un estudio más “personal”, lo que permite explorar mejor la manera en la que se comporta uno de los jóvenes y acercarse más a él conociendo sus particularidades.

En tercera instancia, para llevar a cabo una investigación de tipo cualitativo es necesario precisar qué técnicas son las que serían convenientes utilizar para el desenvolvimiento de los objetivos. En este trabajo la principal técnica de la que se partirá será la entrevista a profundidad. “En la investigación cualitativa, la entrevista busca entender el mundo desde la perspectiva del

entrevistado y desmenuzar los significados de sus experiencias.” (Álvarez-Gayou, 2003, pág. 49).

El mismo autor cita a Steinar Kvale (1996), al explicar que “el propósito de la entrevista a profundidad es obtener descripciones del mundo de vida del entrevistado respecto a la interpretación de los significados de los fenómenos descritos”, y es adecuado para este estudio ya que los jóvenes a los que se entrevistará serán de diferentes estratos económicos, lo que permite conocer cuál es la perspectiva de cada uno con respecto a su decisión de voto, la influencia que pudieran tener los líderes de opinión allegados de ellos y el uso que cada uno le dará a Facebook, y con esto, ver si existe una similitud entre ellos o una diferencia en cada uno.

La entrevista a profundidad fue nuestra principal técnica a utilizar debido a que se complementa muy bien con el estudio de casos y en específico, con la técnica cualitativa. Se cree que es más personal la forma en la que se tratará esta investigación al conocer a profundidad cuáles son las características de hoy en día con los millennials, y eso nos puede ayudar a conocer la entrevista a profundidad, además de que actualmente, esta generación de jóvenes es muy criticada por la forma en la que actúa, y las características que muchos autores ya mencionados anteriormente nos dan acerca de ellos, tal vez no sean las más precisas, al menos no para los jóvenes millennials morelianos, eso ayudó a complementar más la investigación.

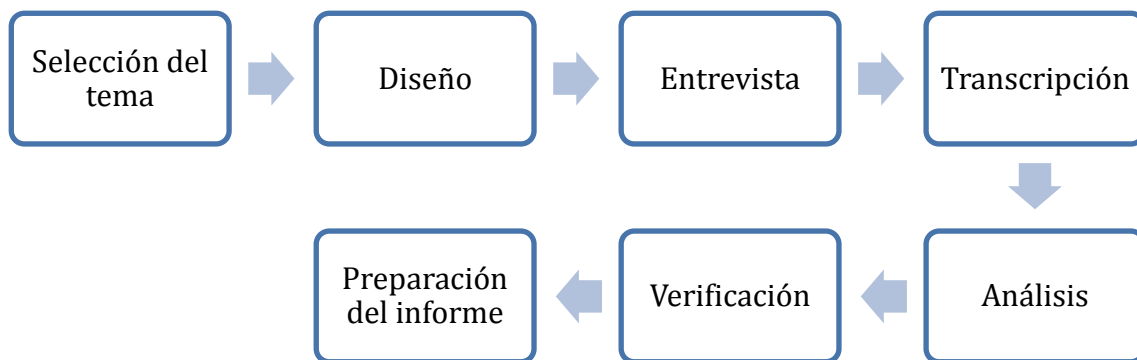


Figura 1. Estadios fundamentales de las entrevistas, Álvarez-Gayou, 2003

En cuanto a la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos, es necesario indicar que ellos utilizaron la técnica de “encuesta de panel”, la cual consiste en encuestar a cierto número de personas y después de vario tiempo, volver a aplicarle esa encuesta para ver si sus preferencias, gustos o respuestas han cambiado, pero para esta investigación lo que se utilizará será la

entrevista a profundidad para conocer en primera instancia los ideales de cada uno de los jóvenes directamente.

Pero como se mencionó anteriormente, uno de los propósitos de esta tesis fue involucrarse más personalmente en la vida de un millennial moreliano, además que una entrevista cara a cara te permite conocer la sinceridad del entrevistado, a diferencia de la encuesta de panel que es más abierta y general, y los encuestados podrían responder o no con total sinceridad como podría ser con la entrevista.

Capítulo I Redes sociales y jóvenes Millennials

Como introducción a esta investigación, en este primer capítulo se presentan las definiciones de los que parte el estudio: Red social y Millennials, quedando separados del concepto de “política”, que en el siguiente capítulo se verá, ya que se separó de acuerdo con categorías similares.

En primera instancia, es necesario dejar en claro que no podría concebirse una investigación sin antes examinar cuál es el objeto de estudio y comprender a qué nos referimos, por ello, este capítulo está enfocado en citar a diversos autores que tienen una diferente opinión de los conceptos o que comparten ideas, y con ello, enriquecer este trabajo.

Actualmente atravesamos un siglo que, si bien es marcado por diferentes aspectos políticos, sociológicos y culturales, se define también por tener una característica que se diferencia de siglos pasados: el crecimiento acelerado de la tecnología. Y dentro de esa tecnología apareció una nueva manera de comunicación entre las personas: Las redes sociales.

David Guiu, redactor del portal *socialethic.com* expresa que “las redes sociales no solo sirven para contactarnos con gente conocida, o con personas que no vemos hace mucho tiempo y necesitamos localizar; sino que también han pasado a ser una herramienta fundamental para las empresas de todo tipo como negocios multinacionales y PYMES, consultoras, y por supuesto, la política para un espacio de opinión pública” (Guiu, 2017).

A partir de esto, se explica la importancia de las redes sociales actualmente y cómo es que la población en general las ha adoptado como parte de su vida diaria.

1.1. Sociedad Red

Para contextualizar cuáles fueron los orígenes de las “redes sociales” e internet, se debe mencionar el concepto de la “sociedad red” como un antecedente directo, haciendo hincapié en que el término del que partirá este capítulo es referido sólo a medios digitales y tecnológicos. El término de “sociedad red” fue acuñado por Manuel Castells en 1999, definiéndola como:

“Una sociedad construida en torno a redes personales y corporativas operadas por redes digitales que se comunican a través de internet. Esta estructura social propia de este momento histórico es el resultado de la interacción entre el paradigma tecnológico emergente basado en la revolución digital y determinados cambios socioculturales de gran calado”. (Castells, 2009, pág. 230)

El autor nos explica que el siglo actual, gracias al avance acelerado de la tecnología, se caracteriza por el surgimiento de una forma de comunicación en el cual muchas personas sin importar el lugar o momento donde se encuentren pueden comunicarse con otras personas sin la necesidad de estar frente a frente, y también, para mantenerse informados casi inmediatamente después de que acontece un suceso.

“La continua transformación de la tecnología de la comunicación en la era digital pone al alcance de los medios de comunicación todos los aspectos de la vida social en una red que es al mismo tiempo global y local, genérica y personalizada según un modelo en constante cambio.” (Castells, 2013, pág. 143).

Es decir, después de la aparición de la tecnología como la conocemos ahora, existió un cambio en el pensamiento y formación en la sociedad donde se comenzó a percibir a la tecnología como una herramienta que facilitaría las actividades humanas, en especial, el funcionamiento que las personas le dan a la Internet.

De igual forma, Castells menciona que es una equivocación pensar que, con la aparición de la internet y las redes sociales, los individuos se han vuelto “menos sociales”, sino al contrario, estudios realizados han comprobado que en realidad son “más sociables”. Finalmente, con estos datos y aportaciones del investigador español, se puede entender que la sociedad red, nace de una revolución tecnológica basada en la información y el conocimiento.

Para él, las relaciones sociales que son naturalmente dinámicas adquirieron una nueva forma de actividad en el paradigma de la sociedad global. Estableciéndose, manteniéndose, cambiando o destruyéndose a un ritmo mucho más acelerado como resultado de la revolución en telecomunicaciones del siglo XX. Misma que orientaría a las sociedades intercomunicadas a escala planetaria hacía una revolución de la información y el conocimiento que generaría un nuevo tipo de economía caracterizada por:

1. Su carácter informacional, es decir, centrado en la generación y transformación de la información como elementos preponderantes de la actividad económica.
2. Su escala global, lo que le permitiría llegar como nunca antes a una escala planetaria con relaciones que alcanzan a prácticamente todo el mundo.
3. Su orientación a la horizontalidad, donde las organizaciones económicas poseen una alta integración, flexibilidad y operatividad en redes planas con jerarquías menos rígidas y gran interacción entre las células o partes y los nodos de vinculación.

Estas cualidades presentes en lo que Castells (2013) denomina la nueva economía modificarían prácticamente todos los aspectos de la vida social, desde las experiencias y formas de comunicación hasta los contenidos simbólicos asociadas a ellas, el poder y la experiencia. Cambiando no solo el mercado laboral, sino la vida cultural, política, y el consumo de las sociedades capitalistas.

1.2. Red social en internet

Ya vimos que uno de los antecedentes directos a “red social” es la “sociedad red”, pero ¿qué son en sí las redes sociales y cuál es su origen? En primera instancia, tenemos a Dana Boyd y Nicolle Ellison (2008), quienes, adentrándose más en el campo cibernético, hablan de qué son las redes sociales digitales, que conocemos hoy en día y que son usadas por millones de personas en todo el mundo.

“Las redes sociales son servicios de web que permiten a los individuos (1) crearse un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; (2) articular una lista de otros usuarios con los que se comparte conexión; y (3) ver y navegar en su lista de conexiones y las del resto de usuarios dentro del sistema.” (Boyd, 2008, pág. 211)

Luna, I. (2015, pág. 25), señala que las redes sociales “son una forma de interacción social en el que existe un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones, reconocido como un sistema abierto (afectado por el ambiente o quienes lo rodean) y en construcción permanentemente. Las personas y/o grupos que se encuentran en las redes se identifican por las mismas necesidades o problemáticas por lo que se organizan para potenciar recursos y buscar soluciones”.

Por su parte, Manuel Castells (2013, pág. 141), puntualiza a las redes sociales como “espacios vivos que conectan todas las dimensiones de la experiencia personal. Trascienden el tiempo y el espacio mientras siguen generando contenidos, creando enlaces y conectándose. Es un mundo constantemente interconectado en todas las dimensiones de la experiencia humana. También encontramos que “las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidos y absolutos desconocidos”, (Celaya, J. 2008, citado en Hütt, H. 2012).

Actualmente hemos visto un crecimiento en el uso de la Internet, en especial de las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, etc., por lo que según Rubén Vázquez, articulista de la revista *Forbes México*, “las redes sociales, nos gusten o no, han cambiado varios aspectos de nuestra vida diaria, a veces de manera tan discreta que no nos percatamos de su influencia”. (Vázquez, 2014).

A esta premisa se suma la conclusión de Harold Hütt Herrera (2012, pág. 9), en su artículo científico de la Universidad de Costa Rica, donde explica que las redes sociales “han implicado una revolución importante en el proceso de comunicación, debido al auge y el impacto que han generado en la sociedad. Es decir, cada día las personas tienen mayor curiosidad y disposición para utilizar este tipo de instrumentos que permiten el intercambio de mensajes de manera sincrónica y anacrónica, pero además interactiva”. Gloria Sedano (2012), articulista del sitio web *Webespacio*, expone que para que un sitio web pueda considerarse una red social deben tener las siguientes características:

1. Interacción: Permiten que una persona mantenga una intercomunicación con diferentes personas digitalmente.
2. Tiempo real: Las redes sociales permiten mantener una interacción con respuesta inmediata a diferencia de los blogs u otros sitios web en internet.
3. Viralidad de los contenidos: El sistema de redes de contactos hace fácil la propagación de contenidos, multiplicando exponencialmente su exhibición e influencia.
4. Lenguaje multimedia: Ofrecen una serie de opciones multimedia para que exista una interacción profunda entre los usuarios, por ejemplo, los recursos audiovisuales de texto, imagen, video, audio, gráficos interactivos, animaciones y los enlaces para comunicar.

Desde la aparición de las redes sociales se ha visto un cambio en las personas y el uso que le dan a la Internet, sobre todo en los siguientes ámbitos que señala Rubén Vázquez (2014), en la revista *Forbes México*:

1. Socialización: Uno es quien realmente quiere ser a través de la virtualidad. Las RRSS han cambiado la forma de socializar de las personas digitalmente ya que les permiten contactarse con personas a distancia, compartir publicaciones, opiniones y comentarios, además de interactuar con diversas personas que tienen gustos en común.
2. Movimientos sociales: Los medios sociales se han convertido en una herramienta perfecta para la organización de los movimientos sociales, debido a que pueden acercar a personas que tienen una misma postura frente a temas de interés social, permitiendo que

realicen acciones coordinadas y que compartan sus puntos de vista, fortaleciendo lazos que serían más difíciles de establecer en el mundo físico.

3. Información y entretenimiento: A la par que crecen las redes, se multiplica su contenido, sobre todo ahora que podemos tener acceso a fuentes de información y entretenimiento que en algunas ocasiones hacen un verdadero contrapeso a los medios masivos.

Según un estudio del Observatorio Nacional de Telecomunicación de la SI, ONTSI, (2011) clasifica a las redes sociales como directas e indirectas, en donde las directas son aquellas que prestan servicios a través de la Internet donde grupo de personas comparten intereses entre sí, en las cuales crean perfiles para gestionar información personas para formar relaciones con otros usuarios. El grado de privacidad de sus perfiles depende de la privacidad que los mismos internautas decidan tener.

A continuación, se muestra una tabla con la categoría de las redes sociales directas que según la ONTSI define en función del enfoque:

Según su finalidad	Según su modo de funcionamiento	Según su grado de apertura	Según el nivel de integración
De ocio	De contenidos	Públicas	De integración vertical
De uso profesional	Basada en perfiles personales o profesionales	Privadas	De integración horizontal
	Microblogging		

Figura 2. Categorías de redes sociales directas en función del enfoque, ONTSI, 2011.

- Según su finalidad
 - Redes sociales de ocio: El objetivo principal de esta categoría es el entretenimiento, ya que el usuario busca mejorar sus relaciones personales a partir de la interacción que se genera por medio de las redes sociales y perfiles de otros usuarios. Es decir, se busca potenciar las relaciones personales.
 - Redes de uso profesional: El internauta busca promoverse de acuerdo a su nivel profesional, es decir, aumentar su lista de contactos que tengan que ver con sus intereses profesionales.
- Según su modo de funcionamiento.
 - De contenido: Cada usuario crea publicaciones para compartir con otros usuarios. Estos contenidos generalmente suelen ser públicos para que más internautas puedan verlos.
 - Basadas en perfiles personales/ profesionales: Estas redes suelen usarse generalmente para describir su perfil personal y laboral donde es obligatorio tener un perfil que otros puedan mirar.
 - Redes sociales de microblogging: Suelen crearse publicaciones con restringido número de caracteres para la creación de contenido ágil y específico.
- Según su grado de apertura
 - Redes sociales públicas: Se utilizan por cualquier usuario que cuenta con acceso a Internet sin necesidad de pertenecer a una organización en concreto.
 - Redes sociales privadas: Se puede acceder a ellas sólo si el usuario pertenece a un grupo en específico cuyos intereses sean muy similares.
- Según su nivel de integración
 - De integración vertical: En ocasiones pueden ser de pago y sólo un reducido número de personas acceden a ella siendo aceptados por los creadores de estas redes.
 - De integración horizontal: Su empleo no está acotado a un grupo de usuarios con intereses concretos en una materia.

Algunos ejemplos de redes sociales directas, incluidas en el anexo del presente estudio, son: Facebook, YouTube, LinkedIn, MySpace, Fotolog, etc. Algunas de estas redes sociales suelen ser manifestadas por sí mismas de acuerdo a su “ubicuidad”, entendida como la capacidad conferida por las redes sociales directas a sus usuarios ya que permiten disfrutar a los mismos de un amplio conjunto de acontecimientos, eventos, sucesos, informaciones o comentarios sin que exista la necesidad de desplazamiento geográfico”, (2011, pág. 15).

Por otro lado, tenemos a las redes sociales indirectas cuya finalidad suele ser menos precisa debido a su enfoque y son aquellas “cuyos servicios prestados a través de Internet cuentan con usuarios que no suelen disponer de un perfil visible para todos existiendo un individuo o grupo que controla y dirige la información o las discusiones en torno a un tema concreto”, (Urueña, Ferrari, Blanco, & Valdecasa, 2011, pág. 16). Estas conexiones resultan ser los blogs y foros cuyas finalidades son crear conversaciones de discusión alrededor de un tema.

La evolución de las redes sociales tiene constante movimiento, no se habla de que eran igual como en un principio puedes al igual que las sociedades, se tienen que ir reformando de acuerdo a las necesidades, intereses y motivaciones de los usuarios.

En el mismo estudio de la ONTSI llevado a cabo en una Universidad de España, nos muestra cuál es el uso que le dan a las redes sociales los jóvenes:

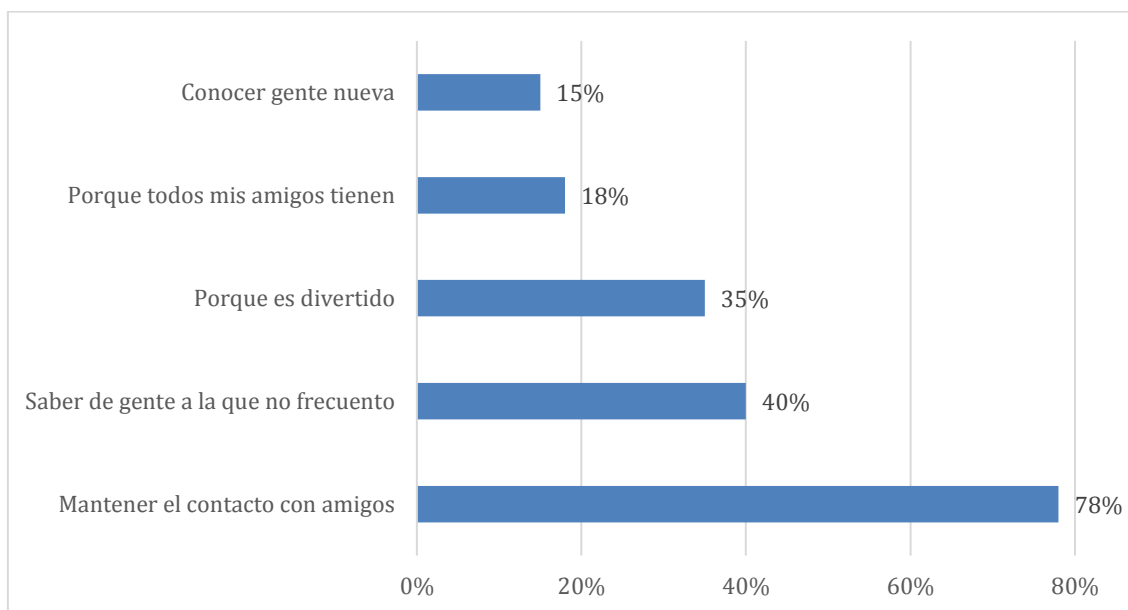


Figura 3. Uso de las redes sociales entre universitarios, Camilo José Cela, España, ONTSI, 2010

Como lo observamos en la tabla, el uso principal de los jóvenes en la Universidad de Camilo José Cela en España es mantener el contacto con sus amigos, lo que podría definirse como un medio de comunicación que les resulta sencillo para ponerse en contacto con su círculo social. En segunda instancia tenemos el mismo uso de medio de comunicación, pero con personas con las que no mantienen una relación tan frecuente, por lo que las redes les permiten saber de esas personas. Las otras razones son porque las consideran divertidas; porque todos sus amigos tienen redes sociales; y porque les permiten conocer gente nueva.

A continuación, se muestra una tabla que se cree es pertinente para este estudio, debido a que la ONTSI, realizó una encuesta a cibernautas donde la pregunta principal fue la influencia que existe en las redes sociales por parte de usuarios con los que tienen conexión. Explicado de otra forma: Usuarios que creen que hay personas o entidades en las redes sociales capaces de influir en los receptores de la información con solo transmitir un mensaje generando debate y repercusión.

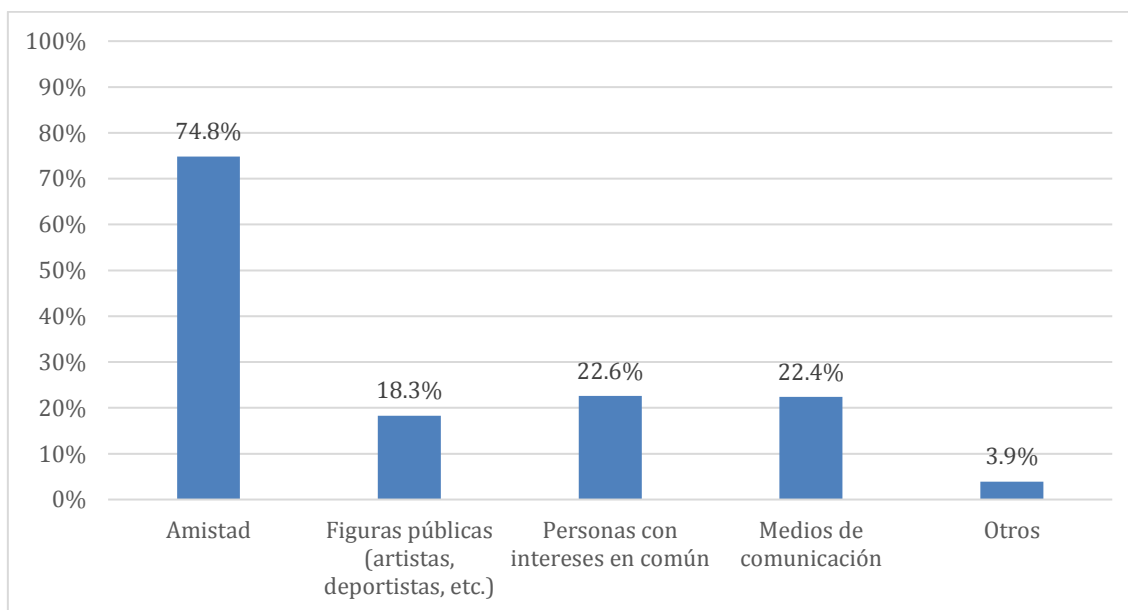


Figura 4. Motivos por los que influyen en las opiniones expresadas en redes sociales, ONTSI, 2011

El 78% de usuarios de redes sociales opinan que existen personas con capacidad de influencia en las redes sociales. Entre ellas, tres cuartas partes afirman que el principal motivo de esta influencia es la amistad. Seguido por influencias con personas que tienen intereses en común;

líderes de opinión como artistas, investigadores, y bloggers; y por último porque los consideran un medio de comunicación con acontecimientos relevantes a nivel general.

Manuel Castells (2013, pág. 143) nos habla de que las redes sociales son básicamente un negocio, dejando de lado el tema empresarial de los dueños de éstas, el investigador expone que este negocio se debe a que están basadas en vender libertad, libre expresión y sociabilidad que cada usuario escoge.

Así como hay partes positivas por parte de las redes sociales también existen riesgos y partes negativas, algunos de los internautas aseguran que estos riesgos principalmente se derivan de:

1. Suplantación de identidades: Creación de perfiles falsos.
2. Falta de privacidad en cierta medida por parte de las redes sociales, lo que permite que otros usuarios puedan “espíarlos”.
3. Uso adictivo en las redes y pérdida de tiempo.
4. Contenido irrelevante o maligno.

En el apartado de Facebook en específico se hablarán acerca de estas problemáticas como ejemplo de riesgos dentro de una red social y que pudieran afectar la finalidad para las que fueron creadas estos sitios, sin embargo, no se debe dejar de lado el hecho de que al ser redes globales, es claro que pueden existir estas problemáticas debido a que son millones los usuarios que las utilizan.

Como conclusión a este apartado podemos encontrar que, según la ONTSI, “los usuarios conciben las redes sociales como medios de comunicación con los que compartir todo tipo de información. Extienden y mantienen en el espacio virtual las relaciones existentes en la red social real y permiten ampliar ésta”, (2011, pág. 96).

Además de que la forma de relacionarse con el entorno ha cambiado como consecuencia de la existencia de las redes sociales. A continuación, se hará hincapié en la red social de la que parte este estudio: Facebook.

1.3. La red social Facebook

La base de este estudio radica en comprobar si los jóvenes millennials morelianos utilizarán las RRSS como un medio de elección al momento de votar por alguno de los candidatos a la presidencia de México en el 2018. Facebook nace propiamente en el 2004 gracias a la idea de Mark Zuckerberg, como un servicio para estudiantes de Harvard donde pudieran socializar, sin embargo, tiempo después, comenzó a crecer accediendo no sólo a Universidades y regiones de Estados Unidos, sino a diferentes países. Y con ello, se ha convertido en una de las empresas internacionales más famosas y ricas.

Para comenzar se enumerarán las razones por las que Facebook es considerada una red social de acuerdo a los argumentos comentados anteriormente del artículo de Sedano (2012), y los señalados por Rubén Vázquez (2014), en la revista *Forbes México*.

1. Permite mantener relaciones a distancia con diversas personas.
2. Permite la interacción desde diferentes contenidos multimedia como son: fotografías, videos, comentarios, etc., y con ello, se realizan diferentes publicaciones.
3. Además de informar, entretiene a los usuarios permitiendo la creación de páginas de interés para los internautas.

Una aportación importante que realizó *Notimex* (2015) en colaboración con el periódico *El Universal*, citando al director operativo de *Business Thinking*, Jorge Caramillo, es que éste último comenta que “el éxito de Facebook se debe a que fue concebido como un medio de comunicación y no como medio de entretenimiento”.

Encontramos también que el estudio de la ONTSI define a Facebook como “un área principal de trabajo en Facebook es el perfil, desde el que se puede ir configurando y añadiendo toda la información. Además de perfiles, existen grupos y páginas. Los perfiles y grupos están diseñados para personas físicas (éstas agregan contactos), mientras que las páginas son para las empresas o productos, (éstas agregan fans). Los grupos están diseñados para grupos de personas que tienen un interés común no teniendo por qué ser contactos entre ellos”, (2011, pág. 155).

Facebook tiene un límite de contactos para cada uno de los usuarios que pueden llegar sólo hasta los 5,000 amigos, pero las fan pages no tienen límite de usuarios, por lo que cualquier

número de personas alrededor del mundo puede unirse a ellas. Además, Se puede crear tres tipos de grupos: abierto (cualquier persona puede entrar), cerrado (el administrador decide quién puede entrar), y secreto (solo conocen el grupo los miembros e invitados). Entre ellos se pueden mandar mensajes privados o escribir en el muro. En el siguiente cronograma podemos ver los inicios de esta red social:

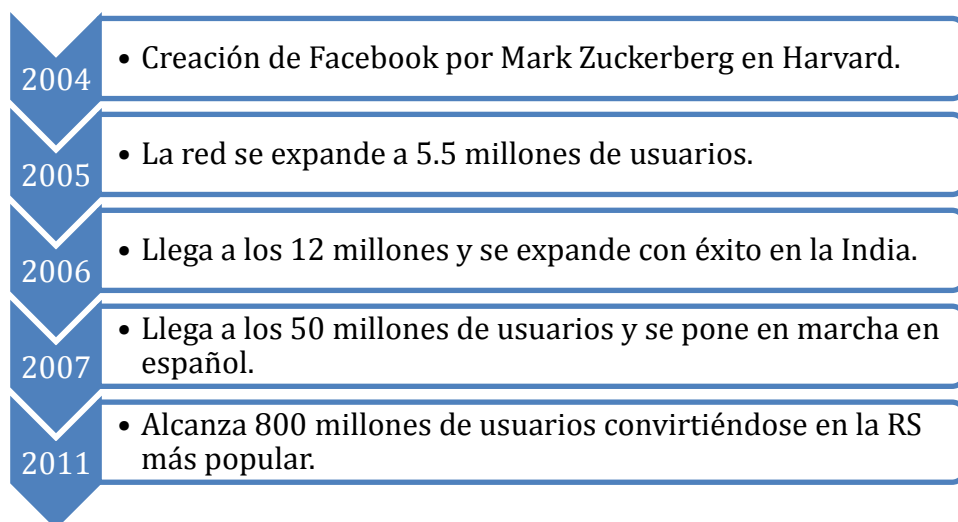


Figura 5. Cronograma de tiempo de Facebook, ONTSI, 2011

La misma investigación de la ONTSI revela los siguientes datos relevantes de la red social más utilizada por las personas a nivel mundial:

- Es la red social más grande del mundo (2.271 millones al 2019).
- Más del 50% de usuarios de internet activos, entran a esta red social a diario.
- El usuario promedio tiene sigue a 80 fan pages, grupos y eventos.
- El usuario medio comparte por lo general 90 contenidos como enlaces webs, historias, notas de blog, fotografías, videos, etc, al mes.
- Hay más de 70 traducciones en el sitio.
- El usuario promedio pasa mínimo 55 minutos al día dentro de Facebook.
- El 75% de los usuarios son fuera de los Estados Unidos.
- La mayoría de los internautas se conectan por medio de su dispositivo móvil.

Para concluir con este apartado del capítulo 1, el portal *Webempresa20.com* (2017) publicó un estudio que refleja cuáles son las redes sociales más utilizadas del mundo en el 2017, donde Facebook lidera esta lista seguida de Whatsapp, y YouTube. Teniendo 1.650 millones de Usuarios a nivel mundial.

En México, el 13° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México realizado por la Asociación de Internet.mx en colaboración con INFOTEC (2017), sostiene que Facebook también se mantiene como la principal red social con el 95% de uso por internautas mexicanos.

1.3.1. Presencia de Facebook en México

Las siguientes cifras e información fueron registradas por *INFOTEC* y la *Asociación de Internet.mx* en el 13° Estudio sobre los hábitos de los Usuarios en Internet de México (2017). Como ya se mencionaba anteriormente, Facebook se mantiene como la red social preferida de los mexicanos. En nuestro país, existen alrededor de 70 millones de personas que usan la Internet, alcanzando un 63% de penetración entre la población de 6 años en adelante. Del 95% de internautas mencionados en el subtítulo anterior, el 51% corresponde al género femenino y el 49% al masculino. En tanto, los usuarios se concentran en la zona del centro del país con un 26% de personas correspondiente al 100% de internautas mexicanos, destacando que, para fines prácticos de este estudio, Morelia se encuentra en esa zona.

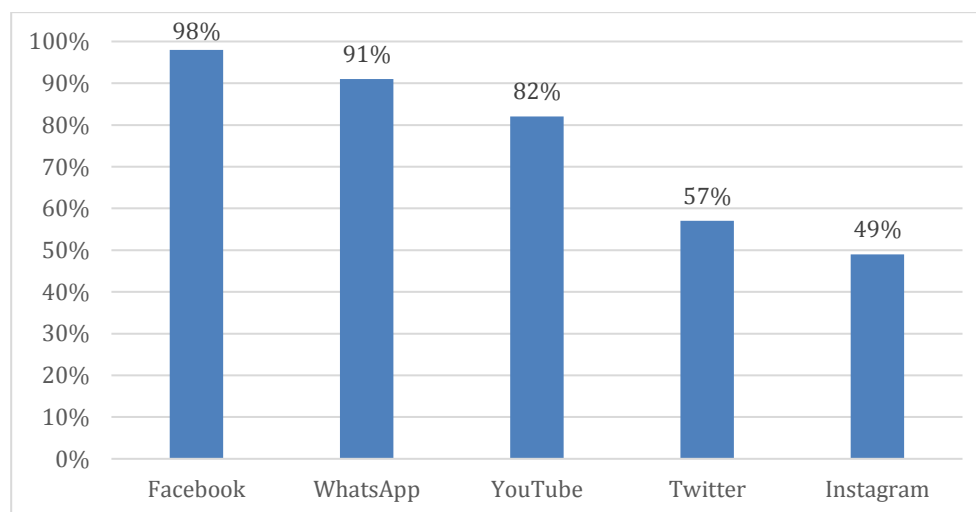


Figura 6. Las redes sociales más utilizadas en México, Martínez, 2018

Otra cuestión en estas cifras que es de importancia para este trabajo es que los usuarios mexicanos de internet que más utilizan esta herramienta tecnológica se ubican entre los 12 y los 34 años. El 18% de este rango de edades es de los 18 a 24 años de edad, que es el que corresponde a millennials, el segmento que se estudiará en esta tesis. También el mismo estudio, refleja que las RRSS “permanecen como la principal actividad en línea y que ganan terreno a actividades como la búsqueda de información”.

1.3.2. Riesgos de la información falsa en Facebook

Para este apartado es importante mencionar la importancia de los riesgos de la información falsa en Facebook debido a que en los últimos años se ha visto que existe un incremento de contenidos compartidos por usuarios de Facebook y que muchos de éstos resultan ser falsos. Sin embargo, para la finalidad de este estudio, en el 2018 se vio una serie de información acerca de las campañas políticas que circuló sobre todo por esta red social y que pudo ser falsa, pero aun así se viralizó. Como en todo medio de comunicación, en la Internet siempre existirá un riesgo de la información falsa que se comparta, sobre todo por sitios que no son confiables, y en Facebook no es la excepción.

Rodrigo Crespo, articulista del periódico digital *“Animal Político”*, publicó un artículo titulado “Noticias falsas: la desinformación en tiempos de Facebook y cómo detectarla” (2017), donde puntualiza que muchos de los usuarios de internet, en este caso de Facebook, comparten información sin leerla o sin fijarse en cuál es la fuente que la pública. “Nuestro comportamiento en redes sociales es muy similar a nuestra forma de elegir amigos. Seguimos únicamente a personas que comparten nuestros valores. Si no los comparten, los dejamos de seguir y listo”, comenta Crespo (2017).

Por su parte, Meike Zentgraf reportero del portal *“Made for minds”* (2016), plantea que “las redes sociales son el medio en el que las noticias se difunden más rápido. La reacción a acontecimientos se produce casi en tiempo real. Los usuarios reaccionan a las noticias en forma refleja y con un comportamiento emocional. En consecuencia, estados de ánimo como la indignación o la duda se propagan muy rápido”.

En este mismo contexto, Zentgraf (2016) cita al experto en Ciencias de la Información, Bernhard Pörksen, en Alemania, quien se refiere a este fenómeno afirmando que las redes sociales son una “red que actúa de forma nerviosa, que con poca provocación genera mucha reacción”. Así pues, la cultura popular de la red supone un terreno especialmente abonado para la difusión de falsedades.

Finalmente, Zentgraf (2016) concluye al manifestar que “Internet es más proclive a la noticia falsa que otros medios por dos razones: por la accesibilidad, que permite que cualquiera pueda crear un contenido falso, y por la viralidad de la propia red”.

Milenio.com (2017), publicó un artículo donde muestra varias iniciativas que Facebook ha tomado para que dejen de circular noticias falsas, “buscando formas de dar a los usuarios mejor contexto sobre las noticias, para que tomen mejores decisiones sobre qué leer, de qué fiarse y qué compartir. La red social les recuerda a sus usuarios que si se encuentran con noticias falsas se pueden reportar para promover que dejen de aparecer”.

En este rubro, encontramos también a Zigmund Bauman con su libro “Modernidad líquida”, (2004), quien acuñó los conceptos de “información sólida”, entendiéndose como aquella información verídica, estudiada y comprobada; y a la “información líquida” como aquella información no sustentada o confirmada, que tiene bases más parecidas al rumor o a posverdades.

El autor define a la posverdad como “tendencia en la generación de discursos, sobre todo políticos, que tienen como característica estar alejados de una objetividad sustentada en hechos verificables, y por el contrario, evocar más a cuestiones emotivas, de sentimientos y valoraciones que generan una opinión pública”, (2004).

Además argumenta que es más común encontrarse con información líquida que la sociedad no ponga en duda y que pudiera verse involucrada en nuevos canales de comunicación como las redes sociales:

“Esta tendencia penetra aún más en la sociedad contemporánea debido a las formas en las que la sociedad actual accede y consulta información para formarse opinión pública, proceso muchas veces mediado, y en algunos casos más de forma exclusiva, con la utilización de internet y las redes sociales. Con este fenómeno se va generando un proceso de información líquida que es consumida por gran parte de la población”, (2004).

1.3.3. Facebook: espacio de opinión pública

Para adentrarnos más en el tema central de esta investigación no se debe dejar de lado el concepto de opinión pública. D' Alamo (2010), citado en Luna Susunaga, (2015, pág. 10), expresa que “no se tiene una definición exacta de lo que es la opinión pública, ya que es un concepto y muchos a la vez, generalizarla sería caer en un cierto grado de error, la opinión pública toma el concepto que en el momento es útil para la sociedad, no está restringida a ningún tema en particular”.

Oscar Ochoa en su libro “Comunicación política y opinión pública”, argumenta que “en nuestra sociedad moderna, la política no puede hacerse ni llevarse a cabo en contra de la opinión pública o sin la participación de ésta. Los poderes públicos descansan sobre el consentimiento popular” (Ochoa, 2000, pág. 11). Según Peter Berger y Thomas Luckman, (1968, pág. 67) “el proceso humano de la opinión pública comienza en el ser y se desarrolla en el pensar, el querer y el ir.” Y para que exista una opinión pública se requiere:

1. Un objeto opinable en controversia, conocido y que tenga interés en muchos.
2. Un conjunto de personas interesadas que opinen lo mismo.
3. Implica conocer cómo opinan los demás, lo que exige que la opinión se manifiesta de algún modo.
4. La opinión implica toma de posición frente a otras posiciones, exige la existencia de varias opiniones diferentes; como en su esencia está la discusión, la opinión pública está siempre dividida; cuando desaparece la oposición se convierte en creencia profunda.

Iliana Luna (2015), plantea que “podemos decir que la opinión pública es tan vieja como la comunicación y que siempre ha existido, así surge desde las primeras relaciones”, por lo que se puede concluir que “la opinión pública se refiere a lo que un individuo o cierto grupo de individuos dice acerca de un comportamiento de la sociedad ante algún acontecimientos de orden público que le afecta o les afecta de alguna u otra manera a la misma, y de la cual se tiene un conocimiento previo” (p. 38).

No obstante, Kimura Tadamasu, (2017), redactor del portal *nippon.com* y experto en la opinión pública en Internet, comenta que “los debates sociales que se llevan a cabo en Internet

han pasado a denominarse “opinión pública en la red” y se tiene la noción, bastante extendida, de que este tipo de diálogo difiere de los intercambios convencionales en cuanto a sus tendencias”.

El mismo redactor concluye diciendo que “Internet se ha convertido en un espacio en el que se intercalan los medios de comunicación convencionales, los intermedios y las redes sociales; todos ellos conforman la plataforma en la que se desarrolla la opinión pública en Internet”. Por lo que expone un cuadro donde se representa mejor cuál es la trayectoria que sigue la opinión pública en la red y cómo es que las redes sociales interfieren en esta misma línea (figura 1). En esta figura, encontramos una semejanza con la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos. Primeramente, tenemos a los medios de comunicación que a través del periodismo generan noticias y contenidos que a su vez son publicados en medios de comunicación tradicionales y actualmente, en sus *fan pages* de redes sociales. Siguiendo esta trayectoria, llega a un receptor que emite comentarios generando así una opinión pública, en este caso en la web, mediante contenidos que se comparten y comentarios entre los mismos usuarios, formando debates acerca de la noticia.

Iliana Luna, (2015, pág. 40), también en su tesis argumenta que “con el desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación, se han establecido los medios de autocomunicación de masas conocido como el uso de redes sociales, ahí se crea un nuevo espacio público como menciona Castells (2009), ya que en este se vuelcan contenidos y demandas de los ciudadanos pues ya no solo recibe información sino que la propone, además de que nos permiten caracterizar este espacio público como un lugar de libre expresión”

Finalmente, Luna (2015, pág. 52), concluye comprobando su hipótesis acerca de que las redes sociales se han convertido en un nuevo espacio de opinión pública “por el simple hecho de que millones de personas tienen acceso a ellas, teniendo libertad de opinar y tomar decisiones sobre el rumbo de las cuestiones que surjan, volviéndose la ciudadanía, participante en todo momento de los problemas sociales”.

Pero, adentrándonos un poco en el tema de Facebook como la principal red social a nivel mundial, además de lo que expone Iliana Luna... ¿por qué es considerada un espacio de opinión pública? Bueno, es sencillo: al ser una red social que conecta a millones de personas para que interactúen entre ellos y permita que *fan pages* de noticias u otras de interés social generen

información, se comienza el proceso mediante el cual los usuarios comienzan a opinar y retroalimentar esa información, ya sea verdadera o falsa; y que da hincapié a lo que llamamos opinión pública.

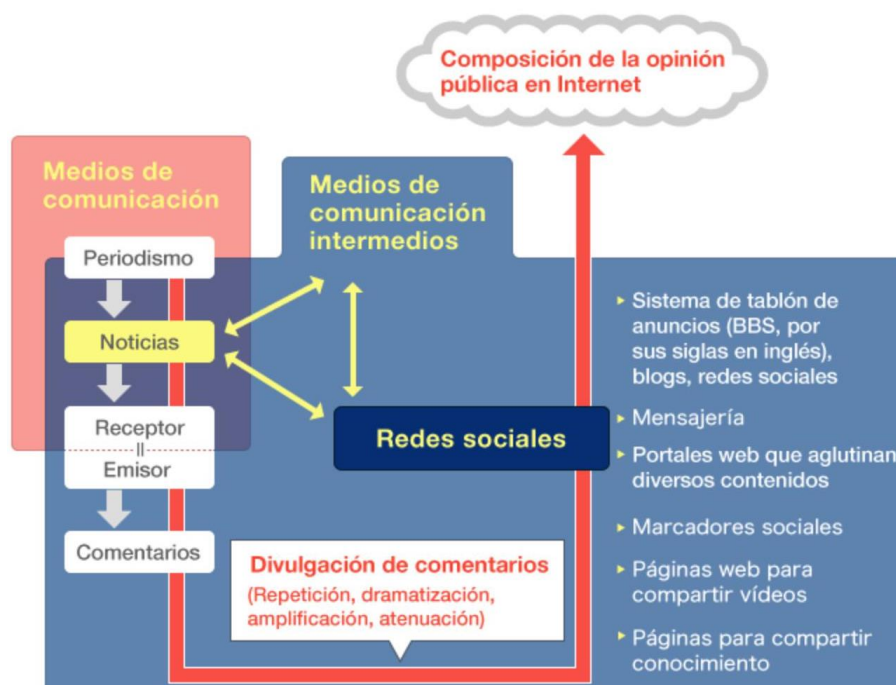


Figura 7. Sistema de composición de opinión pública en internet, Nippon.com, 2017

Y es importante para esta tesis debido a que en las elecciones del 2018 se creó una opinión pública en esta red social, ya sea por lo que los candidatos políticos publicaron en perfiles, lo que páginas políticas o de medios de comunicación de interés del público postean, o simplemente, por los comentarios y contenidos que compartieron los mismos internautas en sus perfiles.

1.4. Jóvenes Millennials

Otro de los conceptos importantes para la realización de este trabajo es el de “Millennials”, y debido a que se debe conocer de qué se está hablando al mencionar esta palabra a lo largo de la tesis, se comenzará a analizar diferentes definiciones, así como las características de esta generación. La Generación “Y”, mejor conocida como la generación del milenio o “Millen-

nial”, es la generación que sigue de la generación “X”. Aunque muchos autores no saben exactamente qué periodo comprende esta generación, podemos suponer gracias a diversas fuentes que su nacimiento se ubica en 1985 y finaliza a principios del año 2000.

“Esta generación se crió mayoritariamente en los albores de la comunicación digital: internet, telefonía móvil y redes sociales. Por lo tanto, sí es correcto afirmar que los millennials tienen un manejo diferente y exhaustivo de las tecnologías de la comunicación”, declara Santiago Benvenuto, redactor del portal *vix.com*. (Benvenuto, 2015). A continuación, se comenzarán a plantear algunas de las características que definen a la generación del milenio para comprender mejor su significado y con ello, adentrarnos en el tema del porqué son considerados una generación que no concibe la realidad y la vida diaria sin la tecnología. Antoni Gutiérrez Rubí (2017), articulista del periódico digital *Forbes México* declara estas características particulares de los millennials:

En primera instancia a lo anterior expuesto, una de las cualidades principales que hay que mencionar es la de “la era digital”. Gutiérrez-Rubí los define como “nativos digitales, se caracterizan por dominar la tecnología como una prolongación de su propio cuerpo. Casi todas sus relaciones básicas cotidianas están intermediadas por una pantalla. Para ellos, realidad y virtualidad son dos caras de la misma moneda.

Son sociables. Las redes sociales no son sólo un medio de comunicación para ellos sino una parte íntegra de su vida social. Consultar, compartir y comentar en ellas es la principal actividad que realizan a través de sus teléfonos inteligentes. Estos nuevos consumidores son activos y antes de comprar buscan y escuchan opiniones, generan y comparten contenidos y son muy sensibles a su experiencia online. Con respecto a lo anterior, el periódico digital *Expansión.com* (2014) también encuentra características similares al que Antoni de Forbes encuentra:

1. Poseen las últimas innovaciones tecnológicas y tienen una necesidad de estar conectados constantemente a Internet.
2. Tienen hambre de aprender y combinan el desarrollo de procesos antiguos con innovaciones que generan oportunidades de crecimiento propio.
3. Sus prioridades no son las mismas que las de la Generación X o los Baby Boomers.

Y gracias a la tercera característica que nos brinda *Expansión.com* es que se comenzará a ver cuáles son las diferencias de los millennials con generaciones pasadas.

1.5. Diferencias de la generación del milenio con otras generaciones

El periódico digital mexicano *Dinero en Imagen.mx* en colaboración con *Excelsior*, (2014) rescata diversos factores que unen y hacen diferentes a las generaciones que han pasado. “Los niños Baby Boomer nacieron entre 1946 y 1964, los niños de la Generación X nacieron entre mediados de la década de 1960 y principios de la década de 1980. La Generación Y o Millennials nacieron entre 1980 y 1999”.

Si bien cada generación comparte características y similitudes, también hay circunstancias o preferencias que las diferencian. El blog *generacionmillennials.science* (2017), resalta varias características y diferencias entre las generaciones que prevalecen principalmente en las siguientes:

1. La mayoría de la generación X tenía la ideología de vivir para trabajar, mientras que la generación Y prioriza el aspecto personal y tienen la ideología de trabajar para vivir.
2. A diferencia de otras generaciones la generación milenio no le da tanta importancia a las compensaciones monetarias sino más bien a los beneficios como demostración de valores.
3. La confianza en las instituciones se ha perdido en esta nueva generación y confían más ellos mismos, las generaciones anteriores tenían mucha confianza en las instituciones.

Para los fines de esta investigación se comenzará a hablar de una característica particular que le ha tocado vivir a cada generación mencionada anteriormente: el uso de la tecnología; en especial, el uso de las redes sociales actualmente.

Dinero en Imagen.mx (2014), menciona que “30% de los Boomers utiliza una red social, 11% visita una red social varias veces al día y 26% visita una red social sólo una vez al día. 50% de las personas que pertenecen a la Generación X usan una red social, 19% visita una red social varias veces al día y 29% visita una red social sólo una vez al día. 75% de los Millennials usa

las redes sociales, 29% las visita varias veces al día y 26% las visita sólo una vez al día”. Gracias a las características presentadas anteriormente se puede entender que los millennials además de ser una generación que han crecido con la tecnología y saben explotarla, también se le atribuyen otras características tanto emprendedoras como de pensamiento.

1.6. Los millennials y las redes sociales

Si una de las características principales de la generación del milenio es utilizar la tecnología como parte de su vida diaria, la Internet es una muestra de esta afirmación, pues como se mencionaba en estadísticas anteriores en la Introducción y el desarrollo de este capítulo, los millennials ven necesario el uso de la tecnología para que la realidad tenga un sentido. Ahora nos adentraremos en ver qué tanto utilizan las redes sociales y de qué forma son parte de su vida. Ana del Barrio, redactora del periódico español *El Mundo* (2017), explica que un estudio del Observatorio de Redes de la consultora *The Cocktail Analysis*, basado en una encuesta realizada a 480 jóvenes de 18 a 30 años, se descubrieron las siguientes cuestiones:

1. El 41% no puede vivir sin su móvil y un 65% tan sólo desconecta una hora al día. Esto se debe a una búsqueda de estimulación permanente, en la que los jóvenes no se quieren perder nada. Las redes se convierten así en un refugio mediante el que se evaden de la realidad y huyen de los territorios conocidos y repetitivos.
2. Facebook es sin lugar a duda, la red social favorita de los jóvenes, utilizada por el 85% de los usuarios. Para muchos millennials, Facebook representa "la vida misma". Desde allí construyen su relación con el resto de las redes. Facebook es valorado como un "segundo hogar".

Por otra parte, la articulista María E. Girón de la revista *Forbes digital* (2016), nos recuerda que “las redes sociales fueron inventadas por millennials y definieron un nuevo modelo de éxito para toda una generación. Para los millennials las redes sociales crean una nueva realidad y definen una dimensión nueva en sus vidas. Su adolescencia, su viaje al mundo de los adultos

está marcada por esta nueva forma de comunicarse. Han construido su identidad como personas en las redes sociales.”

Para finalizar, es importante recalcar que el uso de las redes sociales y la forma en cómo esta generación las utiliza, en especial Facebook, es de importante relevancia para el estudio puesto que el propósito principal es saber qué uso le darán a esta red social el siguiente año durante las elecciones presidenciales.

Capítulo II Política y comunicación

Este capítulo abordará la definición de varios autores acerca de “política” y “comunicación”, puesto que hablar de política incluye una serie de cuestiones para este estudio. Aunque el concepto de política tenga un trascendente camino en nuestra historia, actualmente se puede hablar de ésta como muchas formas, no simplemente con la banal definición que involucra a Instituciones gubernamentales, servidores públicos, campañas electorales, entre otros, y por dar un ejemplo.

Ciertamente cada persona tendrá su definición propia de acuerdo a la situación y contexto social en el que requiera hablar de ella. Sin embargo, para fines de esta tesis, es importante abordar en este punto que se requiere hablar de la política y comunicación ya que para comprobar o no la hipótesis, se les involucra en todo momento.

A la política se le mezcla debido a que se quiere comprobar si el grupo a estudiar se les ha involucrado por cuenta propia en las próximas elecciones presidenciales teniendo una decisión propia o se vieron persuadidos por sus familiares y allegados, sus “líderes de opinión”.

En tanto, al concepto de comunicación se ha ligado al estudio debido a que al incluir a un líder de opinión ,y centrarnos en la decisión de voto de los jóvenes millennials de Morelia, la comunicación está estrechamente envuelta, y es la base fundamental para la conclusión de esta investigación. Además de que en un apartado de este capítulo se habla de la teoría de la comunicación en dos pasos, para dar hincapié a la hipótesis propuesta.

2.1. El concepto de política

Como ya se mencionaba en un principio, la palabra “política” puede tener diversos significados dependiendo de la utilización y contexto en el que se esté involucrando. Para los propósitos de esta tesis, las definiciones que a continuación se citarán tienen que ver con la forma del quehacer social marcado por el gobierno y el poder que rigen un territorio, además de los procesos que ésta maneje buscando la correcta forma de organización en un Estado.

La política etimológicamente proviene del griego *polis*, cuyo significado se deriva en *ciudad*. Concibiendo a la ciudad como una comunidad que es integrada por un conjunto de personas en la cual se rige un gobierno. Así pues, la política es perteneciente al orden, acuerdos y asuntos relacionados con esa comunidad (Andrade, 1990).

El autor también nos habla de un comportamiento humano que se involucra con las cuestiones gubernamentales, el conocimiento de la colectividad y las decisiones que se han de tomar para un fin específico socialmente: una actividad social. En otras instancias, la política “aparece en la sociedad como un conjunto de interacciones individuales basadas en la capacidad humana de intercomunicación”, (1990, pág. 7). Finalmente concluye manifestando su definición de Política:

“Conjunto de fenómenos sociales que, mediante una operación de la inteligencia, podemos abstraer del conjunto general mediante el reconocimiento de ciertas características relacionadas con el poder, la influencia, el gobierno y la dirección de diversos grupos, que presentan en el seno de la sociedad y finalmente, de toda comunidad identificada como unidad.” (1990, pág. 7)

Tomando en cuenta algunas de las palabras del autor, como “poder”, “influencia” y “gobierno”, se debe hacer hincapié en que se ha tenido una evolución en la historia humana que ha permitido que este concepto que se está discutiendo en este trabajo tenga diversas funciones sociales fundamentales.

En el mismo contexto, encontramos la definición de Seldon y Pennance (1967), quienes abordan a la política como una “ciencia”, explicando que ésta estudia la relación entre los ciudadanos y el Estado. Entendiendo a los autores, podría decirse que ellos consideran a la política una ciencia debido a que ésta da explicaciones de fenómenos sociales y económicos que tengan

que ver con la forma de gobierno en curso. También abordando a la política como una ciencia, nos encontramos con Rosendo Bolívar quien en un artículo de la UNAM (1975), la define como un conjunto de cuestiones que van desde asuntos del Estado, la preservación del poder, una solución de problemas públicos y privados, entre otros.

Bolívar también explica que al hablar de política muchas veces nos topamos con la definición banal de concebirla como la manera en que se arreglan los asuntos de gobierno, sin embargo, se trata de una “disciplina autónoma e independiente, con una estructura sistemática y teórica propia” (pág. 47).

Encontramos también que la palabra política tiene significados negativos y que muchas personas lo desprecian debido a la relación que se tiene con Instituciones, funcionarios públicos, entre otros; Luis Salazar Carrión (2007), explica esto de la siguiente manera:

“Con frecuencia escuchamos decir que es una actividad sucia, polarizadora, engañosa, e incluso, peligrosa, propia de cínicos que sólo intentan sacar provecho personal ocupando cargos de autoridad (...); sin embargo, la política no aparece como una actividad conflictiva sino como otra que intenta lograr equilibrios y acuerdos difíciles a los antagonismos generados por una pluralidad irreductible de visiones del mundo e intereses en conflicto” (Salazar, 2007, pág. 19).

Así mismo, el autor señala que para comprender la ambivalencia del término, es necesario considerar su historia que se remonta a los conceptos filosóficos y teóricos, pues no solamente se le asocia con los significados connotativos negativos, sino también para comprender fenómenos y los desafíos que actualmente el concepto tiene que enfrentar.

En primer lugar, el autor señala que el término de política inició con Aristóteles en su libro que lleva tal título. Para finalizar con este apartado, es necesario enfatizar que en las diferentes definiciones mencionadas, los autores siempre mencionaron a la sociedad y una forma de gobierno que era el Estado, mencionando que hay una relación entre éstos para poder asegurar fines estables y positivos.

Encontramos entonces, que para que se dé esta relación y se logren los objetivos entre las dos partes, tiene que haber comunicación. Y a partir de esta premisa, se da paso al siguiente apartado.

2.2. El concepto de comunicación

Al igual que la política, la comunicación tiene un sin fin de significados que cambian de acuerdo al contexto en el que se quiera utilizar, sin embargo, a continuación, se darán las definiciones más precisas de lo que es la comunicación de acuerdo a los propósitos de este trabajo.

En primera instancia tenemos a Nisla Guardia de Viggiano quien en su libro *Lenguaje y Comunicación* (2009), define a la comunicación de la siguiente forma:

“Es un proceso interactivo e interpersonal. Proceso, en cuanto se producen etapas, e interactivo e interpersonal, porque ocurre entre personas y está compuesto por elementos que interactúan constantemente.” (Guardia de Viggiano , 2009, pág. 15).

Por su parte, DeFleur y Ball-Rokeach (1982), presentan a la comunicación humana desde cinco perspectivas: como un proceso semántico, neurobiológico, psicológico, cultural y social. Richard West y Lynn H. Turner (2004), definen a la comunicación como “la comunicación es un proceso social en el que los individuos utilizan símbolos para establecer e interpretar el significado de su entorno.” Los autores puntualizan que para que se cree un proceso de comunicación es necesario que haya interacción y que ésta esté en constante cambio para que, a su vez, sea dinámica. También nos mencionan que para que exista comunicación debe existir un receptor, un emisor y un mensaje.

Finalmente declaran que la comunicación no siempre se da de la misma manera, pues la cultura cambia y a su vez, las personas cuentan con diferentes herramientas para lograr una mejor manera para comunicarse, pues la sociedad nunca es estática. Por su parte, Manuel Castells (2013), determina a la comunicación de la siguiente manera:

“Comunicar es compartir significados mediante el intercambio de información. El proceso de comunicación se define por la tecnología de la comunicación, las características de los emisores y los receptores de la información, sus códigos culturales de referencia, sus protocolos de comunicación y el alcance del proceso”, (pág. 87).

Para entender de mejor manera lo antes citado, se debe ejemplificar el proceso de la comunicación, el cual en 1967 Frank Dance realizó y donde lo representa mediante una hélice o espiral.

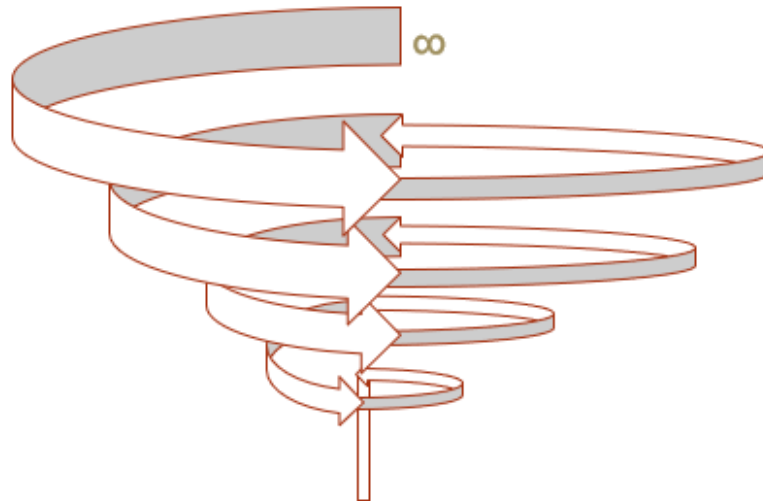


Figura 8. Proceso de la comunicación como una hélice de Frank Dance, Maraboto, 2014

Frank Dance creía que “las experiencias comunicativas son acumulables y que están influidas por el pasado. La comunicación puede considerarse un proceso que cambia a lo largo del tiempo y entre los interactuantes” (2004, pág. 6). Es importante mencionar este modelo debido a que todo proceso de comunicación siempre es dinámico y se va desarrollando por lo que se comunica en el presente el cual tiene un efecto que provoca que el proceso sea continuo y vaya ampliándose el campo de conocimiento.

Por otra lado, West y Turner mencionan que los teóricos de la comunicación crean modelos para un mayor entendimiento e importancia de cómo las personas interactúan. A continuación, se muestra el modelo Lineal, adaptado por Claude Shannon y Warren Weaver (1949), fue uno de los primeros modelos de comunicación en el que se mostró cómo es la interacción de forma básica.



Figura 9. Modelo lineal de la comunicación de Shannon y Weaver, West & Turner, 2004, pág. 9

Este modelo nos muestra una fuente de información, al que se le denomina como emisor; un canal, que es el medio en el que se transmite el mensaje emitido; y por último, un receptor que es quien recibe la información. Además de la existencia de ruido que es el que interfiere en primera o segunda instancia para que el mensaje no se reciba de la manera adecuada.

Sin embargo, este modelo de comunicación resulta un tanto simple debido a que los creadores hablan de que sólo se puede entregar un mensaje a la vez y no se tiene un inicio ni un fin definibles. Pero para este trabajo, sirve como base para el entendimiento de cómo funciona el proceso de la comunicación.

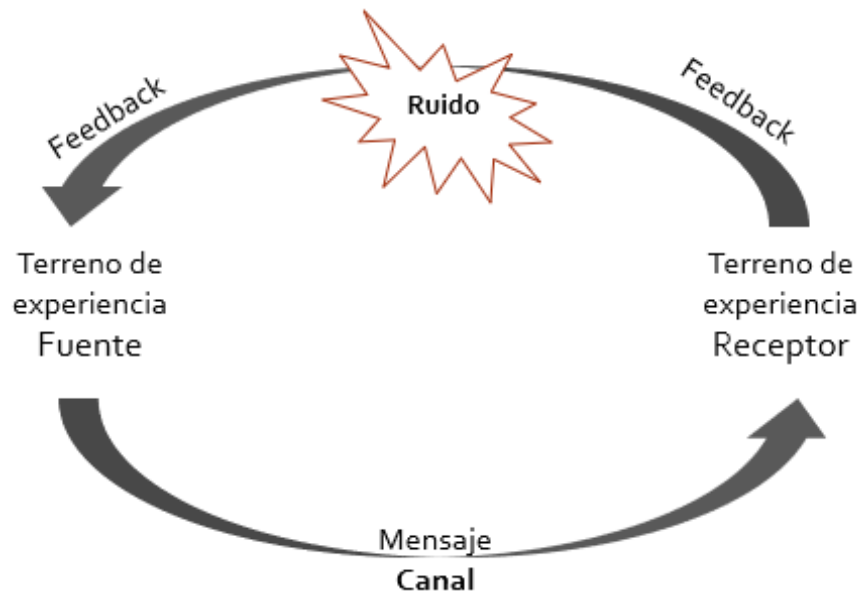


Figura 10. Modelo interaccional de la comunicación de Schramm, West & Turner, 2004, pág. 10

Posteriormente, se crearon diversos modelos como el interaccional propuesto por Wilbur Schramm en 1954, donde involucra a la retroalimentación y menciona que la comunicación siempre

está en constante movimiento entre un emisor y un receptor. Es decir: toda comunicación está siempre moviéndose gracias a la interacción que hay entre las personas. A continuación, se muestra:

Por otro lado, el modelo transaccional, también mencionado en West y Turner, y que fue creado por Barnlund en 1970, en la que nos explica que cada mensaje se crea siempre debido a otro mensaje que se emite o recibe. Y establece que en todo mensaje siempre se emplea tanto la comunicación verbal como la no verbal. “La comunicación transaccional nos pide que reconozcamos la influencia de un mensaje sobre otro. Un mensaje se construye sobre el anterior, así hay una línea de conducta que se va formando.” Ya definidos los conceptos centrales de los que partirá el estudio, se debe citar a continuación un concepto que une a ambas definiciones de política y comunicación: la comunicación política.

Estos modelos, con sus limitaciones y con las críticas que han acumulado a lo largo del tiempo son el gran referente del surgimiento de las teorías de la comunicación que eventualmente servirían de base para la disciplina de las Ciencias de la Comunicación y representan el modelado de la estructura conceptual que nos permite entender los alcances y limitaciones del estudio de las redes sociales como medio de comunicación humana y forma de establecimiento de vínculos entre las personas.

2.3. Comunicación Política

El concepto de comunicación política tiene una definición difícil de entender puesto que se compone principalmente de la comunicación entre un gobierno y su sociedad, además de un correcto entendimiento con los medios de difusión. Ochoa (2000), comenta que la comunicación política ha surgido después de una serie de conflictos sociales donde la política, la comunicación y la sociología han sido los principales protagonistas. El autor define así el concepto:

“Es el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político. Si el ser humano es político por naturaleza, la comunicación que establece constituye un acto público de orden político, por lo que todo acto humano trasciende y se ve afectado por lo social, con el propósito de establecer relaciones de poder”, (Ochoa, 2000, págs. 4-5).

También aborda que la comunicación política contribuye con su conocimiento para que la realidad tenga un entendimiento y armonía entre diferentes escenarios sociopolíticos y que tiene a constituirse de varias herramientas que facilitan su labor como, por ejemplo:

1. La opinión Pública: Como su nombre lo dice, es la opinión de todo aquel ciudadano hacia un asunto de interés común, principalmente atañe a los asuntos políticos.
2. El análisis de contenido de los mensajes: El estudio de aquellos mensajes emitidos por el sector gubernamental.
3. El liderazgo y los grupos de poder: La relación creada entre los líderes de poder quienes llevan un orden social a través crear una comunicación para lograr entendimiento.

También, encontramos a Wolton (1988), que define a la comunicación política como “el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política: los políticos, el mundo del periodismo y la opinión pública”.

Entre otros, son algunas de las áreas de la comunicación política que ayudan a que ésta resulte favorable al momento de ejercerla. Más adelante, Ochoa menciona que entre más habitantes haya en una ciudad, más compleja se vuelve esa sociedad, es entonces donde los modelos de comunicación mencionados en el apartado anterior entran para desempeñar un papel fundamental entre el político y el ciudadano.

“La política tiene como fin el bien público, basado en la toma de decisiones que resulta de un poder o legitimidad, esto se conoce como el arte de gobernar. La comunicación se requiere para tener conocimiento de la situación, recolectar datos, intercambiar signos, señales y símbolos que ayuda a la toma de decisiones, y es requerida en dos niveles: el primero hace referencia a visibilizar la legitimidad del poder en la sociedad, y el segundo para dar conocer o comunicar las decisiones a fin de ser asumidas y entendidas por los gobernantes”, (Canel, 2006).

Según, María Irma Hernández (2013), dicha definición destaca varios elementos que se pueden encontrar en otros autores, como la actividad comunicativa, la interacción, el intercambio de

mensajes y la toma de decisiones (ejercicio del poder), que influyen en “una comunidad induciendo a los protagonistas (sean estos políticos, instituciones, medios o ciudadanos) a ejercer un papel dinámico para generar mensajes que brinden credibilidad. Si bien es cierto que la comunicación interviene para los resultados o efectos del segundo, ambos tienen como objetivo el ejercicio del poder”, (pág. 37).

Dicha autora puntualiza que dentro de la comunicación política se derivan actividades comunicativas utilizadas en un proceso político donde se da legitimidad al poder que una persona o Institución desea ejercer, todo esto para tomar decisiones basadas en la interacción y negociación entre la sociedad.

El factor comunicativo toma entonces relevancia conformándose por un medio transversal que ayuda a ejercer el poder sobre la comunidad. Para llevar a cabo este tipo de comunicación es necesario generar una estrategia que identifique cuáles son los objetivos que se quieren seguir debido a que cada grupo de personas tiene un diferente papel y necesidades.

En la siguiente figura encontramos una adaptación de los investigadores Assifi Y French donde definen a los elementos de una estrategia de comunicación política como “combinación de métodos, mensajes y enfoque por medios de los cuales el planificador busca alcanzar los objetivos de comunicación”, (1991, pág. 49).



Figura 11. Estrategia de comunicación política, Assifi y French, 1991

Así mismo, María Irma Hernández (2013, pág. 40), señala que “la estrategia el marco o eje transversal que guía los mensajes, acciones y enfoque elegidos en consenso por el líder político

y su equipo de campaña, mediante un proceso deliberativo y participativo que determine el cómo se debe responder a las exigencias del proceso electoral para lograr el voto de los electores y ejercer el poder legítimo otorgado por los votantes”.

Además, la autora comenta que con el surgimiento de las TIC, debido a las características que tiene sus plataformas de comunicación, se enfatiza más el uso de la personalización de la política, observando páginas en redes sociales que resaltan el personaje político, “provocando un cambio en la relación político-ciudadano, que promueve la participación y el diálogo directo entre ambos actores, entre las personas; además de crear la cercanía que en otros medios es más difícil de lograr”, (pág. 42).

La comunicación política en campañas electorales, entre otro de sus objetivos, tiene como base el ayudar al candidato a empatizar con sus seguidores y a conseguir votos de la sociedad, con ayuda de los medios de comunicación masivos para que sus mensajes lleguen a más número de personas, es decir, teniendo un mayor alcance que el que puede lograr en persona.

2.4. Campañas políticas

Actualmente los mexicanos tenemos un concepto negativo al momento de referirnos a tres conceptos: funcionarios públicos, partidos políticos y campañas electorales. Si bien, todo esto se remonta al mal manejo del gobierno en donde éstos tres protagonistas se involucran, también hay que tener en cuenta que la palabra “política”, como lo vimos al principio de este capítulo, no sólo se define por algunos conceptos como los anteriormente mencionados, sino va más allá de ellos, y la política por su propia mano, es una cuestión que cada ciudadano de cada territorio tiene que tener y saber comprender para no tomarlo con un significado malo.

En 2006, la Dirección General del Archivo Histórico y Memoria Legislativa del Senado de la República de México, publicó un boletín informativo donde expone y define a las campañas electorales de la siguiente manera:

“Las campañas electorales son una práctica contemporánea que al finalizar el siglo XIX empezaron a penetrar en las prácticas políticas nacionales y en el siglo XX se convirtieron en una necesidad” (2006).

Por otro lado, y teniendo menos la presencia de una Institución pública que nos dé una definición; encontramos el sitio web <http://aceproject.org/> el cual define de la siguiente manera una campaña política:

“Las campañas electorales son esfuerzos competitivos hechos por los candidatos y los partidos políticos para ganar el apoyo de los electores en el periodo que precede a una elección. Los candidatos recurren a una diversidad de técnicas para atraer votantes, desde comparecencias en público y mítines hasta el uso de publicidad en los medios masivos de comunicación” (2016).

Es importante definir la palabra “campaña política”, pues como lo presentamos en la introducción de esta tesis, muchas veces la palabra política se mal entiende y tiene un contexto negativo que es atribuida por la sociedad.

Para fines de esta investigación se debe hacer hincapié en que, al mencionar a las campañas políticas dentro de un apartado, es porque, aunque no vayamos a analizarlas, tienen un impacto en este año electoral para las personas del país. En este caso: los millennials, su familia, amigos íntimos, líderes de opinión, y por todo lo que pudieran encontrar en Facebook.

Lograr los objetivos de campaña parecieran ser enormes retos sobre todo porque el candidato está expuesto a un número de personas muy grande a quienes el mensaje emitido podría no parecer o concordar del todo con la gente; y se han puesto en marcha diferentes canales por los que un candidato puede lograr su cometido de alcance, como las redes sociales. Por ello, Canel (2006), expone un proceso donde manifiesta que hay fases dentro de un marco estratégico para crearse una campaña electoral adaptándose a un formato digital.

En dicho proceso se proponen cuatro fases: fase de análisis, fase de planificación estratégica, fase de ejecución y fase de evaluación:

1. La fase de análisis consiste en realizar una investigación sobre los votantes o el segmento al que se le va a exponer el mensaje. Esta etapa es esencial para determinar la estrategia de comunicación.

2. La siguiente etapa es la planificación estratégica, la cual resulta ser la fase donde se exponen elementos como diagnóstico estratégico y donde se definen los posibles escenarios, como alianzas, medios de comunicación que se utilizarán, y la línea que los mensajes tendrán.
3. La fase de ejecución tiene como objetivo poner en marcha la estrategia planeada en un tiempo determinado.
4. Y por último la fase de evaluación es cuando se comprueban los resultados obtenidos gracias a la estrategia que se planteó para así analizar los errores o por su contrario: los beneficios que se obtuvieron.

Hernández (2013), comenta que a pesar de que este proceso pudiera siempre sugerirse al momento de realizar una campaña electoral, siempre existen cambios en la forma de ejecución debido a que ahora ya no sólo los medios de comunicación tradicionales son los encargados de emitir diversos mensajes, ahora también existen otras plataformas que presentan las TIC, como las redes sociales, y que aportan beneficios al momento de ejecutar las estrategias políticas.

Además, señala que “Por lo tanto, ameritan otro tipo de tratamiento, que conlleva a una comunicación multidireccional enmarcada en una estratégica que rijan los mensajes, las acciones y el enfoque que se tomará durante el proceso electoral. En ese sentido, es necesario señalar la importancia que tiene el conocer la naturaleza de cada medio a utilizar durante un período de campaña electoral, y las redes sociales, como ya se mencionó, potencian un enfoque de ciberdemocracia”, (pág. 48).

Consecuentemente a esto, se encuentra al autor Germán Espino (2007), que comenta que “poco se toma en cuenta que las campañas y/o los medios no pretenden unidireccionalmente influir en el elector, sino que las campañas y los medios comienzan por investigar las necesidades y expectativas del público elector; de esta manera, la influencia no es unidireccional sino que es una lucha por dominar la agenda, una lucha por el proceso de significación, una lucha de poder”, (pág. 18).

A lo que Germán Espino se refiere es que en cada proceso electoral, los políticos toman diferentes discursos analizando a la audiencia y utilizan las necesidades de la gente para poder influir en su decisión de voto:

“Además, actualmente muchas corrientes de la ciencia política están coincidiendo en aceptar que los entes ahora aceptan que los individuos no son tan fáciles de predecir como se había supuesto y, por tanto, estas tradiciones se reformulan para reconocer la capacidad de agencia de los sujetos”, (Espino, 2007, pág. 19).

Espino aclara que no se está argumentando que los medios de comunicación y las campañas electorales carezcan de influencia en la población. Lo que está tratando de exponer es que se cree que el poder es el objeto y es algo que se posee de manera permanente, pero al contrario, es cambiante en cada circunstancia y lugar, por lo que muchos autores reconocen que los esquemas tradicionales resultan insuficientes y sugieren que se deberían buscar nuevos esquemas que cumplan con las necesidades de la población a la que se va a llevar a cabo las campañas políticas, es decir, se debe estudiar con firmeza.

2.5. Teoría de la influencia personal

Esta teoría fue planteada por Paul Lazarsfeld en el año de 1955 en donde se proyecta y descubre que la comunicación y retroalimentación existente entre los medios de comunicación y las decisiones de las personas no son los únicos factores que hay, sino existe un factor muy poderoso al que no se le había tomado en cuenta: la influencia personal.

¿Qué quería decir esto? Lazarsfeld al referirse a una influencia personal decía que era un elemento que convive con las personas diariamente y que es como una plática o contacto con terceros que tiene más influencia en la toma de decisiones, que aquellos quienes se exponen a los medios de comunicación como la televisión.

A estas personas que tienen una influencia entre otras las denominó “líderes de opinión”, y las catalogó como personas quienes, a pesar de no ser parte de los medios de comunicación, tienen un conocimiento en los temas que día a día son debatidos por las personas, tales como la política.

“Utilizando una sofisticada metodología de encuesta de panel, Lazarsfeld encontró que los medios de comunicación masiva no tenían una influencia decisiva en los votantes, sino que éstos

eran persuadidos mayormente por miembros de sus grupos primarios o de referencia, a los que consideraban un líder de opinión”, (Lozano-Rendón,2007, pág. 28).

Es titulada también como teoría “de la comunicación en dos pasos”, pues se construyó un marco teórico en el que el líder de opinión sería conformado como un “segundo paso” entre el mensaje y la audiencia, construyendo una influencia significativa. El siguiente esquema muestra de qué manera fluye la comunicación según esta teoría:

1. De los medios de comunicación hacia los diferentes líderes de opinión.
2. De los líderes de opinión hacia las personas que no tienen un conocimiento acerca de ese tema.

Por otro lado, Charles R. Wright trata de dar una lógica a esta teoría abordando que los mensajes que los medios de comunicación transmiten no siempre llegan directamente a todos los miembros de un auditorio y es más bien un proceso de dos etapas: Primero llega a una capa de la sociedad, los llamados líderes de opinión o influyentes quienes a su vez pasan el mensaje en forma oral a aquellas personas que los siguen y ven como una figura sabia y erudita.

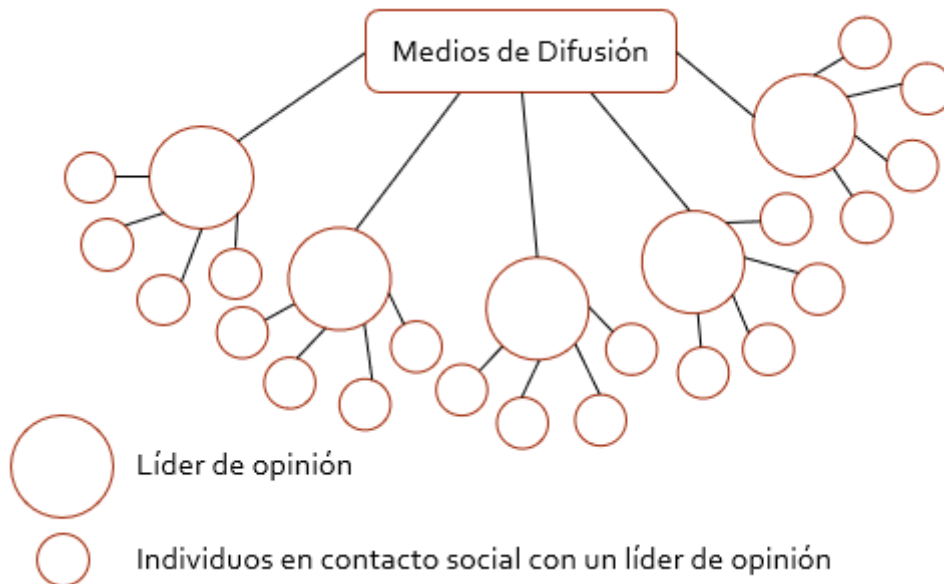


Figura 12. Modelo del flujo de la comunicación en dos pasos, Lozano-Rendón, 2007

Paul Lazarsfeld bajo la duda de por qué las personas se deciden en votar en la forma en la que lo hacen, durante las campañas presidenciales de 1940 en Estados Unidos, introdujo un método de investigación llamado: Técnica de pádel.

Wright comentó que era importante investigarse de cerca cómo opera la teoría de la influencia personal en varios segmentos de edad en tiempos de crisis históricas para ver si todos cumplen con las mismas características referentes a un líder de opinión y la toma de decisiones e influencia personal.

“Este estudio mostró repetidamente que la gente vota en grupos, en el sentido de que las personas que pertenecen a la misma Iglesia, familia, club social y grupos institucionalizados similares tienden a votar en forma semejante” pág. 69.

Charles expone que esto se explica de forma sencilla: La semejanza de decisión de los grupos sociales similares radica en que viven en condiciones sociales y económicas parecidas, lo que tiende a compartir necesidades e intereses iguales. El autor define a un líder de opinión como “aquellos individuos que a través de sus contactos diarios influyen sobre otros en lo que se refiere a la formación de decisiones y opiniones y no siempre serán aquellos que estén en una posición social privilegiada, cada estrato tiene sus propios líderes de opinión.”

Es importante resaltar que de esta teoría partiremos en gran medida para averiguar por el comportamiento electoral y político de los jóvenes millennials, considerando que hoy en día lo que se supone que utilizan principalmente son las redes sociales, la Internet y la tecnología, en vez de los medios de comunicación tradicionales.

También se debe abrir la puerta a un nuevo contexto para ver la transformación de un líder de opinión a como vive hoy en día y gracias al portal digital de Randstand.com (2015), encontramos que un líder de opinión es una persona que “ejerce una mayor influencia por su estatus de experto y fuente fiable”, lo que en otras palabras quiere decir que tiene un nivel de carisma ya sea de tacto personal o al hablar, y es por ello que las personas lo escuchan y siguen, demostrando que para ellos es un agente de información confiable.

Para Lazarsfeld y Katz, citados en Lozano-Rendón (2007), un líder de opinión tiene que ser reconocido y funcionar como un “representante” de algún grupo social, además de tener

conocimientos profundos de algún tema en específico y tener fuentes confiables al momento de mostrar su opinión especializada, además de comunicar de forma eficaz sus ideas y mensajes.

En la siguiente figura podemos ver las diferentes formas que existe actualmente de un líder de opinión tomando en cuenta ciertas características de cada uno pero sin dejar de lado que estas maneras de definirlo resultan tener el mismo significado:



Figura 13. Diferentes formas con las que se han nombrado a los líderes de opinión en el tiempo, elaboración propia realizada a partir de un análisis de líder de opinión e influencer, 2019.

Un experto podría catalogarse entonces como una persona que además de tener ideas claras y concisas acerca de algo, también demuestra tener las habilidades para alguna actividad en la que esté dedicado, por ejemplo: Un doctor puede considerarse como un experto ya que estudió para ser médico y tiene los conocimientos generales y especializados acerca de la anatomía humana, no se le cuestiona acerca de sus erudiciones precisamente porque es un doctor y damos por sentado que sabe de lo que nos habla al momento de examinarnos y recetarnos en caso de alguna enfermedad. Resulta ser para nosotros un líder de opinión en el tema específico de la salud humana y no le cuestionamos al respecto.

En cambio, pudiera notarse que un líder de opinión no sólo puede ser una persona que tiene conocimientos en alguna actividad en específico que realice, sino en varios temas en general como política, cultura, economía, etc.

Pero, un Influencer puede llegar a tener el mismo alcance que un líder de opinión común que podemos observar en los medios de comunicación tradicionales como la radio o televisión, a excepción de que ahora su influencia ha evolucionado hasta llegar a las redes sociales, plataformas digitales que son gratuitas y pudieran parecer que son más interactivas para las personas que los escuchan o ven. Un ejemplo de ellos, las personas que tienen un gran número de seguidores en Facebook o canales de Youtube y que suben contenidos relevantes para personas que

tienen gustos similares a los de ellos y que a final de cuentas crean credibilidad con esos contenidos que comparten.

Chantal Parlange, redactora del portal Endor (2018), los define como personas activas en redes sociales cuya función primordial es de mercadotecnia, pues ayuda a las marcas reconocidas a seguir formando branding de las mismas; así que dado esto, se puede hablar de ellos como un líder de opinión de la nueva era que se encuentra presente sobre todo entre los jóvenes y todos aquellos que utilizan redes sociales.

Capítulo III Las elecciones presidenciales del 2018.

La política en México siempre será un tema que será polémico entre la sociedad mexicana. Actualmente nuestro sistema político tiene diversos retos que enfrentar debido a situaciones críticas que el país atraviesa interna y externamente. En cuanto a temas electorales, el comportamiento electoral es algo que ha de estudiarse constantemente, sobre todo cuando se está a punto de elegir un nuevo gobierno pues la sociedad va cambiando de decisiones y las nuevas generaciones traen consigo diversos ideales decisivos en los procesos de voto.

En las elecciones del 2018 se elegirá presidente de la República, 128 senadores y 500 diputados federales, además de 2818 autoridades locales. El panorama político que vivirán los más de 120 millones de mexicanos tendrá que ser decisivo al momento de elegir a algún nuevo gobernador.

Y en este sentido, “El candidato o candidata que quiera llegar a Los Pinos en 2018 deberá ganarse el apoyo de buena parte de los 14 millones de jóvenes que votarán por primera ocasión en la próxima elección federal”, (Hernández S. , 2017).

Es aquí donde en el presente capítulo abordaremos cuál es la situación política de México al 2018, tomando en cuenta las elecciones nacionales, y el comportamiento electoral de los jóvenes en México para así mismo comenzar con la investigación de los objetivos de esta tesis.

3.1. Panorama de la participación política de jóvenes mexicanos

La participación de los jóvenes en cuanto a la política es importante de estudiar, pero no se ha profundizado adecuadamente. Hoy en día hay autores que reconocen que la juventud es un bloque importante para analizar dentro de la política ya que existe constante cambio en las actitudes de éstos.

Sin embargo, “jóvenes no son iguales, aunque compartan el mismo rango de edad biológica porque tienen intereses distintos, sus posturas religiosas, ideológicas y políticas los llevan a ser una población heterogénea y a relacionarse de distintas formas con el mundo que los rodea”, (Aguilar J. , 2017).

Siguiente este concepto, los jóvenes hoy en día viven en una época distinta a la de sus antecesores, principalmente en un contexto político distinto donde la opinión y participación política ha tomado fuerza que la que había en décadas pasadas. Jesús Aguilar López (2017), plantea que la participación electoral es la forma más común de reconocer que se tiene “participación política”, sin embargo, existen otros factores que también se deben tener en cuenta al momento de responder a algún acto público o política.

Un ejemplo de ello, y una buena forma de partir con el planteamiento de este subtema, es el movimiento “Yo soy 132”, un movimiento encabezado por jóvenes universitarios de escuelas públicas y privadas que inició como una forma de “democratizar” los medios de comunicación para rechazar la imposición mediática de los candidatos a la presidencia en las elecciones presidenciales del 2012, en especial, del candidato Enrique Peña Nieto, quien fue después presidente de México de 2012 a 2018.

Otro movimiento donde se tiene como hecho histórico en la participación política de los jóvenes mexicanos es el movimiento estudiantil de 1968, en donde además de estudiantes de diversas universidades nacionales, se unieron también personas de diversos estratos en contra del gobierno autoritarista de Gustavo Díaz Ordaz.

Ambos movimientos se caracterizaron por manifestar la inconformidad ante las situaciones que atravesaba el país; esto puso a los jóvenes como un importante sector a estudiar debido que revelaron su preocupación ante las crisis del país, pues fueron y serán la generación que heredará tanto los beneficios como las problemáticas que México enfrentará en un futuro.

Para fines del presente estudio, la participación electoral de los millennials será la principal a analizar por ello en las entrevistas que se realicen, y es importante plantearse la siguiente pregunta: ¿cómo es entonces el comportamiento y participación política y electoral de los jóvenes mexicanos? En recientes estudios podemos encontrar el de la Encuesta Nacional de Cultura Política de los Jóvenes 2012 (ENCPJ 2012), en el que se realizó un análisis de la relación de los ciudadanos con el poder público en el contexto de las elecciones presidenciales del 2012.

El propósito principal de la investigación fue explicar por qué y cómo participan los jóvenes en las elecciones presidenciales como votantes, ya que, como ciudadanos, tenían el poder de decidir. En dicho estudio se encontraron las preferencias políticas de jóvenes urbanos de entre 18 y 29 años por partidos políticos y se identificó por qué algunos jóvenes decidieron no votar.

La población objetivo estuvo integrada por 76 ciudades y áreas metropolitanas con aproximadamente una muestra de 3250 entrevistas entre las cuáles se encontró las preferencias políticas de los jóvenes y las causas del por qué no acudieron a votar el 1 de julio de 2012. En este rubro se encontró que el 30.4% de los entrevistados registró tener preferencias por el Partido Revolucionario Institucional (PRI); 18% por el Partido Acción Nacional (PAN); 19.6% por el Partido de la Revolución Democrática; 9.1% por otros partidos políticos; y el 22.9% corresponde a aquellos jóvenes que puntualizaron no tener ninguna afinidad ni preferencia política.

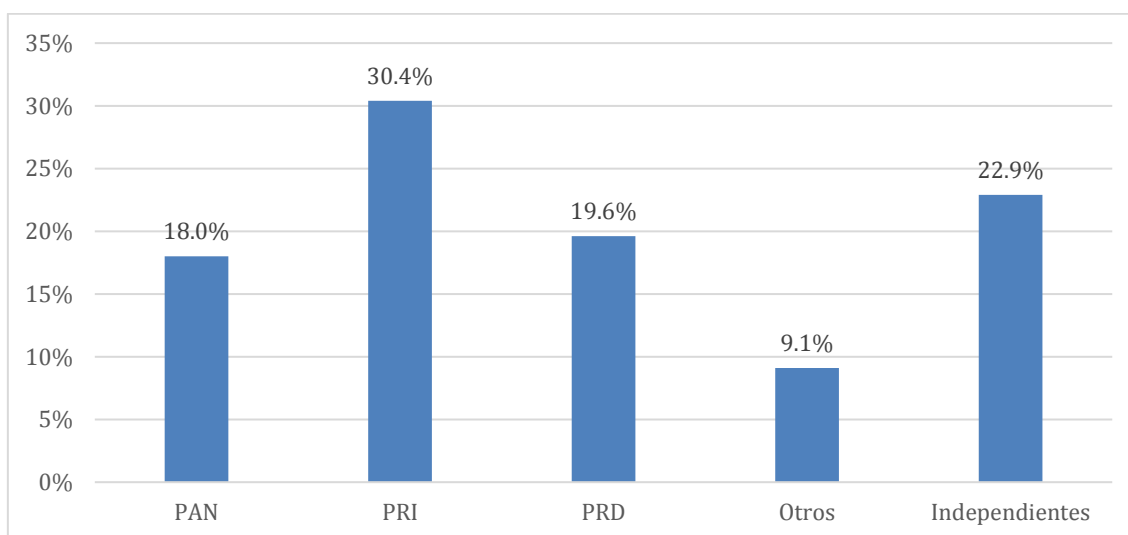


Figura 14. Preferencia política de los jóvenes mexicanos, ENCPJ, 2012

Gracias a esta gráfica de los resultados obtenidos en dicha encuesta, se puede observar que existe un importante número de jóvenes cuyas preferencias políticas se encuentran inclinadas por el Partido Revolucionario Institucional, presentándose una diferencia considerable contra los otros partidos políticos; lo que pudiera traducirse como un “status quo” que muchos jóvenes adoptan de preferencias políticas transmitidas de su generación pasada: sus padres; y que como lo menciona el autor: “crecieron en un ambiente en donde la idea del PRI hegemónico no era una experiencia sólida, pues al menos los últimos 12 años habían vivido la experiencia de un gobierno federal emanado del PAN”, (pág. 10).

No obstante, es importante resaltar que en el segundo resultado de esta encuesta se encuentran los Partidos Independientes, que reflejan ser aquellas personas que no se identifican con ningún partido y tienden a considerar poco eficiente el sistema político mexicano.

“Este sería otro hallazgo, el hecho de observar que una actitud de alejamiento de los partidos políticos también se hereda. Y aquí habría que pensar acerca de esta baja tasa de éxito de los padres con una identidad partidaria que no se logra transmitir a sus hijos”, (Aguilar J. , 2017, págs. 11-12).

Por otra parte, Jesús Aguilar comenta que “los jóvenes sin identidad partidaria se caracterizan por no tener ninguna ideología” y que este es un dato que pudiera indicar coherencia pues no se tiene ningún lazo con partido político, pero el autor comenta la hipótesis de que “los jóvenes llamados independientes pudieran estar no sólo alejados de los partidos políticos sino también de la vida política, es decir, desinteresados de la política, (despolitizados)”, (pág. 14).

Finalizando con su estudio, da respuesta a varias preguntas importantes por analizar cuando se toca el tema de la participación juvenil en el ámbito político, una de ellas es si la edad influye en el comportamiento electoral. A lo cual reconoce que ciertas actitudes y pensamientos en torno a temas como la política se van creando conforme se va adoptando una postura madura. Sin embargo, “El individuo interpreta el mundo político a través de los aprendizajes que va adquiriendo y responde a ellos dependiendo del carácter que hayan tenido cada una de estas experiencias”, (pág. 25).

Jesús Aguilar supone que entonces existe una “apatía” por parte de los jóvenes hacia los procesos políticos pues como expone el estudio realizado por el Instituto Nacional Electoral en el 2015 (INE, 2015), el grupo de edad de 18 a 29 años es el menos participativo. En este punto

encontramos también la investigación realizada por Jorge Alejandro Delarbre López (2018), donde aborda “La participación política de los Universitarios en la esfera pública”.

Entre sus conclusiones de investigación encontró que a primera vista los jóvenes universitarios a los que entrevistó demuestran un escepticismo y rechazo hacia la política, al realizar una mayor indagación “se interesan por ella al considerar que debe ser un factor de cambio, para lo cual buscan estar informados, establecer discusiones online y participar políticamente”, (Delarbre, 2018, pág. 205).

Además, de que entre los entrevistados descubrió que es apatía se debe a la desconfianza que tienen hacia el gobierno y los mecanismos de participación tradicionales con los cuales no se ven identificados o motivos para participar. Es importante resaltar que dentro de sus resultados encontró que gracias al consumo de contenidos mediáticos en redes sociales, logran estar enterados de los acontecimientos globales y nacionales.

Otro resultado que puede ser importante de mencionar para esta tesis es el hecho de que los universitarios de su análisis son diferentes a jóvenes de otras generaciones debido a que “en lugar de establecer vínculos con personas cercanos, prefieren seleccionar personas con intereses similares a los suyos”, (pág. 207); por lo que en cuestiones políticas prefieren acercarse a personas que no sean precisamente de su círculo íntimo social.

Los jóvenes analizados en las anteriores tesis radican por lo general en universidades de la Ciudad de México, habría que ver si estas conclusiones suelen ser parecidas a los millennials morelianos que se entrevistarán para este trabajo.

3.2. Factores que intervienen en la participación política juvenil

En la participación política pueden influir diversos elementos que fomenten una cultura política entre las personas. Para fines de la presente investigación es importante resaltar estos elementos para dar paso al marco práctico. Jessica Guerrero Ramírez en su tesis “Cultura política, construcción de la ciudadanía y participación electoral en jóvenes universitarios, en el contexto de la modernización del estado mexicano” (2018), resalta varios elementos que contribuyen a la construcción de la cultura política de jóvenes:

1. La familia.
2. Las Instituciones Educativas.
3. Los medios de Comunicación.
4. Consumo cultural de los jóvenes y el contexto global en el que viven.

Guerrero (2018), define a la familia como factor influyente en la conducta de la juventud como “un espacio de socialización donde el joven construye su conocimiento con respecto a la política y puede expresar, de manera explícita, un juicio acerca de esta”, (pág. 14). Por otro lado, Aguilar López (2017), plantea que, ante los resultados de la encuesta del 2015 por parte del INE, es importante reconocer que existe una trasmisión de “identidades partidarias” de padres a jóvenes donde se construye una actitud peculiar.

Jesús Aguilar se plantea las preguntas: ¿de qué manera merma la identidad partidaria del joven el hecho de tener padres que se identifican con partidos políticos? O bien ¿por qué un joven decide romper con la identidad de los padres y adoptar una diferente? A lo cual concluye afirmando que “los jóvenes que no se identifican con ningún partido político, los llamados independientes, tienen también porcentualmente más padres que no se identifican con ningún partido político, sin embargo, éstos tienen significativamente más padres priistas y panistas”, (Aguilar J. , 2017, pág. 11).

El investigador reconoce que sería un hallazgo el observar que una actitud de alejamiento de los partidos políticos también se hereda. “Y habría que pensar acerca de esta baja tasa de éxito de los padres con una identidad partidaria que no se logra transmitir a sus hijos”, (pág. 12). Consecutivo a esto, las instituciones educativas son también espacios donde se fomenta o crea una cultura política que puede incentivar a los jóvenes a crear una participación política.

Jessica Guerrero (2018), expone que “la escuela es el segundo espacio relevante de socialización en la formación de la cultura política juvenil, en éste se lleva a cabo el acercamiento a la construcción de ideas diferenciadas del entorno familiar”. La autora de la tesis reconoce que ante las encuestas educativas realizadas por el INEGI en el 2015 donde se expone que la mayoría de los jóvenes sólo llega a cierto grado de estudios, hay que preguntarse en qué momento reciben una “enseñanza pertinente orientada a la comprensión de la política”.

Pero más adelante, argumenta que el individuo es el único interesado en construir esos saberes ya que cada persona localiza diversas fuentes de información que construyen su entendimiento político, empezando por la familia y la escuela. Cada uno de los jóvenes recibe de la escuela otras perspectivas de la realidad política y adopta aquellas que cree convenientes de acuerdo a la información que también recibe por parte de otros canales, como de los medios de comunicación en sus respectivas extensiones como los medios de comunicación tradicionales o incluso las redes sociales.

“Los jóvenes están tomando como referente primordial de formación de gustos e ideales, toma de decisiones, construcción de objetivos y planes de vida a los medios de comunicación debido a la facilidad de acceso que tienen sobre estos”, (Guerrero, 2018, pág. 19).

Es importante mencionar que Jessica Guerrero menciona un punto importante, ya que los medios de tradicional convencionales como la radio, la televisión, la prensa, etc., han tomado otras medidas de difusión de información gracias a la tecnología, como la Internet. La mayoría (si no es que todos los medios de difusión) han adoptado un nuevo canal donde pueden difundir sus espacios informativos: La Internet y a su vez las Redes Sociales. Estas dos importantes herramientas hoy en día han tomado cada vez más relevancia en la vida de muchas personas.

“Las redes sociales permiten a los jóvenes mantenerse informados a nivel local, nacional y global de lo que acontece en lo político, cultural, deportivo, social y académico. Esto gracias a la difusión casi instantánea de elementos informativos como: videos, artículos, publicaciones personales, fotografías, etc.”, (Guerrero, 2018, pág. 24).

Por otra parte, también menciona que son “escenarios que aportan a los jóvenes posibilidades de elección debido al abanico de opciones presentadas, lo cuales les permite una evaluación acerca de lo que es más conveniente para ellos”, (pág. 24). También en su tesis como otro elemento que contribuye en la participación de la política, Jessica Guerrero reconoce que el sector juvenil es muy importante para cualquier empresa que desea buscar orientadas gustos y necesidades ya que es un rubro de la sociedad donde se pueden emitir opiniones, pensamientos y gustos de los consumidores para que formen o construyan opiniones.

Cada generación se va adaptando a otros nuevos gustos e ideales que la industria global de diversos consumos esté originando. Los mismos gustos y preferencias no son los mismos que se tienen hoy a los que tenían las generaciones pasadas. Todo se va reformando con una nueva generación y está en constante cambio el ofrecer nuevas tendencias.

“Los jóvenes de la actualidad pertenecen a una generación de nuevas ideas, nuevos gustos, nuevas demandas (...), el periodo de formación en el que se encuentran les permite asimilar los cambios sin cuestionarlos, en comparación con las generaciones anteriores que han construido sus ideas y actitudes, por eso les es complejo aceptar la renovación de valores, orientaciones y costumbres”, (Guerrero, 2018, pág. 27).

Es por ello que un nuevo punto a abordar para la construcción de participación política también son las nuevas tendencias a las que están expuestos los jóvenes y que construyen en cierta medida la identidad e ideales de una generación. En cuanto al contexto global, se puede definir de diferentes maneras, sin embargo, el que es importante de rescatar es el de la situación política, cultural, económica y social que atraviesa nuestro país, en este caso.

Un joven construirá sus ideales de acuerdo con la realidad que se encuentre viviendo, donde día a día se topará con problemáticas sociales que le ayuden a construir su criterio propio con ayuda también de los elementos ya mencionados anteriormente.

3.3. Identificación partidaria y participación política mexicana de los millennials.

Hablar acerca de la visión y participación política que se espera para el 2018 por parte de los jóvenes implica conocer lo que los medios de información actual, columnistas y escritores opinan al respecto. En las elecciones del 2018 se espera una gran participación por parte de jóvenes millennials, tanto como los que votarán por primera vez como los que aún se consideran dentro de esta brecha generacional.

Hay medios y especialistas que incluso indican que los resultados de las elecciones podrían ser definidos por los jóvenes debido a que tienen otra perspectiva de vida, nuevas formas de obtención de información y representan una gran cantidad de porcentaje de población que es importante para este cambio político del 2018. Forbes México Digital, entrevistó a Esteban Polidura, director de inversiones para México en UBS, quien asegura que el grupo de votantes correspondiente a los millennials mexicanos se caracterizan por el abstencionismo en procesos electorales y una baja participación política, lo que podría definir el resultado del 1 de julio.

El periódico digital Forbes también comenta que la última Consulta Mitofsky reportó que “la tendencia electoral de los millennials la encabeza el candidato de Morena, Andrés Manuel López Obrador con 26%, seguido por Ricardo Anaya del Partido Acción Nacional (PAN), con 21% y José Antonio Meade del Partido Revolucionario Institucional (PRI) con 16.8%” (Martínez J. , 2018).

En tanto, el periódico digital de la BBC en español asegura que el crecimiento de la población joven del país hará que las elecciones presidenciales del 2018 tengan el mayor número de votantes menores de hasta 39 años, de los cuales 12 millones de la generación millennial, podrán elegir presidente por primera vez. Hay factores que indican la visión que estos jóvenes tienen en cuanto a la situación política del país y así mismo, cuál es la visión que tienen en cuanto a las elecciones. La BB también comenta que “el entusiasmo de los electores de 18 y 19 años, quienes tienen su primera oportunidad de votar y participar en las elecciones, se refleja con una participación de hasta el 70%, pero el siguiente grupo de jóvenes de 20 a 25 años, es el que menos participa tras pasar por el “desencanto” de las políticas incumplidas” (BBC, 2018).

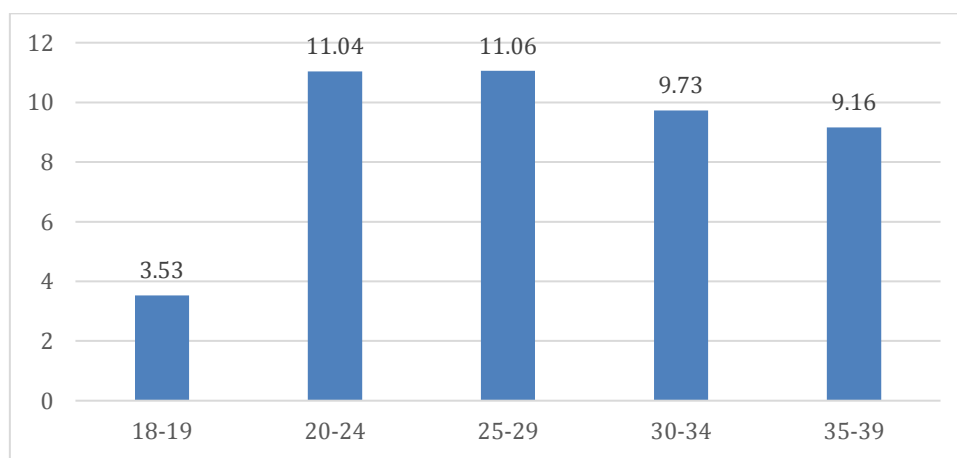


Figura 15. Millones de votantes en México por grupos de edad, BBC, 2018

No obstante, la Consulta Mitofsky, en participación con la BBC Español, advierte que “aún si no participan los 25 millones de jóvenes menores de 30 años, con solo la mitad que voten (como se espera), será un gran electorado”. Gracias a este panorama se pueden tomar en cuenta varios aspectos, el más importante para esta investigación es el de qué visión tienen los jóvenes respecto a estas elecciones, si les resulta importante el ejercer su derecho al voto, y más importante aún: ¿qué visión tienen de la política actual a meses de las elecciones del 1 de julio?

Ana Lilia González, columnista del portal Etcétera.com.mx opina que “hoy se puede afirmar que la actitud de los jóvenes hacia los procesos electorales no es indiferente, sino el reflejo de una desconexión, desvinculación de los planteamientos de algunos políticos que corresponden a las formas tradicionales de intentar convencer sin comprometerse” (González, 2018).

Con este argumento podemos comentar que generalizar acerca del desinterés de todos los jóvenes millennials mexicanos en la política de nuestro país es erróneo. Probablemente al igual que muchos de los mexicanos, esta generación encuentra un descontento hacia las instituciones gubernamentales, las figuras políticas y la ruta que conlleva a la corrupción. Sin embargo, puede que, aunque no encuentren algún interés total en este rubro, sí la consideran importante ya que como dice la columnista: “Los jóvenes no esperan discursos bonitos, sino propuestas claras, reales, desprovistas de retórica y palabrería que no se traduce en acciones que se orienten a cumplir al menos sus necesidades básicas de empleo, educación, espacios en donde puedan desarrollarse y crear valor para la sociedad en que les ha tocado vivir”.

Es momento de hablar de porcentajes respecto a entrevistas hechas a jóvenes preguntándoles acerca de su participación en las elecciones: De acuerdo con encuestas llevadas a cabo en abril del 2018 por Defoe, empresa de opinión pública enfocada en realización de análisis y metodología, donde se entrevistaron alrededor de 400 personas, se obtuvieron resultados que pudieran ser una clara visión de lo que se vería de los millennials el 1 de julio de 2018.

Para los objetivos de esta investigación a continuación se resaltan aquellos resultados que obtuvo Defoe de jóvenes de 18 a 23 años que encajan en el rango de los millennials que votarán por primera vez en unas elecciones presidenciales. En primera, se debe resaltar que las presentes encuestas fueron tomadas del portal Letras Libres, bajo el columnista Yamil Nares,

quien cita las encuestas realizadas por Defoe. Una de las preguntas más importantes de la investigación fue el averiguar que de los encuestados, el 24% de los jóvenes de entre 23 y 18 años, afirmaron que acudirán a votar el 1 de julio y un 20 y 14% no acudirán.

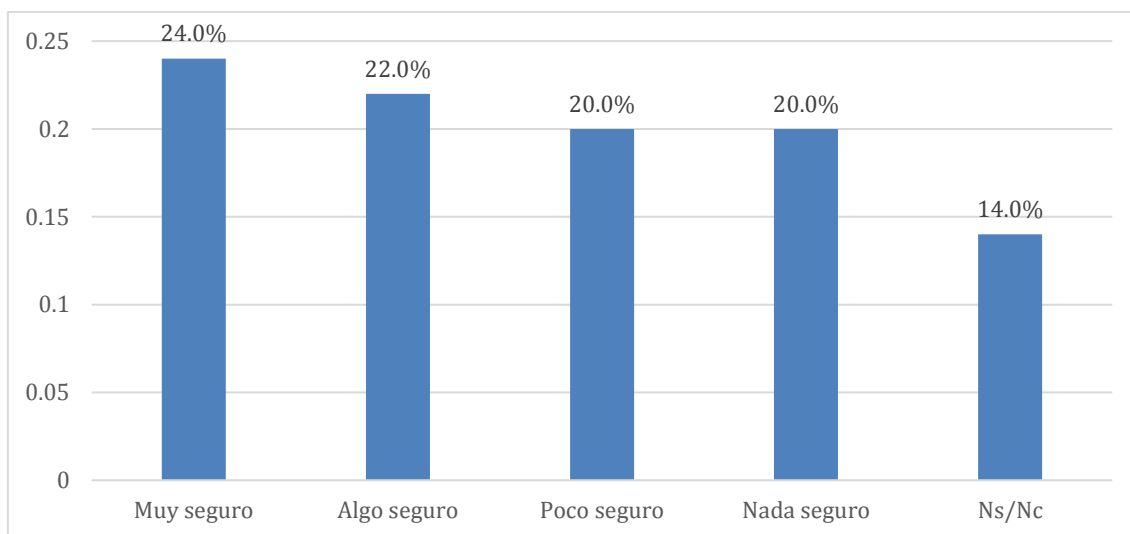


Figura 16. Seguridad de acudir a votar de los jóvenes de 18 a 23 años, Yamil Nares, 2018

Por otro lado, los encuestados afirmaron que el partido político por el que se encuentran más identificados es por MORENA, seguidos del PAN y el PRI.

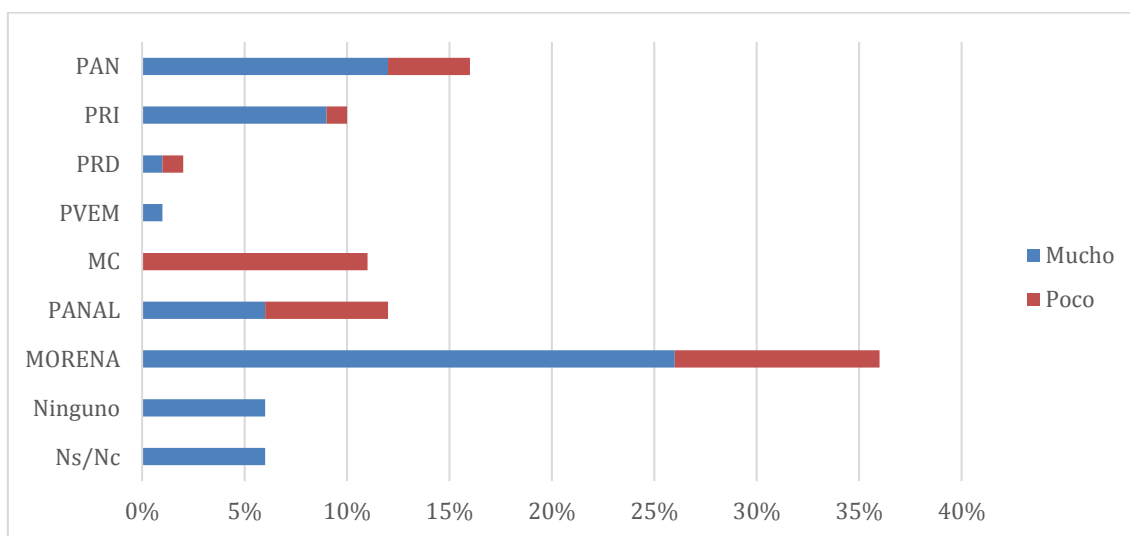


Figura 17. Identificación de los jóvenes por partido político, Yamil Nares, 2018

En el portal Letras Libres, citan al periódico El País, quien señaló que “los simpatizantes del aspirante presidencial de Morena menores de 30 años lo ven como un agente de cambio”, y a su vez mencionan que es la pérdida de fé en otros partidos políticos lo que hace que ellos concluyan con que el partido y el candidato es el mejor para gobernar en el país.

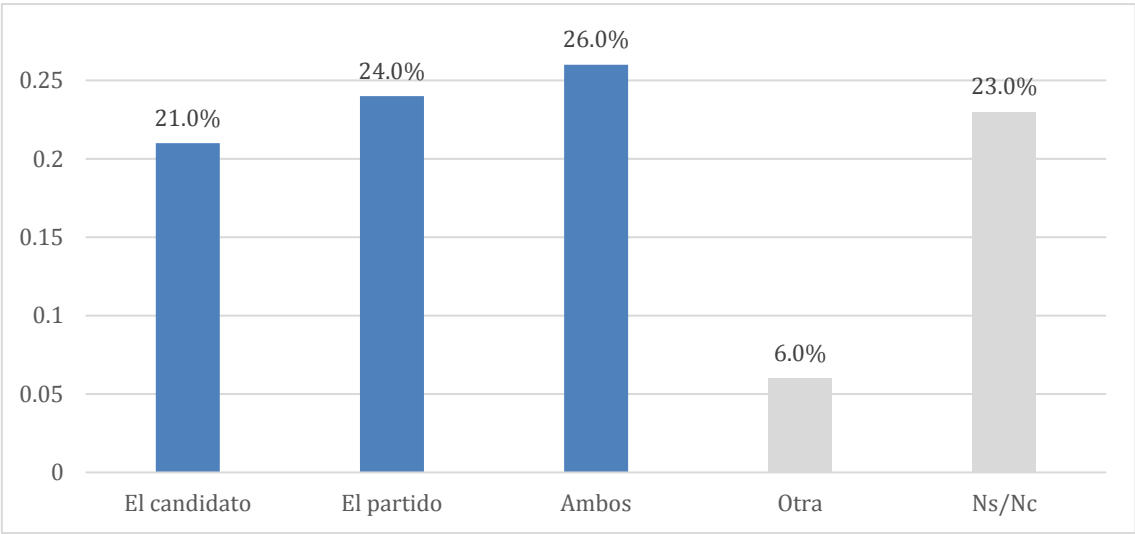


Figura 18. Principal motivo por el que los jóvenes decidirán su voto, Yamil Nares, 2018

Aunque en la misma encuesta realizada por Defoe, los jóvenes confirman que lo que influirá en su decisión de vota además del partido político también será el candidato con un 26% de respuesta afirmativa a la pregunta ¿qué influirá más en tu voto?, y un 24% respondieron que se dejarán llevar más por el partido.

En tanto el ámbito general de la situación política, social y cultural de nuestro país, los jóvenes lo ven de la siguiente forma: La principal preocupación en los dos segmentos más jóvenes es la “crisis económica”, seguida de la “inseguridad” y un “mal gobierno”.

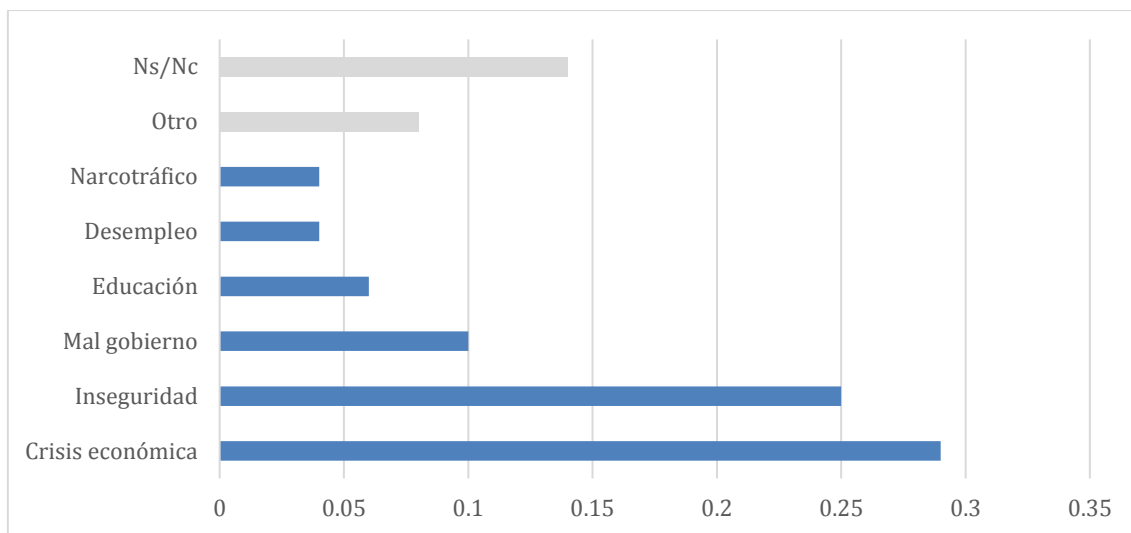


Figura 19. Principal problema del país percibido por la población joven de México, Yamil Nares, 2018

Con estos resultados obtenidos por Defoe, es momento de dar paso a la conclusión de los resultados de los jóvenes millennials morelianos entrevistados que votaron por primera vez en las elecciones presidenciales del 2018 para conocer si nuestro supuesto es correcto.

3.4. Resultados y participación de los jóvenes en la elección presidencial 2018

El programa de resultados preliminares del INE (PREP) dio a conocer a lo largo del 1 de julio los avances de las encuestas donde se elegía a un presidente de la república, y en la mayoría de los resultados posicionaba al candidato de MORENA, Andrés Manuel López Obrador como ganador al momento.

El 2 de julio se dieron a conocer los resultados de 146,744 actas capturadas que representó un 93.56% de las 156,840 casillas, encontrando una que la participación ciudadana fue del 63.45% de acuerdo con las listas nominales registradas; de los cuales se obtuvieron los siguientes resultados:

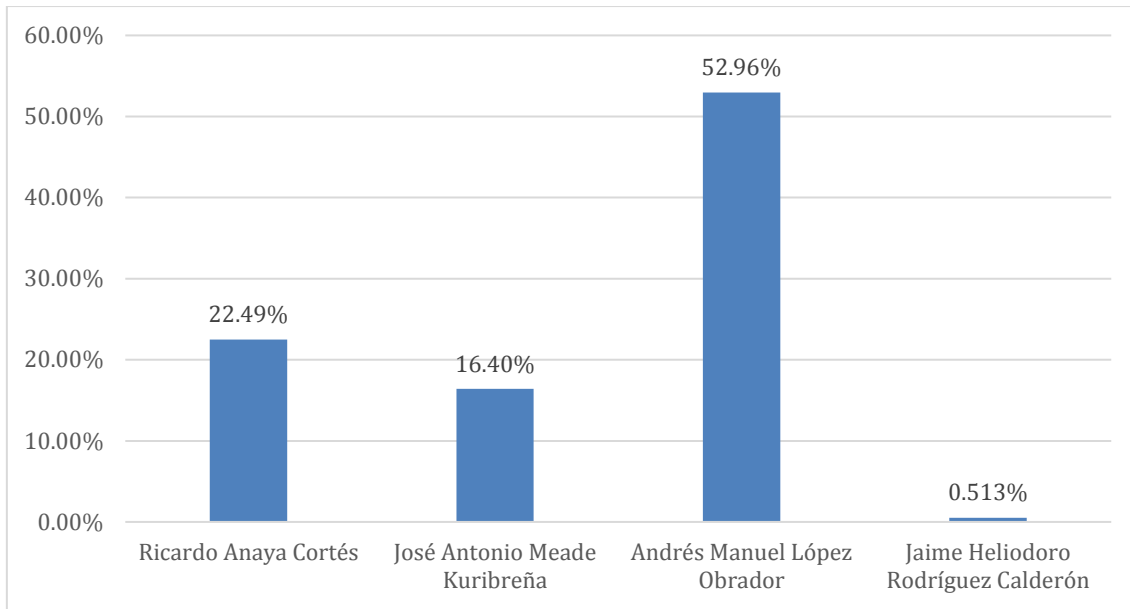


Figura 20. Porcentaje de votos obtenidos por candidato en las elecciones presidenciales de 2018, Fuente: PREP, 2018

En esta encuesta podemos notar que los resultados fueron sobresalientes por un alto porcentaje para el candidato Andrés Manuel López obrador con un 52.96% de los votos totales, posicionándose como el ganador definitivo de las elecciones presidenciales. Los siguientes candidatos con una alta cantidad de votos fueron Ricardo Anaya Cortés y José Antonio Meade Kuribreña; sin embargo, hubo una diferencia considerable en los resultados que no se comparó con los resultados de AMLO. Jaime Heliodoro Rodríguez Calderón, obtuvo sólo un 0.513% de los votos, siendo el candidato con menor porcentaje de las encuestas.

Tres de los cuatro aspirantes a la presidencia de México no sólo representaron a un partido político sino se crearon coaliciones históricas, tal es el caso del candidato de la Coalición Por México Al Frente (PAN+ PRD+ Movimiento Ciudadano), en el que estuvo liderando Ricardo Anaya, creyendo que de esta manera podrían superar la popularidad que AMLO estaba teniendo. El único de los candidatos cuyo partido no tuvo alianza debido a que fue un partido independiente por primera vez en la historia de México fue el de Jaime Rodríguez Calderón. En la siguiente figura encontramos los partidos que crearon alianza y los resultados detallados con la cantidad de votos de cada uno:

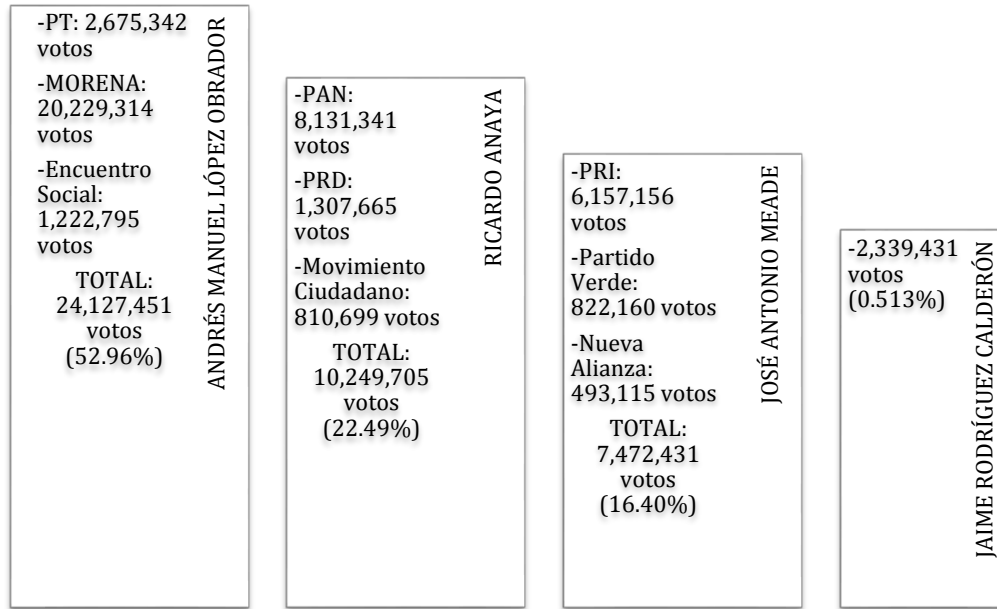


Figura 21. Detalle de votos por partido político en las encuestas preliminares de la presidencia de México 2018, PREP, 2018.

La figura 20 nos muestra que a pesar de las coaliciones el partido con mayoría de votos fue MORENA, dejando a cualquiera de los otros muy abajo, colocándose como el ganador decisivo por más del doble de los votos de los otros candidatos.

En cuanto al estado de Michoacán, con un total de 1,893,282 votos representado por el 54.88% de participación ciudadana de los 5,512,678 que se tienen en la lista nominal, sólo poco más de la mitad acudieron a votar el 1 de julio de 2018 en los 12 distritos del estado. El portal digital de Univisión Noticias (2018) reportó por estado los resultados generales de las elecciones y los resultados por cada uno de los candidatos los cuales fueron los siguientes en Michoacán:

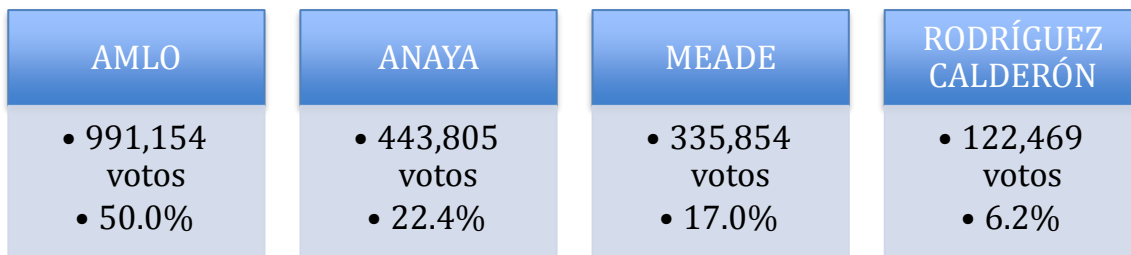


Figura 22. Resultados por candidato presidencial en el estado de Michoacán, Univisión Noticias, 2018.

Como en todos los estados, en Michoacán fue MORENA el partido político con más votos a nivel estatal por encima de los otros partidos que también quedaron por debajo de la mitad contra AMLO. Y en Morelia, que se encuentra clasificado en el distrito 10, MORENA tampoco fue la excepción pues también quedó como vencedor:

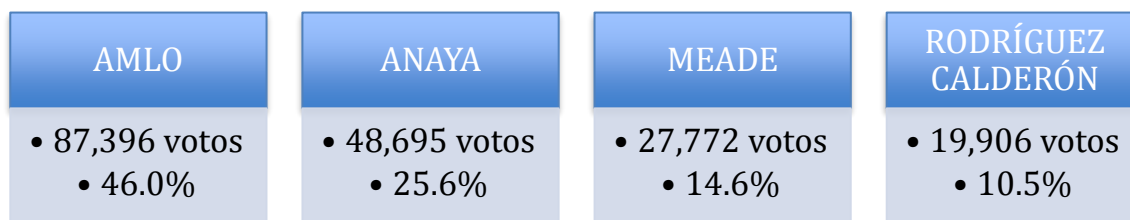


Figura 23. Resultados por candidato presidencial en Morelia, Univisión Noticias, 2018.

En Morelia se reflejó que los votantes decidieron ejercer su voto por el candidato de MORENA y que los resultados en la ciudad fueron exactamente iguales a los resultados nacionales poniendo en segundo lugar de los resultados a Ricardo Anaya, seguido por José Antonio Meade y por último a Rodríguez Calderón. Así como los resultados de la población arrojaron una importante decisión en las encuestas, para fines del presente estudio se debe abrir paso a mencionar aquella participación de los jóvenes en estas elecciones presidenciales.

Nayeli Meza, redactora del portal digital de Reporte Índigo señaló que el mayor número de votantes tiene entre 18 y 25 años, que en conjunto suman casi 30 millones de personas y que representan 29.1 por ciento de la Lista Nominal, de acuerdo con una investigación elaborada por la Dirección General de Análisis Legislativo del Instituto Belisario Domínguez, (2018). Y de esos 30 millones de jóvenes, 12.6 millones de jóvenes votaron por primera vez el 1 de julio de 2018.

“La relevancia de las y los jóvenes en los procesos electorales mexicanos radica en que efectivamente representan el grupo etario más grande (poco más del 30%), pero más allá de lo cuantitativo, el interés y reto para el análisis es su posición en el ciclo de vida pues

están en una etapa de definición de actitudes políticas en las que podrían apoyar el proceso de elección, las instituciones democráticas como los órganos electorales (votando en las elecciones que organizan, por ejemplo), o apoyando en diferentes niveles a los diferentes partidos políticos” (Aguilar López, 2019).

Jesús Aguilar, Profesor del Departamento de Estudios Políticos y de Gobierno de la Universidad de Guanajuato, ya mencionado anteriormente, señala que es de gran importancia estudiar el comportamiento electoral de los jóvenes mexicanos debido a que en general siempre son el grupo de edad mayor y que mantiene un alto nivel participativo la primera vez que van a votar.

Él cita a la empresa encuestadora Consulta Mitofsky quien preguntó por preferencias electorales en adultos y jóvenes, donde se observó que para la mayoría de los jóvenes la mejor opción era AMLO (MORENA), seguido por Ricardo Anaya y José Antonio Meade. Pero es importante señalar que para el 17.3% de los jóvenes encuestados de entre 18 y 19 años, les resultaba viable votar por Jaime Rodríguez Calderón, debido a que era un candidato independiente cuyas frases fueron atípicas durante los debates políticos y este porcentaje no se mostró en otros rangos de edades superiores. De hecho, en rangos más grandes, los jóvenes presentaron preferencias similares a las de los adultos gracias a la encuesta de salida del 1 de julio de 2018 realizada por El Financiero, mencionada por Jesús Aguilar.

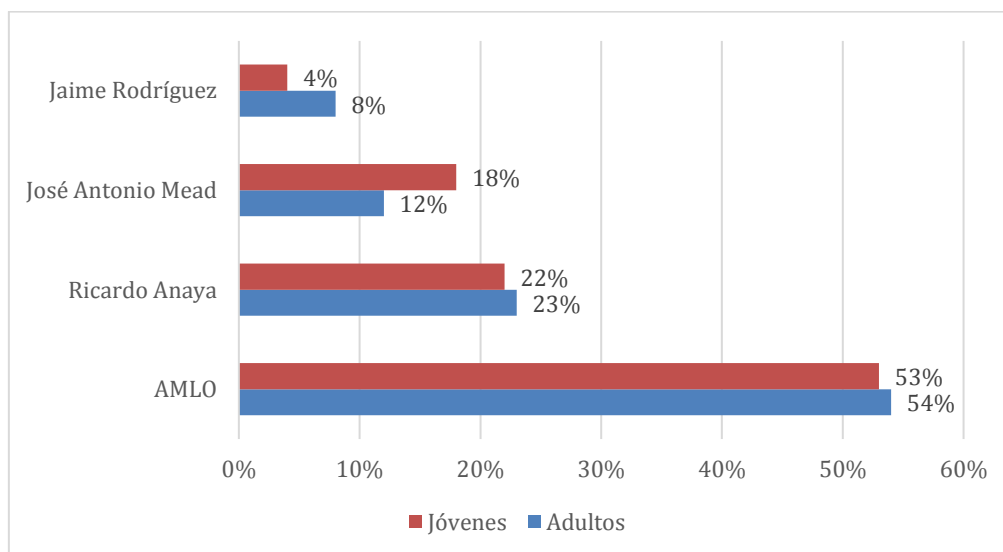


Figura 24. Votos de jóvenes y adultos en las elecciones presidenciales de 2018. Elaboración propia con base en la encuesta de salida del 1 de julio de 2018 realizada por El Financiero, Jesús Aguilar, 2019.

Gracias a estos resultados, se pudo obtener que los adultos se identifican en su mayoría con los partidos políticos por los que votaron pero se debe dejar en claro que el porcentaje de identificación no corresponde al de votación, particularmente en el caso de MORENA, pues en su totalidad los jóvenes que votaron por este partido político declararon que no se identifican con él, sino que se dejan llevar por las propuestas, el candidato, la evaluación de sus condiciones de vida que por ello decidieron votar por AMLO, no sintiéndose comprometidos a apoyar al partido del que provenía, sino a él como persona.

Nayeli Meza (2018), comentó que un informe del Instituto Baker de Políticas Públicas revela que además de su importante participación en el Padrón Electoral, este bloque es importante por las diferencias que los distinguen de sus padres y abuelos; y “más del 80 por ciento de ellos vive en áreas urbanas y cuenta con un mayor acceso a la educación a diferencia de sus familiares”.

Por su parte, el periódico digital El Siglo de Durango (2018), señaló que de acuerdo con analistas, los jóvenes ven a AMLO como un “agente de cambio”, “Según sus datos, 80% de los jóvenes en México tiene poco interés en participar en algún partido por la falta de confianza. Consideran que los partidos sólo los utilizan con fines electorales o para el "acarreo" en eventos políticos”.

Si bien es importante resaltar que los jóvenes tuvieron un alto índice participativo en las elecciones del 2018, se debe tomar en cuenta que ellos serán los nuevos líderes del mañana y es interesante que a diferencia de generaciones anteriores, no se dejan llevar por lo que el partido político les pueda ofrecer debido a que conocen los antecedentes de cada uno.

Aunque sería erróneo suponer esto de las generaciones pasadas pues también existieron factores como la compra de votos, amenazas para ejercer el voto favorable, que se “cayó el sistema” y más prácticas poco comunes; por lo que los millennials ahora analizan a la persona que represente el partido para así tomar una decisión que esté a la par de las necesidades de su comunidad.

Capítulo IV. Uso de Facebook y el proceso de decisión de voto

En el presente capítulo se dará paso a registrar los resultados obtenidos durante las entrevistas a profundidad hechas a los jóvenes millennials morelianos que votaron por primera vez en unas elecciones presidenciales.

Como se podrá observar en algunas de las respuestas que los entrevistados dieron, existen semejanzas entre ellos, así como también puntos clave para analizar si el supuesto de la investigación resulta verídico.

Las entrevistas tuvieron como finalidad el identificar el comportamiento social, político y tecnológico de los millennials, y así mismo identificar cómo se construyen los referentes e ideales de éstos, partiendo de un posible líder de opinión en su círculo social, o bien, el uso de la tecnología, internet y redes sociales como aquello que pudiera influenciarlos en materia política para estructurar su propio ideal. Así mismo, se pretendió identificar otros elementos de relevancia como: los intereses de cada uno de los entrevistados, el uso de la tecnología y redes sociales, y su entorno social.

Como lo vimos en la introducción de esta investigación, existen diversos autores que apuntan a que los jóvenes millennials y las actividades diarias que realizan se basan en el uso de la tecnología y de la Internet; otorgándoles características que generaciones pasadas no tuvieron, tales como el liderazgo, el interés en la modernidad y los procesos de comunicación en las relaciones sociales que mantienen con su círculo social.

Además, también les adjudican otros conceptos negativos como el apego excesivo a la tecnología y redes sociales, el poco interés por los acontecimientos políticos, un ritmo de vida sedentario, entre otros.

Si bien, el uso de la Internet es uno de los principales factores que identifican a esta nueva generación, prevalecen características en ellos de sus generaciones pasadas que los hacen conscientes de su presente. A continuación, se comenzará a puntualizar los resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad de acuerdo con subtemas claves de la investigación.

4.1. La entrevista como proceso de recolección de datos

Se ha decidido realizar entrevistas a profundidad debido a que como lo explica Raúl Rojas Soriano (1986), esta técnica se utiliza para “realizar estudios de carácter exploratorio, ya que permite captar información abundando y básica sobre el problema”, (pág. 216).

“Esta técnica se aplica a informantes clave, llamados así porque poseen experiencias y conocimientos relevantes sobre el tema que se estudia, o se encuentran en una posición (económica, social o cultural) dentro de su comunidad o grupo social que les permite proporcionar información que otras personas desconocen o darían incompleta”, (Rojas Soriano, 1986, pág. 217).

La información obtenida gracias a las entrevistas sirve para estudiar problemáticas que se derivan a estudios cualitativos, debido a que más que contable, es una charla a profundidad de algún tema, además de que se entrevista a un número reducido de personas.

Rojas Soriano (1986), señala que existen dos tipos de entrevistas: estructuradas y no estructuradas. Para las entrevistas estructuradas es necesario contar con una guía y preguntas fijas ya sean abiertas o no, acerca del tema a tratar, las cuales “se derivarán de los indicadores que deseen explorarse”, (pág. 217). En tanto, las entrevistas no estructuradas tienen como característica principal el conocer aquellos detalles de un grupo superficial del que no se conoce mucho, por lo que puede diseñarse un guion general para orientar la entrevista pero que puede tener cambios y variaciones conforme va desarrollándose la plática.

Pero lo que une a ambas es que se debe elaborar categorías generales de lo que desea conocerse de los entrevistados para poder dar hincapié al análisis de los resultados de forma objetiva y evitar distorsiones al momento de interpretarlos.

En caso contrario a las entrevistas estructuradas y no estructuradas, Raúl Rojas Soriano menciona que también existe la entrevista participativa o dialógica, en el que el entrevistador “da a conocer los objetivos de la entrevista para interesarlo en que participe activa y críticamente, pues los resultados se utilizarán para satisfacer las necesidades y exigencias al que pertenece el informado”, (1986, pág. 260).

Además, Rojas Soriano comenta que este tipo de entrevistas pueden realizarse en un número reducido de personas y “se centran en cierto periodo del devenir histórico del fenómeno,

o en determinada situación que el investigador requiere analizar (...) lo que permite una mayor comunicación entre el entrevistador y las personas entrevistadas”, (pág. 260).

Para los fines del presente estudio, se tomó también la entrevista participativa, pues al principio de cada una de las entrevistas se le dio a conocer al entrevistado la razón de ser de la tesis, involucrándolo como una persona de estudio importante para la generación millennial con respecto a la decisión de voto de las elecciones del 2018, con base en la influencia personal o la era tecnológica, la internet y las redes sociales.

Por su parte, Juan Luis Álvarez-Gayou Jurgenson (2003), expone que en la investigación cualitativa y en las técnicas de obtención de información cualitativas existe un punto donde la información es repetitiva, a lo que le llama “saturación”:

La saturación se refiere al momento en el que durante la obtención de la información, ésta empieza a ser igual, repetitiva o similar (...), se habla entonces de que la información ha llegado a la saturación, y portanto parece muy poco probable que en los grupos subsecuentes la información cambie sustancialmente”, (2003, pág. 33).

A continuación, se presenta una tabla de la segmentación de los jóvenes millennials entrevistados para la obtención de resultados clave en el supuesto de este estudio:

Hombre	Estudiante
	Estudiante y trabajador de tiempo parcial
	Trabajador de tiempo completo
Mujer	Estudiante
	Estudiante y trabajadora de tiempo parcial
	Trabajadora de tiempo completo
	Ama de casa

Figura 25 Perfil de las personas entrevistadas en el estudio, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

Todos los entrevistados cuentan con claves esenciales tanto generales como particulares. Por ejemplo, una de las características generales que tienen todos los jóvenes es que son de perfil urbano, siendo originarios y radicando toda la vida en Morelia, por lo que el estudio refleja sólo a jóvenes millennials morelianos, además de aquellos que tienen acceso a internet y cuentan con redes sociales, en especial con Facebook. Aunque se buscó activamente incluir personas con diferentes perfiles a pesar de esto.

Los jóvenes del estudio tienen entre 20 y 24 años cumplidos al momento de realizar las entrevistas, entrando perfectamente en la generación millennial; y son jóvenes que jamás han votado por un presidente de la república. Cabe destacar que algunos de estos entrevistados ya votaron en elecciones estatales siendo su primera incursión en la participación política; pero jamás han votado en elecciones presidenciales.

En la figura 12 podemos notar que se entrevistaron tanto a hombres como a mujeres estudiantes, trabajadores de tiempo parcial y completo y a una ama de casa. Esta segmentación se definió debido a que a pesar de que se buscaron millennials con características generales similares, también se buscó que tuvieran ritmos de vida diferentes para encontrar diversidad en las respuestas.

Consecuentemente, se presenta una tabla general de cada uno de los entrevistados y sus características más importantes a modo de resumen:

Entrevistado	Edad	Sexo	Ocupación	Caracterización
Diego M.	22 años	Hombre	Estudiante de Comercio Internacional.	A punto de egresar de la Universidad, vive con su abuela y mamá. Utiliza la Internet y Redes sociales como una herramienta de investigación. Tiene intereses en la política.
Uriel T.	22 años	Hombre	Estudiante de Arquitectura y trabajador de tiempo parcial	A punto de egresar de la Universidad, vive con sus papás y hermanos. Utiliza la Internet como una herramienta de investigación. No ve a las redes sociales como algo importante. Trabaja medio tiempo en el área de especificaciones arquitectónicas de Ciénepolis. No le interesa la política.

Elizabeth L.	22 años	Mujer	Madre de familia y ama de casa	Madre de un niño de 4 años, vive con sus suegros, cuñados y su esposo. Su grado máximo de estudios es la preparatoria. Utiliza las redes sociales como un medio de comunicación y entretenimiento. No le interesa la política.
Montserrat A.	22 años	Mujer	Estudiante de Psicología y trabajadora de tiempo parcial	Estudia el penúltimo año de su carrera. Vive con sus padres y hermano. Trabaja medio tiempo en un centro de psicoterapia. Se considera adicta a las redes sociales, lo ve como un medio de entretenimiento. No le interesa la política.
Paulina Ch.	21 años	Mujer	Estudiante de Ingeniería Bioquímica	Se encuentra a la mitad de su carrera. Acude casi todo el día a la escuela. Vive con sus padres y hermano. No le parece fundamental el uso de redes sociales, pero sí las usa como entretenimiento; la Internet la considera una herramienta de información que utiliza para su investigación. Le interesa la política en un grado medio.
Josué S.	24 años	Hombre	Trabajador de tiempo completo	Trabaja tiempo completo de cajero. Su grado máximo de estudios es la preparatoria. Vive con sus padres, pero está a punto de independizarse. No tiene tiempo para navegar en Internet ni redes sociales. No le interesa la política.
Lesley A.	22 años	Mujer	Egresada de la carrera en Medios Interactivos	Tiempo de egreso de la universidad: 1 año. No se encuentra trabajando, se dedica a hacer correcciones de su tesis y a navegar en Internet. Vive con su mamá y abuelos. No le interesa la política.
Nelly G.	24 años	Mujer	Egresada de Odontología y trabajadora de tiempo completo	Egresada de Odontología, se encuentra trabajando en una clínica dental todo el día. Vive sólo con su hermano. Considera las redes sociales como una herramienta de comunicación, pero no las consume mucho en todo el día debido a que está ocupada. No le interesa la política.

Uriel S.	20 años	Hombre	Estudiante de Ingeniería Bioquímica	Cursa su segundo año de Universidad. Está en la escuela casi todo el día. Vive con sus papás y abuelos. Le gustan las redes sociales y las utiliza como una herramienta de comunicación y entretenimiento. La Internet la usa como medio de investigación. No le interesa la política.
Cynthia A.	24 años	Mujer	Trabajadora de tiempo completo y estudiante	Funje como técnico de mercadotecnia en una empresa inmobiliaria de lunes a viernes todo el día, los sábados estudia en línea la Lic. en Mercadotecnia, está a punto de egresar. Vive sola. Utiliza la internet como herramienta de investigación y comunicación. Las redes sociales sólo como medio de entretenimiento. No le interesa la política.
Roberto	24 años	Hombre	Trabajador de tiempo completo	Trabaja medio tiempo en una parcela familiar donde es el encargado. Por la tarde trabaja en una empresa de sistemas computacionales. No concluyó la carrera de Ing. en Sistemas. Vive con sus papás y dos hermanos. No utiliza redes sociales. La internet la utiliza como herramienta de investigación propia y para su trabajo. Tiene interés medio en la política.

Figura 26. Características de los entrevistados, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

Como se ve, existen diferencias y semejanzas entre los participantes de este estudio. Donde es posible identificar jóvenes millennials urbanos, radicados en la ciudad de Morelia y dedicados a diferentes actividades que van desde las amas de casa y estudiantes universitarios, hasta los trabajadores de tiempo completo, los desempleados y aquellos denominados ninis, que no se encontraban trabajando ni estudiando al momento de ser cuestionados en la presente investigación.

Si bien, por su naturaleza cualitativa este estudio no permite la generalización de los resultados, es consistente con la búsqueda de pluralidad entre las personas que participaron en el estudio.

4.2. La importancia de internet en la vida de los jóvenes millennials

En el capítulo 1 se habló acerca del uso de la internet y las cifras aproximadas según varios informes. Uno de ellos, el de la Asociación de Internet.mx , dos de cada tres mexicanos cuentan con acceso a internet y “en un año, el número de usuarios de internet en el país incrementó 12%, pues en el 2017 se sumaron 9.1 millones a los 70 millones del 2016. Esto significa que 67% de los mexicanos son usuarios de internet” (Martínez L. , 2018).

En este mismo informe puede identificar que los usuarios pasan alrededor de 11.43 horas en total sin exponerse a Internet, la televisión o la radio. Y un total de 8 horas las utilizan para conectarse al ciber espacio.

El uso de la internet hoy en día suele ser considerado como una herramienta indispensable en la mayoría de las actividades que realizan las personas, ya que a diario se conectan a ella para resolver cuestiones de su vida diaria.

En el mismo informe de Internet.mx se presentó que los jóvenes menores de 30 años son los que utilizan de manera preponderante la Internet, entre ellos, los millennials de nuestro segmento a estudiar.

Y dando paso a los resultados, una de las primeras cosas que se identificó en las entrevistas, fue la diferencia que los jóvenes otorgan a su participación en redes sociales. Misma que parece estar influenciada por sus actividades. Mientras que los estudiantes en general califican al internet como algo “muy importante” que les permite realizar sus tareas escolares, pero al mismo tiempo posibilita el acceso a información que consideran “relevante”; aquellos que no son estudiantes consideran que la Internet no es algo que les afecte si dejan de usarlo, es algo secundario para ellos y sólo lo utilizan por ocio por lo que no lo consideran muy relevante en su vida.

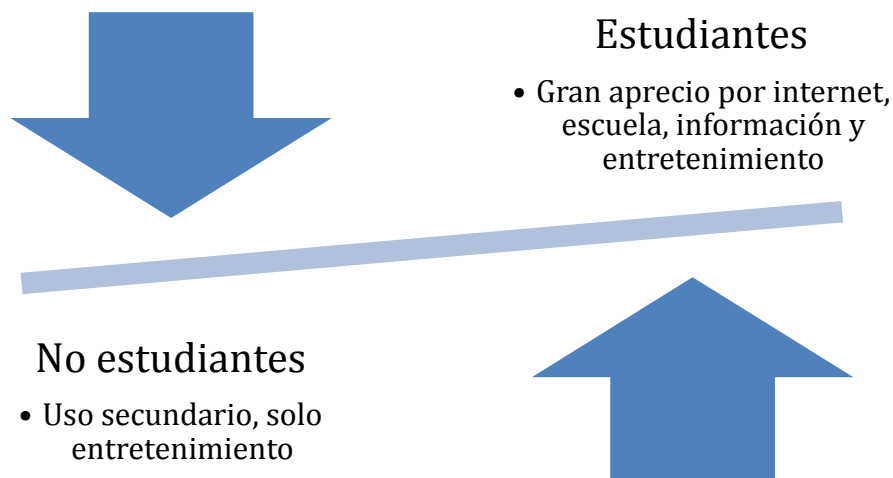


Figura 27 Diferencia en el uso de internet entre jóvenes estudiantes y no estudiantes, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

Por ejemplo, Diego M. y Uriel T expresaron que el internet es una forma de obtener conocimiento, para ellos es significativamente una de las herramientas más importantes a las que tienen acceso para informarse y aprender. Por ejemplo, Diego M. Señaló que:

“A mí me ha permitido tener logros con respecto a los conocimientos que tengo, es una nueva forma de llevar a cabo algo, todo lo hacemos consultando internet y es más fácil. Investigo temas de interés, recetas, y sobre todo investigo algo que me genera interés y que no tengo conocimiento de eso, lo busco.”

Por su parte Uriel T, también reafirmó su aprecio por el medio de comunicación del cual se refirió como:

“Considero que es muy importante porque me permite hacer investigaciones para mi escuela o cuando quieres investigar cualquier cosa... pues el internet luego, luego; y la considero también otro medio de comunicación para entrar en contacto con las personas.”

Las respuestas anteriores son similares en los demás estudiantes, donde vemos repetidas una y otra vez palabras como “conocimiento”, “investigación” y “comunicación”. Lo cual nos permite dimensionar la importancia que los jóvenes estudiantes le otorgan al internet.

Por su parte, los jóvenes que tienen otro tipo de actividades, ya sea como trabajadores de tiempo completo o amas de casa, ven el acceso a internet como algo complementario a sus opciones de comunicación y entretenimiento. Por ejemplo, Elizabeth L. mencionó que no es algo fundamental en su vida:

“Pues no mucha, lo uso para ver las publicaciones de los amigos, de los familiares, pero no es una necesidad para mí.”

Este comportamiento se reitera en los jóvenes integrados de tiempo completo a algún trabajo, por ejemplo, Josué S. restó importancia al medio de comunicación e información:

“Para mí no es indispensable, pero sí lo utilizo como medio de entretenimiento o de comunicación para contactar a mi familia, mis amigos o a mi novia.”

Si bien no se puede asegurar que esto sea resultado directo de su escolaridad, es decir, por el último grado de estudio alcanzado. Sí es posible atribuirlo al nivel de responsabilidad que tienen los jóvenes. Donde la incorporación a la fuerza laboral permite explicar este comportamiento que prioriza en menor grado el acceso a internet.

Por otro lado, es importante mencionar que a pesar de que entre estudiantes, trabajadores y padres de familia existan diferencias marcadas entre el uso e importancia que cada uno le atribuye a la internet, ninguno negó que no lo utiliza para nada en sus dispositivos móviles o se conecte después de varios días. Al contrario, pueden no usarlo todo el día, pero sí lo consideran dentro de algunas de sus actividades diarias aunque sea mínimo el tiempo que pasen en él.

Ya sea para el trabajo u ocio, los millennials morelianos entrevistados aseguraron que utilizan la Internet, algunos en tiempo más largo que otros debido a la diferencia de ocupaciones, pero ninguno contradujo que jamás la usara, (figura 14).

Las respuestas más comunes para lo que realizan cuando están en el ciber espacio fueron el uso de redes sociales, principalmente Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Whatsapp. Las redes sociales las utilizan como medio de entretenimiento, comunicación y porque por medio de ellas suben contenido relevante para sus trabajos o escuela en los grupos creados.

Redes sociales

- Entretenimiento, comunicación e información

Investigación

- Biblioteca digital para consulta escolar o de interés propio.

Medio de comunicación

- Herramienta para comunicarse con su círculo social

Figura 28 Usos principales de internet entre jóvenes estudiantes y no estudiantes, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

Todos los millennials puntualizaron la importancia que tiene en sus vidas debido a que ahí investigan temas de sus intereses. Unos con fines académicos, otros con fines de consulta. En este punto es importante puntualizar que el uso que le dan es muy parecido a la que una biblioteca física pudiera proporcionar, pero a la Internet lo consideran “más veloz”.

En su mayoría, los jóvenes explicaron que también es un medio de comunicación parecido a los medios de comunicación convencionales, debido a que muchos medios cuentan con portales digitales ya sea en propios sitios web o en redes sociales, y que les permiten mantenerse informados de acontecimientos importantes.

A continuación, se expone una matriz con el uso que le dan a la Internet y a las redes sociales como Facebook de acuerdo a su ocupación:

	Entretenimiento	Información
Estudiante y trabajador de tiempo parcial	Uso medio	Uso alto
No estudiante	Uso bajo	Uso alto

Figura 29. Matriz de uso de Internet entre estudiantes y no estudiantes, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

En la matriz podemos encontrar que la Internet como medio de entretenimiento los estudiantes lo utilizan para navegar por sitios como Youtube o para visualizar plataformas como Netflix, a diferencia de los no estudiantes que resaltaron usan más la Internet para redes sociales. Por su parte, el uso de informativo de la Internet es alto para ambos rúbricos que lo señalan como una biblioteca digital donde pueden investigar para tareas escolares e información en general acerca de sus temas de interés. Se realiza entonces una segunda matriz con el uso de Redes sociales muy parecida a la del uso de la Internet.

4.3. Redes sociales en Internet, caso: Facebook

Como se argumentó en el subtema anterior, al cuestionarlos acerca de su uso de Internet, la mayoría de los jóvenes argumentó que en dicha herramienta tecnológica lo que más realizan es entrar a sus redes sociales, donde prevalece el uso frecuente de Facebook e Instagram.

También utilizan esta herramienta como su buscador de información principal en donde realizan consultas de investigación de tareas de escuelas, recetas de cocina, y consultar cualquier tema que les llame la atención. Además de que lo consideran un medio de comunicación fundamental y eficiente para conectarse con sus seres queridos o conocidos.

“Si no estás cerca de tus amigos o familiares siento que es una forma muy fácil para comunicarte con ellos. Y para la educación considero que es muy importante. Para mí son importantes porque me comunico más fácilmente con mi familia que no está cerca, por cosas de la escuela, y porque es mi principal medio de entretenimiento.” (Monserrat, Á., estudiante).

Incluso, lo comparan con otra herramienta de comunicación básica como el teléfono.

“Son muy importantes porque antes, pues un medio de comunicación importante era el teléfono, y ahora con las redes sociales es yo creo que más afectivo.” (Uriel, T., estudiante)

Pero se encontró una similitud entre todos, comentan que a pesar de que las utilizan para diversas cosas, no es indispensable en sus vidas, pues si dejaran de tenerlo no pasaría nada, tal vez a diferencia de otras redes como Instagram, pero aun así no les importaría dejar de utilizarlo.

“Para mí no es importante Facebook, lo uso pero no es mucho, el Instagram aunque es el que me gusta más, a veces cuando no tengo la posibilidad de pagar el Internet no me afectaría si no lo tuviera durante vario tiempo”. (Elizabeth L., ama de casa).

“Considero que para muchos son muy importantes, las personas buscan reconocimiento en sus vidas y lo encuentran por medio de las redes, sólo para “darse a ver”. Para mí, Facebook lo resulta ser un medio de entretenimiento, me meto a ver qué hay como memes, recetas de cocina, ver videos o informarme de algo que no sabía en las noticias, pero no lo considero totalmente relevante. Podría dejar de usarlo sin problema.” (Diego M, estudiante).

“En ocasiones pienso que Facebook y la mayoría de las redes son tóxicas, sí, no digo que no sean un medio de comunicación que puede ser importante, pero muchas personas lo utilizan para “chismear”, lo que hace que su uso se vea opacado. Yo no lo considero realmente importante en mi vida. La Internet sí, las redes sociales no” (Roberto, estudiante).

Como en el subtema anterior se muestra una matriz del uso que los entrevistados le dan a las redes sociales de acuerdo a su ocupación:

	Entretenimiento	Información	Comunicación
Estudiante y trabajador de tiempo parcial	Uso alto	Uso medio	Uso alto
No estudiante	Uso medio	Uso bajo	Uso alto

Figura 30. Matriz de uso de Redes Sociales entre estudiantes y no estudiante, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

Se encuentra que el uso de redes sociales varía mucho de una matriz a otra. Para los estudiantes y trabajadores de tiempo parcial el uso de las redes sociales como entretenimiento es alto ya que comentaron que para ellos las redes sociales es una manera de “distraerse” y les resulta atractivo el contenido que ven en ellas pero, comentaron que están conscientes de que a veces es una pérdida de tiempo; además agregaron que por medio de grupos de Facebook de la escuela, comparten contenido de acuerdo a sus clases y les resulta un medio de comunicación ágil tanto para cuestiones escolares como para comunicarse con amigos o familia. En cuanto al uso de informativo, resaltaron que por medio de portales digitales en Facebook de medios de comunicación pueden enterarse de lo que acontece en el día, debido a que siguen las páginas de noticias locales y mundiales.

Por otro lado, los no estudiantes que corresponden a trabajadores de tiempo completo y una de las entrevistadas que es ama de casa, aseguraron que de vez en cuando usan las redes sociales como medio de entretenimiento sin embargo no lo consideran algo relevante en su vida. En tanto, el uso de información lo consideran muy bajo, sí siguen páginas de noticias pero por su rutina y estilo de vida, no utilizan las páginas de medios de comunicación como medio de información, tienen otros medios para informarse como su círculo social o medios de comunicación tradicionales. Pero, sí consideran a las redes sociales como un medio muy alto en el que pueden comunicarse con su familia y amigos, ya sea por messenger de Facebook o Whatsapp.

De este subtema puede percibirse que las redes sociales cumplen dos esquemas importantes: Entretenimiento y herramienta de comunicación. Todos los entrevistados comentaron que en Facebook dependiendo de las páginas que sigan, los grupos en los que estén y las preferencias de su círculo de amigos, pueden acceder a diferentes contenidos, en especial aquellos que les llamen la atención. Pero, absolutamente todos los entrevistados siguen a los medios de comunicación digitales morelianos en esta red social, como lo es: Mi Morelia.com.

Es importante resaltar que este medio digital lo utilizan para informarse de aquellos acontecimientos importantes, sustituyéndolo la mayoría de las veces por algún otro medio de comunicación como la radio, la televisión o el periódico y 10 de 11 entrevistados, ven las noticias desde la plataforma de Facebook de Mi Morelia.com para después, en algunas ocasiones, transportarse al sitio web del medio, siempre y cuando la noticia les resulte interesante. Sólo uno de los entrevistados comentó que lee el periódico y escucha la radio de vez en cuando para

mantenerse informado, pero las otras veces va directamente al sitio web de Mi Morelia.com o Quadratín, nunca entra desde Facebook a estos portales.

En cuanto a los no estudiantes, su primer canal informativo podría ser de otra manera como el contacto directo con personas de su círculo social. Es significativo destacar esto, ya que los no estudiantes, son los que podrían estar más apegados a la teoría de la influencia personal ya que son los que en un punto sí podrían tener charlas con familiares o amigos para enterarse de lo que pasa en la actualidad de México o noticias variadas, y como segundo punto, podrían enterarse por medios de comunicación o redes sociales.

4.4. Comunicación de los jóvenes millennials con su círculo social

En el bloque de las relaciones familiares y de amistad que tienen los entrevistados, todos expresaron tener buena relación y comunicación sobre todo con su núcleo familiar y los principales temas de los que suelen hablar es acerca de las problemáticas familiares y de cómo fue el día de cada uno de los integrantes.

“Solemos hablar de lo que nos pasa en el día, como nos vemos hasta que yo llego de la escuela por las tardes no suelo pasar mucho tiempo con ellos entre semana, así que hablamos de nuestro día, algún tema familiar o una noticia que sea como que muy importante o tenga un alto impacto”.
(Uriel M., estudiante).

Todos respondieron que entre semana casi no pasan tiempo con sus padres debido a las actividades y su rutina diaria, pasan más tiempo con compañeros y amigos. Sin embargo, muchos argumentaron que es diferente la relación que viven con su familia a la que sostienen con conocidos y amigos íntimos donde comentaron que la relación es más abierta y se pueden expresar de manera más libre, además de que tienen más confianza con sus amigos que con padres y hermanos; a excepción de la joven que ya es madre de familia quien dijo que ya no conserva un gran número de amigos debido a las responsabilidades en el hogar y con quien habla de mejor manera es con su esposo y sus padres.

	Familia	Amigos	Círculo íntimo
Estudiante y trabajador de tiempo parcial	Comunicación media a alta	Comunicación alta	Comunicación media
Trabajadores tiempo completo	Comunicación baja a media	Comunicación media	Comunicación baja
Ama de casa	Comunicación alta	Comunicación baja	Comunicación baja

Figura 31. Matriz de comunicación con círculo social de jóvenes estudiantes, trabajadores de tiempo completo y ama de casa. Elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018

En la tabla podemos encontrar que los estudiantes mantienen una comunicación de media a alta con sus familias, algunos entrevistados puntualizaron que la relación que llevan con su familia es muy buena, pero la mayoría del día se la pasan distanciados, lo único de lo que suelen hablar cuando se ven es de lo que acontece en su día y algunos problemas personales; aunque con quienes se sienten más abiertos a hablar de temas abiertos es con sus amigos. En tanto, con su círculo social íntimo pueden conversar de temas más generales como noticias relevantes o situaciones de escuela o trabajo.

Los trabajadores de tiempo completo comentaron que la comunicación con su familia es de baja a media debido a que están incorporados al trabajo tiempo completo y les absorbe todo el día, por lo que los fines de semana es cuando más pasan tiempo con su familia, pero sólo suelen hablar de cómo les fue en la semana. Con sus amigos la comunicación es media y conversan con ellos de intereses en común por medio de redes sociales como WhatsApp o Facebook. Pero la comunicación es muy baja con su círculo social ya que en primera instancia sólo entablan conversación con compañeros de trabajo.

La entrevistada ama de casa comentó que la comunicación con su familia es muy alta, a diferencia del resto de los entrevistados, ya que su esposo es la persona con la que habla prácticamente de todo y cuando visita a su familia mantienen una excelente relación; también comentó que debido a sus actividades diarias que ya no son parecidas a sus amigos, no mantiene una alta relación como solía tenerla cuando estaba soltera y acudía a la escuela, y de igual manera con su círculo social íntimo.

La mayoría de los entrevistados viven con sus padres y hermanos, a excepción de la joven casada quien vive en casa de la familia de su esposo, la egresada de Odontología que se independizó y sólo vive con su hermano; y de la estudiante y trabajadora de mercadotecnia que se independizó desde los 19 años.

En estas preguntas donde se quiso saber acerca de la relación con el círculo social de los millennials, se pudo notar que existe una semejanza en cuanto al estilo de vida de cada uno sin importar su situación social o de ocupación. Lo que los hace semejantes por sus actividades son las relaciones familiares y de amistad, e incluso una comunicación similar, lo que puede llegar a interpretarse como un mismo estilo de vida ya sea por el lugar donde se reside, la educación otorgada; o para resumir: una similitud entre los contextos familiares existentes en Morelia.

4.5. Líderes de opinión e interés en la política de los millennials morelianos

De todos los entrevistados, sólo una persona comentó que se encuentra interesado por completo en la política, comentando que esto se debe a que en su carrera se trata todo el tiempo este tema.

“Sí, me gusta mucho y estoy muy inmerso en la información política debido a que mi carrera tiene que ver mucho con ella, me nace investigar y empaparme del tema tanto nacional como internacional, a pesar de que muchas veces el concepto de política se ve deformado debido a la corrupción y personajes políticos”. (Diego, M., estudiante).

Los demás, expusieron que no es de su interés debido a que, en primera instancia, los temas sociales no tienen relación con sus carreras o estudios, y en segunda, no les interesa lo que sucede dentro del ámbito político debido los actos corruptos del gobierno actual y las faltas cometidas hacia la sociedad.

“Como país estamos muy rezagados en ese aspecto, entonces yo la verdad admiro a otros países por su política, pero en México estamos muy rezagados, existe corrupción y las personas en el poder no hacen algo para que el país avance. No es de mi agrado la política debido a eso”. (Uriel T., estudiante y trabajador).

“No es que no me importe la política, es que no tuve esa información política del seno familiar porque no tuve tanta relación con eso. A lo mejor por eso no le tomo importancia. Pero igual y sí a veces pienso: “Esta persona hubiera sido mejor” o cosas así pero nunca me meto a fondo a hablar de esos temas con las personas ni con mi familia”. (Nelly G., egresada de odontología).

“La política no es para nada de mi agrado. Principalmente porque es un tema que se me hace muy aburrido por cómo está el país y como se lleva la política aquí. Sé que me afecta en muchas cosas, pero en cuanto yo esté haciendo lo mío prefiero no mezclarme con esos temas”, (Lesley A., egresada de Medios Interactivos”).

En tanto, las personas que no estudian comentaron que no es de su interés debido a que no tienen muchas pláticas acerca de esto en su vida. Sin embargo, los siete entrevistados que contestaron dijeron que actualmente con el tema de las elecciones es más común recurrir a este tópico durante cualquier conversación que tengan, pero antes, era más raro que pudiera hablarse.

Por otro lado, la mayoría de los jóvenes entrevistados definieron al preguntarles acerca de sus líderes de opinión dentro de su círculo social lo siguiente:

Sus padres

- Debido a que desde pequeños los consideraron una guía de vida que formaron sus ideales, sin embargo, ahora que se encuentran estudiante la carrera y están trabajando parcialmente, creen que su ideal lo están formando por sí mismos, ya que sus padres pueden equivocarse en algunas cuestiones y no siempre pueden tener la razón.

Profesores

- Los maestros siempre han sido una fuente de información para ellos por lo que siempre los toman de ejemplo en cuanto a sus carreras, pero al momento de hablar de otros temas por ejemplo política, no toman demasiado interés a menos que sus ideales sean parecidos a los suyos.

Personajes de Internet

- Algunos de los entrevistados comentaron que siguen a personas con los que se identifican y que toman como personas cuyo intelecto en cierta medida idolatran, por lo que los consideran sus líderes de opinión, pero no en cuestiones políticas. Estas personas las siguen por medio de redes sociales e Internet y llegaron a ellas debido a los gustos que tienen.

Figura 32 Líderes de opinión en jóvenes millennials morelianos.

Elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.

En temas políticos consideran que los únicos que pudieran ser sus influyentes son sus padres, ya que, en épocas electorales como las elecciones del 2018, pueden salir temas acerca de esto, pero ellos lo complementan con lo que ven en la Internet como las noticias.

Y en dos respuestas se señaló que amigos o ellos mismos son líderes de opinión para su círculo social como su familia. Pero se señaló durante las entrevistas que casi todos los jóvenes entrevistados están conscientes de que tener a un líder de opinión significa servir a los intereses de una persona de acuerdo a los ideales, y que, aunque los padres o personas que consideran sus maestros en cuanto a ciertos temas no siempre suelen tener la razón.

“Sí conozco personas que admiro porque saben mucho, pero, aunque esas personas fueran a votar por Anaya, yo no lo haría, yo seguiría con mi misma decisión. Es dividido. Como he crecido ya no mantengo siempre las mismas opiniones con mis padres, yo formé como mi propio pensamiento, que en parte sí influye por ellos, pero ya no por completo. Y mis líderes de opinión, bueno pues considero que ellos ven por sus propios intereses, así que tampoco creo que sus ideales lleguen a impactar totalmente en mi pensamiento”, (Uriel T, estudiante y trabajador).

“Mis líderes de opinión son maestros, mi abuela y mi mamá, siento que dentro de lo que ellas saben, saben mucho, entonces busco lo mejor que me puedan aportar en lo que sean expertos o que sepan”, (Diego M., estudiante).

“Es depende del tema, te comento que mi papá por el hecho de que sabe mucho de matemáticas y a mí me gusta mucho, y hay cosas que yo no sé y él me las transmite, ahí podría considerarse mi líder de opinión. Pero, pero en temas como religión o diversidad o en este caso de política, no los adopto cuando me los dice él”, (Monserrat A., estudiante).

“Mis padres, tal vez por lo mismo de que siempre han sido esa figura que me educó, pero ahora que estoy grande siento que no concuerdo totalmente con lo que ellos piensan, y que ahora yo tengo otros pensamientos diferentes”, (Israel S., trabajador).

“En mi casa, mi papá. En la escuela, el jefe de departamento de mi carrera. Y en general, el presidente de Corea del Sur”, (Paulina Ch., estudiante).

“Considero a mi mamá líder de opinión en cosas de la vida, me da consejos y sé que puedo acudir a ella por lo sabía que es. Pero en otras cosas tal vez pueden ser mis maestros o mi amigo que sabe mucho de política y cosas sociales”.

“Consideraría que yo podría serlo para ellos, el que les dice o comenta acerca de algo y me ven como una persona conocedora. Nadie de mi familia tiene estudios, entonces tal vez como yo estoy estudiando, en la escuela se comentan cosas y luego a mi casa y les comparto mi punto de vista, ellos también comienzan a opinar y me ven como una persona que les informa acerca de los acontecimientos. Ellos tienen su criterio propio, pero creo que yo soy un factor para que comencemos a hablar de temas de interés general”, (Uriel, estudiante).

Para finalizar con los resultados, algunos de los entrevistados argumentaron que utilizan las redes sociales y la internet como un punto para despertar el interés en ciertos temas que después investigan y con sus propias vivencias pueden formar su criterio propio.

“Si veo algo que despierta el interés en mí de lo que no sé, si es un medio para que yo lo vea y pueda investigar más a fondo en el buscador. Pero no para que forme mi propio criterio”, (Diego M., estudiante).

“A partir de redes sociales yo puedo generar mi opinión. Y ya para poder expresarla en mi entorno. O sea, como te decía ahorita, a pesar de que a veces no me meto a revisar las noticias. Por ahí puedo saber qué es lo que está pasando. Y a las noticias a las que sí me meto a partir de ahí comienzo a generar mi propia opinión para llegar con mi familia por ejemplo y decirles o compartirles mi opinión”, (Uriel T., estudiante).

Es decir, van a la par de lo que pudieran investigar y ver en los medios de comunicación digitales, su experiencia propia y la comunicación que mantengan con líderes de opinión o círculo social.

Es claro que hoy en día los jóvenes están tomando diferentes decisiones a las que sus padres manifiestan, esto debido a la existencia de un pensamiento consciente en su actuar con el propósito de superarse y no estancarse en sus metas personales. La política la ven actualmente como algo importante que no hay que tomar a la ligera, sin embargo, deciden no involucrarse en temas como estos debido a la situación actual del país, y este concepto ya mencionado, fue

uno de los más importantes para conocer externamente cómo toman alguna decisión la juventud actual, ya que independientemente de la política, los millennials saben que conforme van creciendo, también van adquiriendo responsabilidades que puede llevarlos a mejorar su nivel de vida y en particular con su círculo social y las elecciones presidenciales, los entrevistados comentaron que todos acudirían a votar el 1 de julio de 2018 ya que sabían que precisamente el ejercer su derecho de voto es una responsabilidad que inicia su vida adulta.

Además, la mayoría ha optado por informarse, lo que demuestra que antes de tomar una decisión, primero analizarán sus opciones, y que, a diferencia de otros estudios, queda comprobado que en particular con los jóvenes millennials morelianos, es un error catalogar a esta generación como jóvenes nativos digitales que no se informan.

Por último, hay que repasar acerca de lo que tienen en común esta nube de palabras generadas, pues a pesar de que se pretendió particularizar en la política, los jóvenes hoy en día se reconocen como personas de pensamiento independiente y que no cualquier persona puede influirlos en su actuar, ya sea su familia, amigos o la Internet, prefieren crear su propio criterio de acuerdo a lo que ellos viven día a día, y aunque los factores mencionados anteriormente sí pueden hacerlos reflexionar, ellos utilizarán varias fuentes para realizar una conclusión importante en su vida.

Conclusiones

La pregunta que detonó esta investigación se relaciona con la búsqueda de comprender el peso que las redes sociales tienen en la construcción de ideas y opiniones de los jóvenes millennials respecto a su entorno. Es decir, ¿Los jóvenes millennials morelianos se verán influenciados en cuestiones políticas por sus líderes de opinión o por contenidos generados en Facebook? En otras palabras, se buscó entender el sentido que los jóvenes otorgó en las pasadas elecciones presidenciales a la información que estos consumieron vía redes sociales, principalmente Facebook.

En este sentido, partimos del supuesto del “líder de opinión” establecida en la teoría clásica de los dos pasos de Paul Lazarsfeld y Elihu Katz (Randstand, 2015), donde se habla de la influencia que una persona tiene sobre otras en un grupo determinado a partir de su estatus como experto y de su carisma personal y la enriquecimos con los planteamientos del poder que se encierra en la información privilegiada de los expertos (Levitt & Dubner, 2014).

Para fines de este trabajo, las conclusiones se presentarán en tres sentidos concretos: En primer lugar se expondrán los aspectos relacionados con el planteamiento de esta tesis, mismos que aparecen en la introducción y que son la respuesta a las preguntas de investigación, los objetivos propuestos y el supuesto proyectado para dar respuesta a los anteriores; en segunda instancia se hablarán de los principales hallazgos que no se tenían en cuenta al momento de plantear el supuesto, y que fueron clave para reforzar este trabajo; y por último, se hablarán de posibles temas donde se pueden realizar trabajos futuros para una investigación consolidada del tema entre jóvenes y la política.

5.1. Sobre el planteamiento de la tesis

Partiendo de esta base, se indagó respecto a las personas que los jóvenes consideran su líder de opinión, es decir, las personas cuya opinión respetan y validan. Encontrando que en su mayoría el término les resultó ajeno a ellos y confuso, inclusive, el concepto plantea una buena dosis de rechazo entre los jóvenes, que lo apreciaron como un enfoque que busca imponer ideas y manipularlos. No todos los jóvenes consultados están conscientes de quién pudiera ser su líder de opinión y en su mayoría, dijeron que no consideran a nadie su líder de opinión.

Lo paradójico de este descubrimiento es el hecho de que los entrevistados no realizan actividades encaminadas a evitar la manipulación o la influencia de la información errónea o no sobre ellos. Es decir, piensan que las redes sociales pueden convertirse en una herramienta de manipulación y sin embargo, no tienen una posición activa para impedirlo. Una de las actividades que se realizaron con los participantes fue el dejar en claro que es un líder de opinión y se les explico a grandes rasgos la teoría de la comunicación del flujo de la información en dos pasos para un mejor entendimiento del concepto.

Ante esta información, uno de los entrevistados expresó su desagrado por esta idea, ya que, al tener un líder de opinión, lo que se tiene es una fuente de influencia y manipulación, donde esta persona (el líder de opinión) es observada como un agente egoísta que busca únicamente su propio interés.

El estudio descubrió que los jóvenes tienden a establecer ideas muy fuertes respecto a su propia vida, planteando una visión clara de lo que ellos consideran importante. Para los millennial entrevistados, su realidad inmediata está centrada en sí mismos, lo anterior no quiere decir que no tengan conciencia social o que sean sumamente egoístas o individualistas, pero si son rasgos que sobresalen en ellos. Lo anterior podría relacionarse con el ámbito urbano y el propio acceso a internet.

La mayoría resaltó que se consideran con una madurez mayor a la que tenían sus padres al tener su edad, pues a pesar de que se podría decir que se siguen teniendo lazos fundamentales entre familia, la mayoría se informa y empapa de los temas que acontecen en la sociedad por su cuenta y no preguntándole qué pasa a los que podrían ser sus líderes de opinión.

Los objetivos particulares fueron los siguientes:

1. Encontrar si la teoría de la influencia personal sigue siendo vigente para nuestros objetos de estudio.

En lo cual puede decirse que en parte sí se encuentra vigente debido a que los jóvenes sustituyen los medios tradicionales de comunicación por la Internet y las redes sociales. Es interesante señalar esto debido a que antes de ir con cualquier persona a preguntar o informarse acerca de cualquier tema, ellos recurren principalmente a la internet.

De hecho, de acuerdo a las respuestas que ellos dieron, puede notarse una evolución en los medios ya que ahora migraron sus contenidos a plataformas como Facebook donde pueden verse las noticias al momento de una manera más ágil, lo que resulta atractivo para las personas y que por este medio, es que ellos se enteran de muchos de los acontecimientos, incluso más que por la radio, la televisión o la prensa.

Por otro lado, la mayoría de los jóvenes entrevistados comentó que en su círculo social sus principales líderes de opinión suelen ser sus padres, maestros e incluso personajes a los que no conocen como periodistas, youtubers

2. Determinar el uso de Facebook en el proceso de la decisión de voto de los jóvenes millennials morelianos que votarán por primera vez en 2018, en unas elecciones federales.

Para este objetivo particular, no se encontró una relación entre el uso que le dan a Facebook y si decidirán votar en las elecciones, pues a esta red social la ven más como entretenimiento y un medio de comunicación que les permite estar en contacto con amigos y familiares. Sin embargo, la mayoría sí aceptó que siguen páginas de noticias y de esta forma se enteran de algunos acontecimientos, además también de contenido que comparten sus amigos agregados en esta plataforma y con ello se resuelve en parte el siguiente objetivo.

Es verdad que los jóvenes morelianos utilizan las redes sociales como un medio de entretenimiento y comunicación, y que, de acuerdo a sus respuestas, sí es algo indispensable para ellos. Considero que a pesar de las inferencias que pudieran tener tanto los jóvenes estudiantes, los incorporados al trabajo y la joven ama de casa, todos tienen en común que el uso de la Internet y las redes sociales es algo que ya no pueden dejar de lado como una actividad diaria.

3. Determinar si existió o no influencia de los contenidos de Facebook publicados por páginas o por amigos de los millennials, para que opten por algún candidato. O bien, si tendrá más peso la influencia de los líderes de opinión con los que conviven.

No existió influencia por parte de los contenidos a los que estuvieron expuestos los millennials para que optaran por algún candidato. No obstante, se concluye que sí fue pieza clave para saber más acerca de ese candidato y familiarizarse más con su imagen y personalidad reforzando que sí querían votar por él.

La influencia de sus líderes de opinión para la mayoría sí fue decisiva debido a que muchos aún siguen la línea de escuchar qué dicen sus padres o amigos de algún partido y ver si ellos también querían elegir de la misma forma, pero en su mayoría lo utilizaron como un refuerzo.

La decisión de voto de la mayoría dio como resultado una combinación de ambas partes: Internet y Facebook, así como también de sus líderes de opinión para poder tomar una decisión. A excepción de dos personas quienes aseguraron votaron por los candidatos que sus familias apoyan.

4. Encontrar si existirá interés en la política por los jóvenes a estudiar y si esto se vio reflejado en el uso que hacen de Facebook.

De todos los entrevistados, fue uno el que contestó sí tener interés en la política, los demás mostraron su descontento hacia partidos políticos y funcionarios públicos y a unos pocos les daba lo mismo lo que aconteciera en el país en tanto ellos estuvieran bien.

Para este punto se puede concluir con que el millennial que contestó sí estar interesado en este tema declaró que le gusta este tema pero no por el uso que hace de las redes sociales y la Internet, sino porque se considera una persona analítica y que gracias a su carrera comenzó este interés.

Las personas que dijeron no estar interesadas, la mayoría argumentó que a pesar de que no les guste, sí se mantienen informados de las cuestiones sociales de nuestro país y se informan por medio de noticias en internet y noticias en redes sociales.

5. Saber si los jóvenes estuvieron expuestos a contenidos políticos antes de las elecciones y durante éstas y de qué forma reaccionaron.

Los jóvenes sí estuvieron expuestos a contenidos políticos antes de las elecciones, sin embargo, fueron sólo los estudiantes los que respondieron que reaccionaban ante esos contenidos a menos de que fuera importante y estuviera en discusión global o nacional. La persona que trabaja y la que es ama de casa, contestaron para nada estar expuestos a contenidos políticos de ninguna clase ni estar interesados en saber.

Pero, durante las elecciones todos sin excepción si estuvieron expuestos a contenidos políticos como publicidad en redes sociales e Internet y nuevamente, los estudiantes eran los que los leían y se interesaban en esto.

Por su parte, el supuesto planteado fue el siguiente:

Pese al alto nivel de conectividad tecnológica de los denominados “millennials”; estos se ven influenciados en materia política de manera preponderante por sus grupos sociales más inmediatos y no por las campañas políticas distribuidas en Facebook.

Es interesante lo que se encontró pues el supuesto resultó no ser en su totalidad cierto.

Dependió mucho con qué joven millennial se estaba tratando ya que los estudiantes mantienen características semejantes, aunque no totalmente similares, y los trabajadores mantienen otras al igual que los padres de familia.

De los entrevistados sólo dos personas contestaron que sí se influyen en materia política por sus líderes de opinión que resultan ser sus padres: una estudiante y joven madre de familia y ama de casa.

Otra parte del segmento entrevistado que a pesar de que sí tienen identificados a sus líderes de opinión, ellos mismos forjan sus conocimientos informándose con respecto a lo que aprenden en la escuela (no a la opinión de sus profesores), y a los contenidos que buscan en Internet.

En tanto, el resto de los millennials dijo no tener un líder de opinión ya que esos líderes mostraban tener intereses propios y no siempre se encuentran en lo correcto, por lo que deciden informarse ellos mismos en vez de acudir a alguien y dejarse influenciar.

Para aclarar lo siguiente, considero pertinente mencionar nuevamente que los entrevistados utilizan a diario redes sociales, unos más que otros, pero todos están expuestos a diversos contenidos de acuerdo a sus intereses personales en la web; y debido a esto, no todos vieron publicidad de los candidatos a la presidencia ya que no los seguían en perfiles personales, por lo que es un buen punto para que no les aparecieran contenidos relaciones a ellos. Pero a lo que sí estuvieron expuestos fue a los famosos “memes” que llamaban su atención e incluso se divertían con ellos.

Algunos de estos memes les resultaban graciosos ya que conocen, por lo que escucharon de sus líderes de opinión o en medios como la Internet, el pasado de cada uno de los candidatos, además de que algunos de ellos visualizaron el debate político, por lo que encontraban semejanza con lo que las imágenes trataban de relatar.

5.2. Hallazgos más sobresalientes e inferencias sobre ellos

El papel de las redes sociales en las elecciones del 2018, entre los jóvenes entrevistados, no tuvo demasiada relevancia debido a que la mayoría de ellos no tienen interés por la política ya que no están de acuerdo en cómo se lleva el proceso electoral en nuestro país.

No existió influencia alguna para que decidieran votar por un presidente de la república, le tomaron más apego a lo que escuchaban de su círculo social y aunque de vez en cuando podían visualizar una nota de este tema, ellos las leían con el propósito inconsciente de tomar una decisión acerca de quién sería la mejor opción.

Considero que esto es muy importante, pues a pesar de que los líderes de opinión siguen siendo un pilar importante en las decisiones de la vida de los jóvenes, éstos también han decidido crear su propio ideal consultando diversas fuentes, tomando a las fuentes como varias personas, varios medios de comunicación y analizar lo que está pasando en nuestro país.

Anteriormente podía verse que en las generaciones pasadas era más marcado el hecho de que un joven estuviera muy apegado a los principios de su familia o círculo social principal, pero hoy en día ha cambiado esto, y en parte pienso que se debe a que existe una mayor libertad de expresión en los medios que consumimos diariamente, pues antes no se solían tratar muchos

temas de los que ahora sí se hablan, y eso ha dado paso a crear debates entre ellos mismos y que sus ideas sean fortalecidas de acuerdo a lo que aprendieron en casa y lo que viven fuera de ella.

Por lo que sí, en temas generales como la sociedad, cultura, política, economía y temas semejantes de índole pública, se puede observar una apreciación por lo que está pasando en el presente y de ahí parten para comenzar su criterio propio.

Es muy interesante encontrar que un joven urbano hoy en día que tiene más fácil acceso a la tecnología e internet está siendo más analítico para la toma de decisiones. Las redes sociales son un factor primordial en la vida de la mayoría de las personas hoy en día, gracias a ellas se puede tener acceso a la mayoría de contenido global y con oprimir una sola tecla, se puede mantener el contacto con un alguien cercano.

En estas plataformas digitales, y como ya se había mencionado, la mayoría de los contenidos publicados en otros medios ahora también se publica por estas vías debido a su rápida divulgación y el costo que no se compara con cualquier otro medio.

Durante las elecciones presidenciales del 2018 en México, se pudo observar que los diferentes medios de comunicación difundieron noticias de los candidatos electorales y toda la jornada política de los mismos. La mayoría de las personas leía estas notas y de esa forma se mantenían informados. Sin embargo, para los jóvenes entrevistados, este tipo de contenido no tuvo gran relevancia.

Ellos están conscientes de que las elecciones es un proceso muy importante para el país, pero debido a la corrupción presente, están en desacuerdo con la mayoría de las decisiones que se toman, por lo que no encuentran gran interés en este tema. Algunos de ellos comentaron que sí leían alguna que otra nota por medio de los portales digitales en redes como Facebook, pero los leían para saber qué es lo que estaban pasando e ir viendo cuál sería la mejor opción como presidente de la república; pero no todas las notas las leían, sólo aquellas que consideraban relevante, por ejemplo, las propuestas de los candidatos.

5.3. Recomendaciones y Trabajos futuro

Para finalizar con las conclusiones, es importante decir que esta investigación puede servir como un trabajo que contribuya a diversas investigaciones futuras que se pudieran desprenderse de este análisis. Durante esta investigación también existieron diversas pautas que reflejaron retos investigativos para futuros análisis, por ejemplo:

1. Investigar a fondo la imagen negativa que los jóvenes tienen del actual sistema político mexicano ya que a pesar de que crecieron en una época con mayor libertad de expresión, ellos comentaron que la forma en cómo se encuentra México no es de su agrado y las figuras políticas no realizan un correcto mandato en pro de la sociedad.
2. La evolución futura de las redes sociales: Tanto la evolución de las plataformas para establecer escenarios de apertura y opinión pública, y las estrategias que se encuentren en circulación al momento de alguna elección política.
3. El cambio constante de la juventud: Hablar de los jóvenes como un grupo estable es erróneo. Cada generación se distingue por diversos factores que los clasifican como tal, es necesario seguir dando continuidad a la investigación de éstos ya que los millennials entrevistados en este trabajo son, por así decirlo, los últimos jóvenes pertenecientes a la generación millennial y se abre camino a una nueva brecha generacional: La generación Z, nacidos después del año 2001. En este punto es importante mencionar que el concepto de millennial es complejo y ya no servirá para definir a la nueva juventud que actualmente tiene menos de 18 años.
4. Seguir reforzando continuamente la teoría de la comunicación en dos pasos: Si antes se sometió a investigación una generación que antecedió a los millennials, se tiene que seguir comprobando si las premisas de dicha teoría seguirán manteniendo un status quo o evolucionarán.
5. Establecer una investigación similar a la presente tesis, pero en jóvenes que viven en ambientes rurales: En este trabajo sólo se analizó a jóvenes de urbes, pero ¿qué pasa con los jóvenes que viven fuera de la ciudad?

Bibliografía

- L.E.K. Consulting. (2016). *Hábitos de consumo de Millennials*. Obtenido de L.E.K. Consulting.
- Canel, M. (2006). *Comunicación Política: una guía para su estudio y práctica*. España: Tecnos.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2013). El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global. En Turner, *9 ensayos fundamentales sobre cómo internet está cambiando nuestras vidas*. España: OpenMind-BBVA.
- Chetty, S. (1996). *The case study method for research in small and medium sized firms*. *International Small Business Journal*. International small business journal.
- Levitt, S. D., & Dubner, S. J. (2014). *Freakonomics: Un economista en la calle Explora el lado oculto de todo*. CDMX: B de Books.
- Crespo, R. (2017). *Noticias falsas: la desinformación en tiempo de Facebook y cómo detectarla*. Obtenido de Anima político: <http://www.animalpolitico.com/2017/02/noticias-falsas-la-desinformacion-tiempos-facebook-detectarla/>
- Luna Susunaga, I. (abril de 2015). *Las redes sociales: el nuevo espacio público donde se crea la opinión pública*. Toluca, México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Álvarez-Gayou, J. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa*. CDMX, México: Paidós.
- Aguilar López, J. (25 de Marzo de 2019). *Voto joven 2018*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de Oraculus.mx: <https://oraculus.mx/2019/03/25/voto-joven-2018/>
- Aguilar, C. (Octubre de 2011). *Uso de Facebook entre jóvenes universitarios de Querétaro como herramienta para fortalecer su cultura política*. CDMX, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Aguilar, J. (26 de Julio de 2017). *El comportamiento electoral de los jóvenes en México*. 9º Congreso Latinoamericano de Ciencia Política, organizado por la Asociación Latinoamericana de Ciencia Política (ALACIP).
- Andrade, E. (1990). *Introducción a la Ciencia Política*. D.F., México: Oxford.

- Asociación Mexicana de Internet. (2017). Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México. México. Obtenido de Asociación de Internet: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de-los-Usuarios-de-Internet-en-Mexico-2017/lang,es-es/?Itemid=>
- Assifi, N., & French, J. (1991). *Guía de planificación de comunicación en apoyo a la campaña de desarrollo rural*. (Vol. 5). Costa Rica: Manual Técnico. Bib. Orton IICA / CATIE.
- Barrio del Castillo, E. (2017). *El estudio de casos*. Obtenido de Universidad Autónoma de Madrid: https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est_Casos_doc.pdf
- Bauman, Z. (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- BBC. (30 de junio de 2018). *Elecciones en México: por qué la mayor generación de jóvenes con derecho al voto en la historia es clave en los comicios*. Recuperado el mayo de 27 de 2019, de BBC Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-44624409>
- Benvenuto, S. (1 de febrero de 2015). *Qué son los millennials? ¿Eres tú uno de ellos?* Recuperado el 27 de mayo de 2019, de Vix.com: <https://www.vix.com/es/btg/curiosidades/7936/que-son-los-millennials-eres-tu-uno-de-ellos>
- Berger, P. &. (1968). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu editores.
- Bizquerra, R. (2004). Metodología de la investigación educativa (Vol. 2). *Perspectivas educativas* , 13-22.
- Bolívar, M. (1975). *La Política como ciencia*. México: Universidad Autónoma de México.
- Boyd, D. &. (2008). Social Network Sites. Definition, history, and Scholarship. *Revista de Educación a Distancia* , 210-230.

- Delarbre, J. (Mayo de 2018). La Participación Política de los Universitarios en la esfera pública. Ciudad de México, CDMX, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- DeFleur, M. &.-R. (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. New York, United States: Paidós.
- Durango, E. S. (23 de Julio de 2018). *Voto joven decidió elección 2018* . Recuperado el 23 de Junio de 2019, de El Siglo de Durango: <https://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/979668.voto-joven-decidio-eleccion-2018.html>
- Eloriente.net. (2014). *4 de cada 10 mexicanos tienen interés en la política: IFE*. Recuperado el 2018 de marzo de 8, de Eloriente.net: <http://www.eloriente.net/home/2014/06/17/4-de-cada-10-mexicanos-tienen-interes-en-la-politica-ife/>
- Espino, G. (2007). El nuevo escenario de la comunicación política en las campañas presidenciales de México. Barcelona, España: Departamento de Ciencia Política y Derecho Público Universidad Autónoma de Barcelona.
- Expansión. (28 de Agosto de 2014). *10 Rasgos que distinguen a un Millennial*. Obtenido de Expansión en alianza con CNN: <https://expansion.mx/mi-carrera/2014/08/20/10-rasgos-que-distinguen-a-un-millennial>
- Flores, G., & Pacheco, G. (2013). las redes sociales como espacios de participación política en los jóvenes universitarios. Toluca, México: Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma de México.
- Geifman, A. (2013). *¿Quiénes son los Millennials y qué los hace tan importantes?* Obtenido de Merca 2.0: <https://www.merca20.com/que-son-los-millennials-y-por-que-hay-que-entenderlos/>
- generacionmillennials.science. (2017). *Diferencia entre las generaciones*. Obtenido de generacionmillennials.science: <https://generacionmillennials.science/diferencia-entre-las-generaciones/>
- Girón, M. (2016). *Millennials, redes sociales y sector de lujo*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/millennials-redes-sociales-y-sector-de-lujo/>

- González, A. L. (23 de mayo de 2018). *Jóvenes: pieza clave en las elecciones 2018*. Recuperado el 27 de mayo de 2019, de Revista Ercétera: <https://www.etcetera.com.mx/revista/jovenes-pieza-clave-en-las-elecciones-2018/>
- Guardia de Viggiano , N. (2009). *Lenguaje y Comunicación*. Colección Pedagógica Formación Inicial de Docentes Centroamericanos de Educación Básica.
- Guerrero, J. (2018). Cultura política, construcción de la ciudadanía y participación electoral en jóvenes universitarios, en el contexto de la modernización del Estado Mexicano. Ciudad Nezahualcóyotl, Estado de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Guiu, D. (2017). *La importancia de las redes sociales*. Obtenido de Socialitic.com: <https://www.socialitic.com/la-importancia-de-las-redes-sociales.html>
- Gutiérrez-Rubí, A. (2017). *6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>
- Hüt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión social networks. *Revista reflexiones* .
- Hernández, M. I. (Junio de 2013). Comunicación política en redes sociales. Caso: Páginas en Facebook y Twitter de Norman Quijano, Óscar Ortiz y Will Salgado como candidatos a alcaldes durante la campaña electoral de 2012 en el Salvador. *Tesis de licenciatura* . El Salvador: Universidad Centroamericana "José Simeón Cañas".
- Hernández, S. (07 de Noviembre de 2017). *14 millones de jóvenes mexicanos definirán las elecciones de 2018*. Recuperado el 2019, de El Sol de México: <https://www.elsoldemexico.com.mx/mexico/politica/14-millones-de-jovenes-mexicanos-definiran-las-elecciones-de-2018-309346.html>
- Imagen en dinero. (2014). *La diferencia entre los millennials, sus papás y sus abuelos*. Obtenido de Obtenido de Imagen en dinero, en alianza con Excelsior: <http://www.dineroenimagen.com/2014-04-16/35878>
- INE. (2014). *Informe País sobre la calidad de la ciudadanía en México*. Obtenido de Instituto Nacional Electoral: http://portalanterior.ine.mx/archivos2/s/DECEYEC/EducacionCivica/Documento_Principal_23Nov.pdf

- Kvale, S. (1996). *InterViews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Morata.
- Martínez, L. (17 de mayo de 2018). *7 gráficos sobre los usuarios de internet en México en 2018*. Recuperado el 2 de junio de 2019, de El Economista: <https://www.economista.com.mx/tecnologia/7-graficos-sobre-los-usuarios-de-internet-en-Mexico-en-2018-20180517-0077.html>
- Martínez, J. (5 de marzo de 2018). *El voto millennial podría definir las elecciones del 1 de julio*. Recuperado el 27 de mayo de 2019, de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/el-voto-millennial-definira-las-elecciones-del-1-de-julio/>
- Meza Orozco, N. (5 de Julio de 2018). *El México de los jóvenes*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de Reporte Índigo: <https://www.reporteindigo.com/indigonomics/mexico-los-jovenes-poder-decision-elecciones-economia/>
- Noticias, U. (2018). *RESULTADOS ELECCIONES EN MÉXICO 2018*. Recuperado el 23 de Junio de 2019, de Univisión Noticias.com: <https://www.univision.com/noticias/elecciones-mexico-2018/resultados-elecciones-presidenciales-mexico-2018-julio-1>
- Notimex. (2015). *Facebook; de las redes sociales más usadas*. Obtenido de El Universal: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/techbit/2015/10/13/facebook-de-las-redes-sociales-mas-usadas>
- Ochoa, O. (2000). *Comunicación política y opinión pública*. D.F., México: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Parlange, C. (23 de Mayo de 2018). *¿Qué es un Influencer y cuál es su función?* Recuperado el 16 de Julio de 2019, de Endor: <https://www.grupoendor.com/influencer-funcion/>
- Quiroz Gaytán, B. (2016). *El papel de la red social Facebook en la percepción de las elecciones a la gubernatura de Michoacán 2015 entre los estudiantes universitarios de Morelia*. Michoacán, México: Tesis de Licenciatura, Universidad Vasco de Quiroga.
- Ramírez, C. (2013). *Tres características que diferencian a las Millennials mexicanas*. Obtenido de El Economista: <https://www.economista.com.mx/empresas/Tres-caracteristicas-que-diferencian-a-las-Millennials-mexicanas--20160413-0178.html>

- Randstand. (28 de diciembre de 2015). *El origen del líder de opinión: la teoría de los dos pasos*. Obtenido de <https://www.randstad.es/tendencias360/el-origen-del-lider-de-opinion-la-teoria-de-los-dos-pasos/>
- Rebolledo, R. (septiembre de 2017). *7 datos sobre los usuarios de internet en México en el 2017*. Obtenido de El economista: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2017/05/18/7-datos-sobre-usuarios-internet-mexico-2017>
- Rojas Soriano, R. (1986). *Guía para realizar investigaciones sociales*. México: Plaza y Valdés Editores.
- Salazar Carrión, L. (2007). Significados y valores de la política. En E. Florescano, *La Política en México*. México: Taurus.
- Seldon, A., & Pennance, F. (1967). *Diccionario de economía*. Barcelona, Barcelona, España: Dikos-Tau. Sedano.
- Sedano, G. (2012). *Características de las redes sociales*. Obtenido de Web espacio: <https://www.webespacio.com/caracteristicas-redes-sociales/>
- Stake, R. (1998). *Investigación con estudio de casos*. Madrid, Madrid, España: Morata.
- Tadamasa, K. (2017). *La opinión pública en Internet*. Obtenido de Nippon: <https://www.nippon.com/es/currents/d00333/>
- Tamayo y Tamayo, M. (2003). *El proceso de la investigación científica*. D.F, México: Limusa.
- Taylor, S. (1984). *Introducción a los métodos cualitativos*. Paidós.
- Urueña, A., Ferrari, A., Blanco, D., & Valdecasa, E. (Diciembre de 2011). Las redes sociales en Internet. *Revista Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la SI*, 16.
- Vázquez, R. (2014). *Breve recuento de las redes sociales*. Obtenido de Forbes, México: <https://www.forbes.com.mx/breve-recuento-de-las-redes-sociales/>
- Vázquez, R. (2014). *Breve recuento de las redes sociales*. Obtenido de Forbes México: <https://www.forbes.com.mx/breve-recuento-de-las-redes-sociales/>
- West, R., & Turner, L. (2004). *Teoría de la comunicación: Análisis y aplicación*. New York, United States: McGraw-Hill.

- Wolton, D. (1988). *La comunicación política, construcción de un modelo*. Barcelona, España: Gedisa.
- Wright, C. R. (1986). *Comunicación de masas*. México: Paidós Studio.
- Zavala, A. (2015). La participación política de los jóvenes en las elecciones presidenciales. Nezahualcóyotl, Estado de México, México: Universidad Nacional Autónoma de México. .
- Zentgraf, M. (2016). *El peligro de la información falsa en las redes sociales*. Obtenido de Made for minds: <http://www.dw.com/es/el-peligro-de-la-informaci%C3%B3n-falsa-en-las-redes-sociales/a-19230704>

Índice de figuras

Figura 1. Estadios fundamentales de las entrevistas, Álvarez-Gayou, 2003.....	xv
Figura 2. Categorías de redes sociales directas en función del enfoque, ONTSI, 2011.....	6
Figura 3. Uso de las redes sociales entre universitarios, Camilo José Cela, España, ONTSI, 2010	8
Figura 4. Motivos por los que influyen en las opiniones expresadas en redes sociales, ONTSI, 2011	9
Figura 5. Cronograma de tiempo de Facebook, ONTSI, 2011	12
Figura 6. Las redes sociales más utilizadas en México, Martínez, 2018.....	13
Figura 7. Sistema de composición de opinión pública en internet, Nippon.com, 2017	18
Figura 8. Proceso de la comunicación como una hélice de Frank Dance, Maraboto, 2014.....	27
Figura 9. Modelo lineal de la comunicación de Shannon y Weaver, West & Turner, 2004, pág. 9	28
Figura 10. Modelo interaccional de la comunicación de Scharamm, West & Turner, 2004, pág. 10	28
Figura 11. Estrategia de comunicación política, Assifi y French, 1991	31
Figura 12. Modelo del flujo de la comunicación en dos pasos, Lozano-Rendón, 2007.....	36
Figura 13. Diferentes formas con las que se han nombrado a los líderes de opinión en el tiempo, elaboración propia realizada a partir de un análisis de líder de opinión e influencer, 2019.....	38
Figura 14. Preferencia política de los jóvenes mexicanos, ENCPJ, 2012	42
Figura 15. Millones de votantes en México por grupos de edad, BBC, 2018.....	48
Figura 16. Seguridad de acudir a votar de los jóvenes de 18 a 23 años, Yamil Nares, 2018.....	50
Figura 17. Identificación de los jóvenes por partido político, Yamil Nares, 2018.....	50
Figura 18. Principal motivo por el que los jóvenes decidirán su voto, Yamil Nares, 2018	51
Figura 19. Principal problema del país percibido por la población joven de México, Yamil Nares, 2018.....	52
Figura 20. Porcentaje de votos obtenidos por candidato en las elecciones presidenciales de 2018, Fuente: PREP, 2018.....	53
Figura 21. Detalle de votos por partido político en las encuestas preliminares de la presidencia de México 2018, PREP, 2018.....	54

Figura 22. Resultados por candidato presidencial en el estado de Michoacán, Univisión Noticias, 2018.	54
Figura 23. Resultados por candidato presidencial en Morelia, Univisión Noticias, 2018.	55
Figura 24. Votos de jóvenes y adultos en las elecciones presidenciales de 2018. Elaboración propia con base en la encuesta de salida del 1 de julio de 2018 realizada por El Financiero, Jesús Aguilar, 2019.	56
Figura 25 Perfil de las personas entrevistadas en el estudio, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	60
Figura 26. Características de los entrevistados, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	63
Figura 27 Diferencia en el uso de internet entre jóvenes estudiantes y no estudiantes, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	65
Figura 28 Usos principales de internet entre jóvenes estudiantes y no estudiantes, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	67
Figura 29. Matriz de uso de Internet entre estudiantes y no estudiante, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	68
Figura 30. Matriz de uso de Redes Sociales entre estudiantes y no estudiante, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	69
Figura 31. Matriz de comunicación con círculo social de jóvenes estudiantes, trabajadores de tiempo completo y ama de casa. Elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	72
Figura 32 Líderes de opinión en jóvenes millennials morelianos. Elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	74
Figura 33 Palabras clave utilizadas por los entrevistados para describir el uso de Facebook, elaboración propia con base en el trabajo de campo, 2018.	¡Error! Marcador no definido.

Apéndice I Guía de entrevistas

Estructura de Entrevista

Tópico 1: Preguntas personales sobre los jóvenes millennials a entrevistar.

- ¿Qué te gusta hacer?
- ¿A qué te dedicas?
- ¿Qué haces en tu tiempo libre?
- ¿Cuáles son tus hobbies?

Tópico 2: Uso de Internet y Redes Sociales

- ¿Cuánto tiempo te la pasas en Facebook al día?
- ¿Qué es lo que más te gusta hacer en Facebook?
- ¿Cuáles son las publicaciones principales que ves en Facebook?
- ¿Qué tipo de cosas son las que más te encuentras cuando te metes a Facebook.
- ¿Cuándo entras ves algún tipo de contenido político?
- Generalmente, ¿qué es lo que haces cuando ves ese contenido político?
- ¿Has tenido algún conflicto con alguna persona en Facebook?
- ¿Pertenece a grupos en Facebook?
- ¿Cuáles son las principales páginas que sigues en Facebook?
- ¿Qué haces cuando ves contenido político (publicidad pagada en Facebook)?
- ¿Crees que eres activamente participativo al momento de encontrar alguna publicación que genera interés o debate en ti?
- Cuando encuentras alguna publicación donde alguna persona tenga una opinión diferente a la tuya, ¿qué haces?, ¿respondes, ignoras el comentario?
- ¿Qué otras redes sociales son las que sueles utilizar?
- ¿Publicas constantemente en Facebook?
- ¿Qué es lo que publicas generalmente cuando lo haces?

- ¿Compartes algún tipo de contenido? ¿Qué es lo que compartes?
- ¿Cuál se podría decir que es tu principal motivo para usar Facebook?

Tópico 3: Comunicación grupos sociales

- ¿Con quién vives en tu hogar?
- ¿Cómo es la relación con tus padres o las personas con las que vives?
- ¿Y cómo es la relación con tus amigos?
- ¿Y con profesores, compañeros de trabajo o algunas personas cercanas a ti?
- ¿Mantienes buena comunicación con tu familia, amigos, profesores, etc?
- ¿De qué temas son los que sueles hablar con tu familia?
- ¿De qué temas son los que sueles hablar con tus amigos?
- ¿De qué temas sueles hablar con profesores, compañeros de trabajo o algunas personas cercanas a ti cuando no tiene que ver con la actividad que suelen tener en común?
- ¿La política es de tu agrado?
- ¿Se llegan a tocar temas políticos con estas personas?
- ¿De qué manera participas cuando se tocan temas políticos durante una conversación?
- ¿Qué tipo de temas son los que hablas principalmente con tu familia?
- ¿Y con tus amigos?
- ¿Y en tu escuela se habla de temas políticos?
- ¿Participas cuando se exponen temas políticos para hablar con cualquiera de las personas de tu círculo social?
- ¿De qué manera participas?
- ¿Tu familia o allegados tienen un cierto favoritismo a algún partido político?
- ¿Conoces quiénes son los candidatos a la presidencia?
- ¿Crees que tu familia influye en cierta medida para saber cuál es tu posición en temas políticos?
- ¿Quién consideras que puede ser la persona que puede lograr una percepción tuya a algún tema político

Pilotaje

A continuación, se presentarán las conclusiones de nuestra investigación, las cuales se nutren principalmente de la información extraída de las entrevistas a jóvenes millennials de la ciudad de Morelia. Aplicadas a personas de 20 a 24 años, que al momento del estudio eran estudiantes universitarios de escuelas públicas y privadas; jóvenes que ya se encuentran integrados al mercado laboral; a personas con el doble estatus de ser alumnos y trabajadores de tiempo parcial; y una de las entrevistas incluyó a una ama de casa y madre de familia.

Si bien, no hay un criterio único para identificar lo que es un millennial, en este estudio se escogieron a jóvenes que al momento del estudio nunca habían votado por algún presidente de la república, es decir, que en las elecciones presidenciales del 2018 fueron su primera vez como votantes de un candidato a la presidencia. Este criterio fue el elemento principal para establecer los criterios de inclusión de los participantes.

El objetivo general de esta investigación fue determinar si la influencia política de los jóvenes millennials morelianos es originada por los ideales de los líderes de opinión cercanos a ellos tales como la familia, amigos, maestros y allegados íntimos. O bien, si estos comenzaron a tener una postura diferente debido al consumo de contenidos políticos en Facebook con los que pudieran llegar a interactuar. Y que cualquiera de las dos posibilidades, o ambas fueran un factor importante al momento de decidir su voto en la elección presidencial del 2018.

A manera de prueba, se realizó una primera entrevista con un joven estudiante de preparatoria de 18 años, a quien se le entrevistó en diferentes momentos para identificar los atributos que posiblemente se presentarían en las entrevistas subsecuentes. En este sentido, se entabló un dialogo con él, donde se ensayaron las diferentes opciones de pregunta y se compararon los resultados preliminares con él a manera de verificación.

A.1 Entrevista Uriel T.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Hogar del entrevistado	Entrevistado: Uriel T.
Fecha: Domingo 29 abril 2018	Edad: 22 años
Hora: 13:30 hrs.	Género: Masculino
Duración: 47:30 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Estudiante de 8° semestre de arquitectura

A.1.1. Contexto del entrevistado

Uriel T., estudia Arquitectura en la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, actualmente cursa el 8° semestre. Su rutina diaria consiste en levantarse e irse a la escuela para después regresar a su casa y hacer tarea o reunirse con uno de sus compañeros a hacer trabajo en equipo. Una vez a la semana acude a la UNAM Campus Morelia donde está realizando su servicio social. Él se considera una persona analítica, con intereses en la arquitectura, los videojuegos y el fútbol. Se considera también una persona religiosa y no tiene interés en la política, pero se encuentra informado de lo que acontece actualmente en México cultural, social y políticamente.

A.1.2. Uso de internet y redes sociales

Denise Guerrero (DG): ¿Qué importancia crees que tiene la Internet en tu vida?

Uriel T. (UT): Considero que es muy importante porque me permite hacer investigaciones para mi escuela o cuando quieres investigar cualquier cosa... pues el internet luego, luego; y la considero también otro medio de comunicación para entrar en contacto con las personas.

DG: ¿Consideras que estás conectado a internet todo el día?

UT: Sí, todo el día estoy conectado. Por ejemplo, en Spotify, Facebook. La mayoría de las veces tengo todo el tiempo internet en mi celular, eso me permite estar conectado todo el día, cuando estoy en mi casa pues es más indispensable para mí la computadora para tareas.

DG: ¿Qué tan importante crees que son las redes sociales, en general para las personas y en específico para tu vida?

UT: Son muy importantes porque antes, pues un medio de comunicación importante era el teléfono, y ahora con las redes sociales es yo creo que más afectivo.

DG: ¿Qué redes sociales son tus favoritas?

UT: Pues favoritas no son tanto, porque considero una pérdida de tiempo estar mucho tiempo en Facebook, es importante, no digo que no lo sea, porque hoy en día Facebook te sirve para la venta, informarte, pero cuando no es así se me hace aburrido estar todo el día ahí.

DG: ¿Cuáles son las publicaciones que más te aparecen en tu sección de noticias en Facebook?

UT: Pues lo que más me salen son noticias por ejemplo lo que pasa en la ciudad y pues una que otra de mis amigos, pero lo que más me sale son noticias.

DG: Y si no usas Facebook para compartir, comentar y publicar, ¿cómo lo utilizas?

UT: Para comunicarme con mis amigos, mis compañeros para que me compartan información que necesito y para la venta de artículos.

DG: ¿Cuáles son las principales páginas que sigues en Facebook?

UT: Deportes, noticias y juegos.

DG: ¿Cuándo entras a Facebook ves algún contenido político?

UT: Sí, la verdad ahorita en tiempo de elecciones, mis amigos o en las páginas se la pasan poniendo cosas acerca de eso, pero más que nada es sólo en este tiempo.

DG: ¿Qué contenido es el que comparten tus amigos o el que te encuentras en Facebook?

UT: Pues comparten noticias en contra de Anaya, en contra de Meade, en contra de López Obrador.

DG: ¿Qué haces cuando ves el contenido político de las páginas que te gustan y de las publicaciones de tus amigos?

UT: Pues nada, la verdad no me gusta ni comentar ni darle like porque mucha gente sí se lo toma muy personal entonces te empiezan a atacar y no lo hago desde mi perfil para no buscar problemas.

DG: ¿Podrías explicarme a qué te refieres al decir que no lo haces desde tu perfil?

UT: Pues no lo hago desde mi perfil... sí lo he hecho con páginas deportivas y ya sé lo que pasa, entonces no quiero meterme en problemas.

DG: ¿Y en las publicaciones que tus amigos hacen con respecto a la política?

UT: No reacciono, no comento ni les digo nada simplemente respeto su punto de vista y hasta ahí.

DG: ¿Has visto memes de política últimamente?, ¿qué haces al verlos?

UT: Sí, del debate que hubo y me da mucha risa y se los comparto a mi novia, a mis familiares.

DG: ¿Viste el debate, y que por eso tal vez adquiere sentido los memes que ves y te dan risa?

UT: Quise verlo para ver las propuestas de cada candidato, la verdad no soy mucho de política, y me llamó mucho la atención como todos le tiraban a López Obrador, todos estaban en contra de él, cada que Anaya tomaba la palabra era: López obrador. Y me parece sorprendente que vi en las noticias que según está involucrado en un tema de lavado de dinero y que no lo he visto que lo publiquen en los noticieros, entonces cómo se puede atrever a hablar de las personas, pero en particular de López Obrador para desprestigiarlo, pero pues no debería hacer eso porque pues él está peor.

DG: ¿Has tenido algún tipo de conflicto con alguna persona en Facebook?

UT: Sí...(risas). Pues porque digamos que soy muy aficionado al futbol entonces a veces no comparto las mismas opiniones que otras personas y les comento y se enojan, y empezamos a discutir puras tonterías.

DG: ¿Crees que eres activamente participativo al momento de encontrar alguna publicación que genere interés en ti?

UT: Si te refieres a comentarlo, o reaccionar de alguna manera, no. Sólo lo veo y me guardo mi opinión para mí. A menos que sea de futbol.

DG: ¿Cuándo encuentras alguna publicación que tiene una opinión diferente a la tuya, qué haces? Ignoras, respondes, bloqueas la página.

UT: La verdad cuando ya estoy hartado de ver cosas que ya no me gustan le quito el like a la página. Por ejemplo, hay una página que se llama “Changonga” que le quité el like porque no publicaba nada bueno.

DG: Me comentabas hace un momento que en cuestiones de futbol sí llegas a comentar cosas que pueden llegar a parecerte de diferente opinión a la tuya.

UT: Sí, antes lo hacía mucho, ahorita ya no porque ya sé qué es lo que pasa cuando hago eso, bueno de vez en cuando sí lo hago, pero es así con el afán de molestar a la otra persona, se me hace divertido que se molesten porque en su momento yo me molestaba (risas)

DG: ¿En cuestiones políticas nunca harías algo así?

UT: No, en política nunca porque no me gusta la política y considero que el futbol no es lo mismo que la política, se me hace muy diferente, el futbol es entretenimiento y la política no, es muy importante.

DG: ¿Y si crees que la política es muy importante por qué no es de tu interés?

Entrevistado: En primera porque como país estamos muy rezagados en ese aspecto, entonces yo la verdad admiro a otros países por su política, pero en México estamos muy rezagados.

A.1.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿De qué sueles hablar con tu familia?

UT: Pues en general de los problemas de la casa, incluso de política, entretenimiento, de todos los temas.

DG: ¿Y con tus amigos?

UT: Igual de todos los temas, política, películas, fútbol, etc. Llego a hablar de política pero no a fondo ni me pongo como a debatir con mis conocidos o amigos.

DG: Cuando se llegan a tocar temas políticos en tu casa, ¿cómo es la interacción y la manera en la que fluye la plática?

UT: Es muy ligera la plática, no nos metemos a hablar mucho de eso. Pero cuando pasa nos escuchamos, mi papá, mi mamá e incluso yo también doy mi opinión, pero es muy ligero.

DG: ¿Se llegan a tocar temas políticos durante tus clases?

UT: No, la verdad no. Puede llegar a pasar que sí se toquen, que alguna maestra diga “¿si vieron lo que pasó en el debate?”, pero es muy raro porque no tiene nada que ver con mis clases de arquitectura, no es mucho de interés.

DG: ¿Con tus amigos llegas a hablar de temas políticos muy seguido?

UT: No, para nada. Si acaso es porque ellos o yo les pregunto: “¿y por quién vas a votar?”, pero es muy equis.

DG: ¿Cuál es tu perspectiva política de México?

UT: Ha sido mala, malísima, así lo tengo yo. Porque cada sexenio que pasa estamos peor, no ha habido un mejor presidente desde Lázaro Cárdenas del Río. A lo que dicen los libros en ese entonces, estábamos compitiendo con Estados Unidos. Y desde entonces no ha habido buenos políticos, todos se han cansado de robar. México es rico en petróleo no tendría por qué venderse en dólares, y es una de las causas por las que nuestra moneda está devaluada.

DG: ¿Tienes algún favoritismo por algún partido político?

UT: No, por ninguno.

DG: ¿Tienes algún favoritismo por alguno de los candidatos a la presidencia?

UT: La verdad sí, por Andrés Manuel, pero la verdad es que como no soy tan metido a la política no sé ya qué creer, sé que todos tienen cola que se les pide. Pero siento que él es la mejor opción de todos porque a lo que he visto y a lo que he investigado cuando estuvo de jefe de gobierno en el Estado de México, pues hizo el segundo piso o tercero del periférico y la mitad de ese periférico no es de cuota, la otra mitad sí, pero por qué, porque se supone que un empresario lo quiso comprar, y se le vendió. Entonces Andrés Manuel estaba en contra de venderlo porque si se había hecho con recursos de mexicanos con impuestos, por qué se tenía que volver a cobrar por el segundo piso del periférico. Y porque pues como dijo en el debate, cuando estuvo de jefe de

gobierno, estuvo bien el Estado de México. Que Anaya salga con números falsos es otra cosa, porque claro no se tiene que dejar, pero yo tengo un favoritismo por Andrés Manuel pero no estoy seguro de votar por él hasta ver qué es lo que pasa de aquí a los dos meses que pasen en las elecciones.

DG: Me comentaste que llegaste a investigar acerca de AMLO, ¿por qué generó ese interés en ti para hacer una búsqueda de él?

UT: No fue en sí una búsqueda, fue que vi artículos en internet que me llamaron la atención porque eran de AMLO, y los vi y se me hizo muy interesante. Y sí es cierto lo que dice, aunque digan que está loco o que lleva tres elecciones postulándose y no ha quedado, es verdad lo que dice de que por ejemplo cuando perdió las elecciones con Felipe Calderón, Felipe le prometió muchas cosas a Michoacán, no sé si te acuerdas qué había un lema que decía que “A Michoacán le iba a ir muy bien”, y no es cierto, ¿qué hizo para Michoacán? Entrevistado: No apoyó, no es cierto. Te apuesto que en el sexenio de Enrique Peña Nieto ha habido más apoyo para nuestro estado.

DG: ¿Tus papás tienen algún favoritismo por algún partido político, abuelos, tíos?

UT: Mis papás no, mi abuela sí, por el PRI. Amigos de mi papá por el PRD y de izquierda, amigos míos por ninguno.

DG: ¿Crees que tus amigos, familia, profesores o conocidos influyen en cierta medida para que tú tengas esta preferencia por AMLO o con alguna otra postura, aunque no sea política?

UT: Pues en primera no, porque cada quien es responsable de darle su voto a quien quiera, pero a mí en lo particular me está haciendo elegir por AMLO. Uno mismo ve las cosas gracias a Internet, investigas, te informas, y ya tú sacas tus propias conclusiones y decides por quién votar.

DG: ¿Quién consideras que si puede tener una persona que puede tener ideas parecidas a las tuyas y vuelvas a reforzar como ese pensamiento que traes?

UT: Pues te lo repito, no soy de sentarme a hablar de política con nadie, así que no creo tener a nadie así.

DG: ¿Crees que el criterio que tienes puede en cierta manera influir por los contenidos que ves en Facebook o en Internet en general?

UT: Sí, porque tú te estás informando a diario, ¿entonces cuando estudias cómo refuerzas tus conocimientos? Leyendo o enterándote de las cosas, entonces es lo mismo, si te pones a leer creo que generas un conocimiento más.

DG: Volviendo a la pregunta, ¿crees que las páginas las que sigues en Facebook en tu caso, páginas de noticias que son los que más exponen temas políticos de tu cuenta, pueden influir en tu criterio?

UT: O sea sí pero no, porque tomas lo que te sirve y lo que no lo desechas, ellos pueden estar publicando contenido que no es cierto de AMLO y pues eso no lo tomas porque sabes que no es cierto, pero lo que sí pues sí te sirve. Sí te puede ayudar a reforzar lo que mencionas, pero a la vez no.

DG: ¿Consideras que en tu vida existe algún líder de opinión que pueda influir en ti para que también tengas una opinión más formada de algo?

UT: No realmente, sí conozco personas que admiro porque saben mucho, pero, aunque esas personas fueran a votar por Anaya, yo no lo haría, yo seguiría con mi misma decisión.

DG: Para finalizar, ¿a qué crees que le darías más credibilidad para mantener tu pensamiento crítico, a lo que tus padres, amigos y líderes de opinión comentan, o a lo que ves en Facebook?

UT: Es dividido. Como he crecido ya no mantengo siempre las mismas opiniones con mis padres, yo formé como mi propio pensamiento, que en parte sí influye por ellos, pero ya no por completo. Y mis líderes de opinión, bueno pues considero que ellos ven por sus propios intereses, así que tampoco creo que sus ideales lleguen a impactar totalmente en mi pensamiento.

A.2. Entrevista Elizabeth L.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Hogar del entrevistado.	Entrevistado: Elizabeth L.
Fecha: sábado 5 de mayo 2018	Edad: 22 años
Hora: 08:30 hrs.	Género: Femenino
Duración: 44:20 minutos	Estado civil: Casada
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Ama de casa y consultora de productos de belleza, terminó la preparatoria.

A.2.1. Contexto del entrevistado

Elizabeth L., es una joven ama de casa que tiene un pequeño negocio de venta de paletas de hielo, consultora de productos de belleza. Es casada y tiene un niño de dos años de edad. Sus principales intereses son el maquillaje y la aplicación de uñas. Se define como una persona creyente en la religión católica, tranquila y pasiva. Su rutina diaria consiste en hacer aseo de su casa, salir a buscar clientas para vender productos de belleza, comprar lo necesario para seguir con su negocio de paletas y por la tarde espera a que su esposo regrese a casa para comer en familia.

A.2.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué importancia crees que tiene la Internet en tu vida?

EL: Pues no mucha, lo uso para ver las publicaciones de los amigos, de los familiares, pero no es una necesidad para mí.

DG: ¿Qué haces en Internet en general?

EL: En Google busco recetas de cocina, YouTube para música pues las redes sociales.

DG: ¿Consideras que estás todo el día conectada a Internet aunque no lo estés usando? Por ejemplo, cuando dices que te encuentras haciendo aseo o estás al pendiente de otras cosas y que de repente te lleguen notificaciones.

EL: No, apago el internet. Sobre todo lo apago cuando estoy con el niño porque

digo: Hay que estar con el niño. Ni tampoco cuando salgo de mi casa soy de traer los famosos paquetes de datos.

DG: ¿Qué tan indispensable crees que es el celular para tu vida?

EL: Mucho, para mantenerme en contacto con mis papás que ya no vivo con ellos, o luego me marca mi esposo. Pero ya cuando hablo con ellos olvido el celular. Internet no tengo tanta necesidad.

DG: ¿Qué red social es tu favorita?

EL: Instagram, se me hace más productivo que Facebook porque en Facebook todos están como al pendiente de lo que haces. Instagram se me hace más interesante y más productivo en la información que hay. Me meto más seguido que en Facebook.

DG: ¿Qué importancia crees que tienen las redes sociales para las personas y para ti?

EL: La mayoría de las personas se basa más en estar bien y quedar bien en las redes sociales que con su persona entonces para ellos es importante eso. Facilita la comunicación pero no se le da un buen uso, hay muchas páginas que no, hay niños de primaria que ya lo usan y no creo que tienen un gran importancia de comunicación para ellos. Y las familias a veces por estar en esta onda de redes sociales no tienen mucha comunicación entre ellos mismo y pues eso es malo. Para mí no es importante Facebook, lo uso pero no es mucho, el Instagram aunque es el que me gusta más, a veces cuando no tengo la posibilidad de pagar el Internet no me afectaría si no lo tuviera durante vario tiempo.

DG: ¿Qué es lo que más haces en Facebook, qué ves en la sección de noticias?

EL: Fotos de la familia, fotos de amigos, aparece mucha publicidad de escuelas, política de lo que pasó en la ciudad, pues en general eso.

DG: ¿Utilizas Facebook para publicar, compartir o dar like?

EL: Dar like sí, pero publicar o compartir no, tengo mucho sin cambiar mi foto de perfil, y por ejemplo muchos suben de sus hijos o así pero a mí no me gusta subir del niño porque se me hace peligroso y más porque no sabes qué tipo de personas podrían llegar a ver la foto y estás poniendo en riesgo su seguridad.

DG: ¿Qué páginas sigues en Facebook?

EL: Sigo muchas páginas a las que les doy like en lo que publican como maquillistas, peinados, religiosas y de superación personal, personas que dan conferencias y cosas positivas. También estoy en bazares de grupos, como grupos cerrados en donde compran cosas del maquillaje que vendo.

DG: ¿Ves algún contenido político como publicidad?

EL: Como tengo varios amigos que estudian derecho, ellos son los que suben que andan en campaña con ciertos políticos o son los que publican más de esos temas, luego me aparece lo del debate, y de ahí como me aparecían los famosos memes, me daba mucho risa.

DG: ¿Generalmente qué haces cuando ves ese contenido político?

EL: Si veo algo interesante, lo leo o si no, no le presto atención. A lo que me parece interesante de la política pues algo que se les crea a lo mejor a los candidatos, pero dudo mucho de todos que nos den algo bueno. Cuando veo lo que mis amigos publican, los que estudian derecho pues nada más me fijo con quién andan, que muchos de ellos andan con Meade, otros con AMLO. Pero pues yo pienso si sí gana él vamos a estar como Estados Unidos que decían que no iba a ganar Trump y fue el que ganó. Pero pues aquí yo siento que el que gana sí va a ser AMLO.

DG: ¿Las páginas que sigues que no tienen nada que ver con la política de repente publican algo como un meme de política o algo semejante?

EL: Sí, por ejemplo ahora con lo del debate de lo que dijo el Bronco de “mochar la mano”, subieron un meme que decía que si regateaban el maquillaje las clientas se les va a “mochar la mano”.

DG: ¿Crees que eres activamente participativa al momento en que encuentras un contenido que te llama la atención para que comentes?

EL: No, nunca comento ni nada. Me guardo mi comentario para mí misma. La ignoro, aunque sea que me guste mucho o que me desagrade, tampoco hago nada. Cuando una página publica algo que no me gusta también la ignoro, no dejo de seguir la página.

A.2.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Con quién vives en tu hogar?

EL: Con mi bebé, mi esposo, mis suegros y dos cuñados.

DG: ¿Cómo es la comunicación con las personas de tu hogar y con tus padres que aunque ya no vives con ellos, los sigues frecuentando?

EL: Pues con la familia de mi esposo es buena, pero no solemos hablar mucho, con mi esposo sí es buena, como toda pareja tenemos altos y bajos pero sabemos resolverlo, y con mis papás también es muy buena, con mi mamá sobre todo y mi abuelita, con ellas dos hablo mucho con mi papá no mucho porque no lo veo tan seguido.

DG: ¿De qué temas son los que sueles hablar con las personas con las que tienes buena comunicación?

EL: Con mi esposo hablamos del niño, de cómo nos fue en el día, de nosotros, de lo que queremos, qué pensamos hacer en un futuro. Con mi mamá le platico más de cómo me siento.

DG: ¿La política es de tu agrado?

EL: No. No me interesa porque no le creo a ningún político.

DG: ¿Se llegan a tocar temas políticos con tu esposo, tus papás o tus amigos cercanos?

EL: Jamás con mi esposo, sólo de repente del mismo debate le enseño memes y nos reímos. Con mi mamá tampoco, tal vez sería con mi papá con el que hablo de política, es que como él es ingeniero agrónomo y trabaja en gobierno, pues sabe más de este tema y le pregunto por quién va a votar y con él si hablo de eso, pero con nadie más.

DG: ¿Cuál es tu percepción de la política en México?

EL: Pues que vamos de mal en peor, ya no sabes quién dice la verdad, está canijo.

DG: ¿Tienes algún favoritismo por algún candidato?

EL: No, ni por ningún partido político, ni por ninguno de los candidatos.

DG: ¿Tu familia tiene algún favoritismo por alguien?

EL: No, ni mi esposo ni mis papás. Siempre como que se fijan en qué candidato es el que sí pudiera hacer algo. Mi papá sólo pues porque está en gobierno a veces le dicen que vote por “tal persona”, pero nunca lo hace porque no le cree a nadie entonces pues me ha contado que nunca les hace caso. Pero sí tengo familiares que son de “hueso colorado” del PAN y si no gana se enojan y todo.

DG: ¿Crees que los temas que platicas con tu esposo, con tus papás o las personas con las que convives pueden llegar a capturar tu atención y a influir en tu opinión propia?

EL: Sí, yo creo que sí. Coincido con ellos en muchas cosas y alegamos por qué sí estamos de acuerdo, peor cuando no es como “yo no estoy de acuerdo por esto y esto”.

DG: Refiriéndome sólo a tu papá, ¿crees que tu papá que es con el que hablas de política puede ser como tu líder de opinión en este ámbito?

EL: Sí, totalmente. También con un hermano de mi papá, que conocen mucho de política y me sorprende mucho de lo que sabe y que pues yo no sé porque nunca fui de dar mi opinión tan abiertamente.

DG: ¿Qué crees que es lo que pueda tener una persona para que se convierta en uno de tus líderes de opinión?

EL: Depende lo que digan y por lo que luchan por tener hasta conseguirlo, de los conocimientos que tengan y la mentalidad que tenga cada uno.

DG: ¿Consideras que al estar apegada a tu familia o allegados se llegó a formar un criterio propio a partir de lo que escuchabas que ellos decían?

EL: Yo creo que me sirvieron para reforzar mis pensamientos, como que van por el mismo rumbo. Las personas que me contradicen o no es su mismo opinión, les doy como el avión. Pero no influyen mucho sobre todo si son personas que tienen una opinión diferente a la mía.

A.3. Entrevista Diego M.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Bosque Cuahutémoc, Morelia.	Entrevistado: Diego M.
Fecha: Sábado 5 de mayo 2018	Edad: 23 años
Hora: 12:30 hrs.	Género: Masculino
Duración: 50:55 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Estudiante

A.3.1. Contexto del entrevistado

Diego M. tiene 23 años y estudia la Licenciatura en Comercio Exterior, actualmente se encuentra en el proceso de su tesis y su rutina diaria consiste en levantarse, salir de la casa de su papá e ir a la escuela para después ir a casa de su mamá y estar con su abuelita, hace su tarea, por la tarde entrena volleybol y futbol, y en la noche regresa con su papá y hermano. Se define como una persona deportiva, crítica y dedicada.

A.3.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué importancia crees que tiene Internet en tu vida?

DM: Considero que es muy importante es un canal de comunicación en el cual se investiga y se vincula la información, es uno de los métodos más importantes para tener información. A mí me ha permitido tener logros con respecto a los conocimientos que tenga, es una nueva forma de llevar a cabo algo, todo lo hacemos consultando internet y es más fácil. Investigo temas de interés, recetas, y sobre todo investigo algo que me genera interés y que no tengo conocimiento de

eso, lo busco. No porque quiera quedar como alguien que no sabe, sino para no quedar como alguien que no se informa.

DG: ¿Consideras que estás conectado a Internet en todo momento aunque no te encuentres utilizándolo?

DM: No, no todo el tiempo. Hay veces que me desconecto. Yo creo que es sano desconectarse, es un medio muy importante pero no considero sano estar todo el día en Internet y te quita tiempo de otras cosas como descansar o hacer alguna otra cosa de tu interés. En mi caso siento que de 5 a 6 horas estoy conectado en la escuela o en mi casa, y normalmente no tengo datos móviles en mi celular porque siento que me priva de ver cosas o escuchar algo.

DG: ¿Qué utilidad le das a tu cuenta de Facebook?

DM: En realidad varía, me conecto a Facebook 1 o 2 horas pero en diferentes intervalos, no esas 3 horas por completo, y lo utilizo para estas grupos de compra y venta de cosas, para saber de mis archivos que de repente suben a la escuela.

DG: Cuando ves una opinión diferente a la tuya en Facebook, ¿qué es lo que haces generalmente?

DM: Dependiendo del tema, si es un tema que me interesa y a opinión es contraria pero tengo datos que refutan esa opinión, pues lo digo. Y si no, lo tomo como otra opinión más.

DG: ¿Qué importancia crees que tienen las redes sociales para tu vida y para las personas en general?

DM: Considero que muy importantes, las personas buscan reconocimiento en sus vidas y lo buscan por medio de las redes, sólo para “darse a ver”. Facebook lo uso mucho de entretenimiento, me meto a ver qué hay como memes, recetas de cocina, ver videos o informarme de algo que no sabía en las noticias.

DG: ¿Publicas constantemente en Facebook?

DM: Casi no publico, creo que es llamar la atención. Si quieres hablar de algo buscas mejor a alguien que sepa o se interese en el tema ya sea en privado o de frente. Las publicaciones que he hecho es acerca de información que se tergiversa en el medio, por ejemplo del voto, ciertos conceptos como socialismo, capitalismo, comunismo, siento que cosas que no se tienen una idea clara, es lo que yo publico.

DG: ¿Qué es lo que principalmente te encuentras cuando entras a tu sección de noticias en Facebook?

DM: En general fotos de amigas semidesnudas. Es verdad, tengo muchas amigas que se toman fotos de su cuerpo, tal vez porque les guste mucho cómo se ven. Amigos también que van al gym, de cuando se van a la playa, páginas de comida, animales, música.

DG: ¿Qué páginas son las principales que sigues?

DM: Páginas de comida, música y de noticias, de noticias sigo muchas porque me gusta estar informado y no enterarme de lo que pasa hasta después de que pase, me gusta enterarme en el momento. En las páginas de noticias hay mucha contradicción porque cada medio publica lo que ellos investigaron, entonces todas son muestras distintas y siento que esto genera confusión. De grupos pertenezco a grupos de ventas que es principalmente para generar ingreso y grupos de la escuela, de mi carrera.

DG: ¿Qué haces cuando ves contenido político?

DM: Sí, últimamente con este tema de las elecciones siento que se enfocan mucho porque es un tema mediático. El contenido político que veo es por ejemplo de los dos candidatos a los que sigo: Ricardo Anaya y AMLO, los demás no me interesan. Porque siento que son lo que tienen las mejores propuestas, de partidos políticos sigo a MORENA, el Partido Verde, al PAN y sigo a grupos que siguen a esos grupos políticos. Si no me interesa el contenido, lo bloqueo, por ejemplo es muy sabido que las campañas electorales es mucha publicidad, entonces lo que hago es bloquearlo y ya para no verlo, si me interesa lo leo y si es algo que me gusta lo comparto o reacciono.

DG: ¿Tus amigos comparten algún tipo de contenido político?

DM: Mis amigos poco, pero casi no he visto ningún tipo de propagando y si acaso lo veo es siempre de las mismas personas que están metidas en el ambiente político o que les gusta.

DG: ¿Has tenido algún conflicto con alguna persona en Facebook?

DM: Desde que abrí la cuenta, sí. Ahorita ya no, tomas los comentarios dependiendo lo que te digan, si es una persona que de verdad me interese su opinión pues me pondría a conversar más con ella. Pelearme pelearme sólo siento que fue una vez y fue una estupidez que en este momento no recuerdo.

A.3.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Con quien vives en tu hogar?

DM: Se podría decir que tengo dos hogares, duermo en casa de mi papá pero todo el resto del día estoy en casa de mi mamá.

DG: ¿Cómo es la relación con tus papás?

DM: Con mi papá y mi hermano es muy distancial. Con mi mamá me llevo muy muy bien y con mi abuelita la mamá de mi mamá también mantenemos muy buena comunicación.

DG: ¿De qué tema son los que sueles hablar con tu mamá y abuela que son con los que llevas una relación más estrecha?

DM: Con ellas platico de todo, no tengo ningún cliché para desarrollar algún tema.

DG: ¿La política es de tu agrado?

DM: Sí, me gusta mucho y estoy muy inmerso en la información política. Nació a partir de una novia que tuve que está dentro de un grupo político.

DG: ¿Cómo fue que ella fue la que comenzó a tener ese interés en ti?

DM: El tema ya me gustaba pero cuando estuve con ella fue que nació aún más mi interés, siento que ella le pone mucha pasión a la política y eso me gustó y yo mismo me incursioné, era bonito, cuando tocábamos estos temas era interesante, no siempre compartíamos las opiniones y debatíamos, claro con respeto entonces me gustaba mucho esa relación.

DG: ¿Con tu papá y tu hermano sueles tocar temas políticos?

DM: Ellos son de la idea de que si el gobierno está mal, toda la ciudad está mal, y pues no es cierto, o sea el gobierno es un escalafón de la realidad social en la que vivimos siento que tenemos el gobierno que nos merecemos porque no nos informamos, porque no votamos, porque no analizamos las cosas, porque no debatimos, porque no buscamos foros de discusión, porque por cualquier motivo sólo nos limitamos a decir que estamos mal por el pinche gobierno que no escucha. Entonces no hablo de estos temas con ellos porque normalmente salimos mal, hay fricción. Entonces yo los temas los investigó y ellos no lo hacen entonces siento que hay una desigualdad, ellos opinan sobre lo que siente o sea los sentimientos, los sentimientos son su medio para opinar de un tema y yo no soy de esa idea.

DG: ¿Y con tu mamá y abuelita llegas a tener conversaciones donde se involucre a la política?

DM: Sí, más con mi abuelita, mi mamá realmente trabaja mucho tiempo y estoy más con mi abuela, pero sí, mi abuela también tiene sus ases bajo la manga que yo no sabía y retratamos dos realidades distintas. Cuando ella estaba joven se interesaba mucho en la política, ahorita dice que ya no se interesa tanto porque dice que “está grande”, “que ya para qué”, es interesante escucharla.

DG: ¿Durante tus clases se llegan a hablar de temas políticos?

DM: Sí tenemos una clase en particular que se llama economía política, esto pues para incursionarlo más a mi carrera, y sí se tocan muchos temas políticos, de hecho ahorita como el tema mediático son las elecciones presidenciales, tocamos mucho ese tema. Yo participo mucho, de hecho me piden que me calle para que hablen otras personas y normalmente la forma en la que

se desarrolla el debate es distinto en mi universidad porque hay un especie de protocolo en el que el profesor no interviene, sólo es observador, o un mediador. Pero no sólo pasa en esa clase, cuando no queremos tener clase nos ponemos de acuerdo para proponer un tema como ese y que los profesores empiecen a ser mediadores para perder clase.

DG: ¿Cuál es tu perspectiva de la política en México?

DM: La política en México pues para mí es una mierda, en pocas palabras, para mí la política no debe servir para controlar personas, debe servir para fomentar e incursionar en temas que le interesan la sociedad, la política se usa para controlar personas aquí. Entonces esto llevado a gran escala como es en México pues tiene el control, entonces realmente políticamente no estamos bien nunca hemos estado bien, a pesar de lo que se diga no estamos nada bien políticamente.

DG: ¿Por qué consideras que Anaya y AMLO tienen las mejores propuestas?

DM: Me metí a leer un poco todos los candidatos y pues sí de los que más interés he obtenido en particular, es de ellos dos: Ricardo Anaya siento que es una persona que entiende muy muy bien a la economía, a los recursos, a la parte de cómo llevar un crecimiento económico; y Andrés López Obrador lo veo como una persona que entiende al pueblo, que entiende las necesidades, siento que la combinación de esos dos candidatos podría salir un buen presidente.

DG: ¿Tu familia tiene algún favoritismo por alguno de los candidatos?

DM: Mi papá y mi hermano no, por lo mismo que te comento que dicen que el gobierno está mal y en consecuencia nosotros estamos mal porque ellos no hacen nada. Y mi mamá creo que ha comentado que por Ricardo Anaya. Mi abuela no le interesa y ya no ha votado en muchos años, ella lo vive desde su realidad y dice que siempre es lo mismo.

DG: ¿Y tus amigos?

DM: Están divididos, en general por AMLO, otros por Ricardo Anaya, otros por Meade, hasta por el Bronco.

DG: ¿Y tus maestros?

DM: Mis maestros se inclinan dependiendo de la materia nos que nos den, por ejemplo Meade y Anaya. No he escuchado a ninguno de ellos que diga que se inclinen por AMLO.

DG: ¿Crees que tu familia o círculo social como amigos, maestros o conocidos influye en cierta medida para saber cuál es tu posición en temas políticos?

DM: No realmente, por lo que yo he leído y he investigado que ha generado interés, ha sido por mí, la verdad es que ha sido muy muy poco lo que me ha interesado por cosas que escucho de amigos o familiares y círculo social. No creo que ellos sean los detonadores de algún interés en particular por la política.

DG: ¿Ni a algún líder de opinión que pueda influir en tu decisión?

DM: Las personas que considero que saben mucho de política o de los candidatos es porque están dentro de la misma política son alrededor de 4 personas entre ellas mi ex novia, pero tampoco soy mucho de acercarme a ellos, de hecho no lo hago. Entonces no creo que ellos generen también interés para que yo lo haga.

DG: Consideras que al estar apegado a tu círculo social, familia, amigos, etc, tienes identificados a tus líderes de opinión?

DM: Sí, mis líderes de opinión son maestros, mi abuela y mi mamá, siento que dentro de lo que ellas saben, saben mucho, entonces busco lo mejor que me puedan aportar en lo que sean expertos o que sepan.

DG: ¿Consideras Facebook como un canal de información para formar tu propio pensamiento acerca de la política?

DM: No, pero si veo algo que despierta el interés en mí de lo que no sé, si es un medio para que yo lo vea y pueda investigar más a fondo en el buscador. Pero no para que forme mi propio criterio.

A.4. Entrevista Monserrat Á.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Casa de la entrevistada	Entrevistado: Monserrat Á.
Fecha: Sábado 5 de mayo 2018	Edad: 22 años
Hora: 20:30 hrs.	Género: Femenino
Duración: 45:52 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Estudiante y trabajadora de medio tiempo.

A.4.1. Contexto del entrevistado

Monserrat Á. tiene 22 años y estudia la Licenciatura en Psicología en la UMSNH, actualmente se encuentra trabajando medio tiempo después de la escuela en un centro de psicoterapia en donde sus actividades son el ayudar a la publicidad del lugar y realizar diferentes documentos como exposiciones. Se define como una persona aventurera puesto que se la pasa de un lado a otro y le gusta viajar.

A.4.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué importancia crees que tiene Internet en tu vida?

MÁ: Es muy relevante para mí tener acceso a Internet por la escuela porque por ahí nos suben contenido que es para la escuela. En Internet juego, estoy en redes sociales y en YouTube.

DG: ¿En dónde te gusta más abrir a las redes sociales, en el celular o en tu computadora?

MÁ: En el celular porque es más práctico y más rápido. Pero cuando estoy usando la computadora, siempre abro otra pestaña para abrir mis cuentas de redes sociales.

DG: ¿Y no sientes que te distraes el tenerlas abiertas cuando estás haciendo otras cosas?

MÁ: No, porque para eso sí soy muy centrada y aunque las abro, me dedico sólo a lo que es de importancia por ejemplo lo que haga de la escuela.

DG: ¿Cuánto tiempo te la pasas en redes sociales?

MÁ: Yo creo sí es bastante, no todo el día, por ejemplo en clases si me llegan notificaciones, deslizo para ver qué es pero si no es importante no lo reviso hasta que acabe la clase, y en el trabajo es lo mismo.

DG: ¿Qué importancia crees que tienen las redes sociales para las personas?

MÁ: Si no estás cerca de tus amigos o familiares siento que es una forma muy fácil para comunicarte con ellos. Y para la educación considero que es muy importante. Para mí son importantes porque me comunico más fácilmente con mi familia que no está cerca, por cosas de la escuela, y porque es mi principal medio de entretenimiento.

DG: ¿En qué momentos del día abres Facebook?

MÁ: Siempre dejo que las notificaciones se acumulen para que cuando tenga tiempo de descansar y abrir mis redes, las abra por completo, no es como si me etiquetaran enseguida en algo y en el instante viera qué es, dejo que se acumulen mis notificaciones.

DG: ¿Alguna vez publicas, comentas o compartes algo?

MÁ: No soy mucho de publicar o compartir algo. Pero sí comento o etiqueto a mis amigos en cosas que me dan risa como los memes que hay. Pero yo publicar por mi cuenta casi nunca lo hago.

DG: ¿Qué cosas son las que te aparecen principalmente en tu sección de noticias cuando abres Facebook?

MÁ: En general, fotos y memes de los usuarios a los que tengo agregados. Rara vez me aparecen noticias. Me sale publicidad de páginas a las que pudiera seguir.

DG: ¿Qué páginas son las que sigues en Facebook?

MÁ: Artistas, entretenimiento, Youtubers y de noticias también.

DG: ¿Cuando entras a Facebook ves algún tipo de contenido político?

MÁ: Sí, los memes del debate en este tiempo y publicidad de los candidatos como AMLO y Margarita. De las páginas de noticias no he visto que me aparezca algo.

DG: ¿Qué haces cuando ves ese tipo de contenido político?

MÁ: Cuando son memes los veo y me parecen gracioso y reacciono. Y por ejemplo cuando veo publicidad de política lo leo pero no me detengo a darle like ni tampoco me meto a ver qué más dice.

DG: ¿Has tenido algún tipo de conflicto con alguna persona en Facebook?

MÁ: Sí, pero por cosas de la escuela que tenemos opiniones diferentes, de ahí en fuera, no.

DG: ¿Crees que eres activamente participativo al momento de encontrar alguna publicación que genera interés o debate en ti?

MÁ: Me guardo mis comentarios u opiniones, nunca soy de compartirla o comentar si están opinando algo diferente de lo que yo pienso. No me meto en problemas y mejor todo lo guardo. Si encuentro contenido que no me gusta, no elimino a la página que lo subió, simplemente ignoro y sigo viendo las demás publicaciones.

A.4.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Cómo es la relación que llevas con tus padres?

MÁ: Con mi papá es muy buena somos como que muy similares entonces nos sabemos llevar bien; con mi mamá a veces chocamos porque ella es muy...como muy diferente a mí, y con mi hermano últimamente hemos estado chocando mucho porque él ya salió de la escuela y no hacía nada entonces me desesperaba que no hiciera nada.

DG: ¿Cómo es la comunicación con tus papás?

MÁ: Con mi papá es buena más que con mi mamá, pero no me gusta mucho contarles de mis cosas.

DG: ¿De qué temas sueles hablar con tus papás?

MÁ: En general de cómo nos va en el día, de dinero y de salir. Con mi papá hablo de temas de matemáticas porque sabe mucho y nos gustan mucho las matemáticas a los dos.

DG: ¿Se llegan a tocar temas políticos en tu casa?

MÁ: Sí, por ejemplo de los memes y todo eso. No se habla de política a fondo pero sí la pregunta de: ¿por quién vas a votar?; con mis amigos igual hablamos de memes.

DG: ¿En tus clases se llegan tocar temas políticos?

MÁ: Sí salen de repente pero es muy raro, y sólo pocos debaten, pero yo no suelo debatir, no me gusta participar, sólo escucho, por el mismo hecho de que no sé nada respecto a la política.

DG: ¿Cuando se llegan a tocar temas políticos en tu casa, participas?

MÁ: No, sólo mi hermano el que dice sus argumentos. Pero yo nunca, de hecho yo anulo mi voto.

DG: ¿Cuál es tu perspectiva en general de México con respectivo a la política?

MÁ: Pienso que está mal, porque por ejemplo mis papás siempre dicen que los políticos siempre prometen y prometen y al final no cumplen y estamos igual o peor. Y yo les creo, y por lo que veo compruebo que tienen razón.

DG: ¿Crees que tu familia o círculo social como amigos, maestros o conocidos influye en cierta medida para saber cuál es tu posición en temas políticos?

MÁ: Pues sí, por el hecho de que sólo recibo información de ellos, no me meto a investigar yo de política, entonces por la información que ellos me dan es que decido qué candidato sí es el mejor o cuál no.

DG: ¿Consideras que tienes líderes de opinión en tu círculo social?

MÁ: Sí, mi papá. Pero es depende del tema, te digo que mi papá por el hecho de que sabe mucho de matemáticas y a mí me gusta mucho, y hay cosas que yo no sé y él me las transmite, pero en temas como religión o diversidad, no los adopto cuando me los dice él. Tal vez también una prima que vive en Chetumal y estudia en Guadalajara.

DG: ¿Si hoy fueran las elecciones votarías?

MÁ: No, por el simple hecho de que te comento que no sé del tema, entonces lo anularía, iría pero lo anularía.

DG: ¿Consideras que al estar apegado a tu círculo social, familia, amigos, etc, se formó tu pensamiento crítico para que no te interese la política?

MÁ: No creo, porque mis papás sí se interesan en eso. A mí no es que no me interese, no me llama la atención la verdad. Así que no.

DG: ¿Crees que Facebook sí pueda llegar a influir en la decisión que tomas de la política?

MÁ: No, no creo. Si veo algo que no entiendo como por ejemplo los memes, llego a buscar, y sólo de esa manera Facebook puede llegar a interesarme que yo busque de qué se trata. Por ejemplo en las noticias a veces me salen en Inicio, pero de vez en cuando me meto a ver qué pasó en la ciudad, en las páginas de noticias en Facebook.

A.5. Entrevista Josué S.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Casa del entrevistado	Entrevistado: Josué S.
Fecha: Domingo 6 de mayo 2018	Edad: 23 años
Hora: 18:00 hrs.	Género: Masculino
Duración: 24:52 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Trabajador de tiempo completo

A.5.1. Contexto del entrevistado

Josué Israel Serrato López tiene 23 años y es empleado general de Cinépolis, actualmente se encuentra trabajando tiempo completo. Se define como una persona paciente, voluble y al mismo tiempo comprensivo. Sus intereses principales son: futbol y videojuegos.

A.5.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué importancia crees que tiene Internet en tu vida?

JS: Para mí no es indispensable, pero sí lo utilizo como medio de entretenimiento o de comunicación para contactar a mi familia, mis amigos o a mi novia.

DG: ¿Consideras que estás conectado a Internet todo el día aunque no lo estés usando?

JS: Sí, todo el día. Siempre estoy esperando algún mensaje o notificación entonces tengo los datos o el wifi prendido todo el tiempo.

DG: ¿Qué tan indispensable crees que es para ti tu dispositivo móvil?

JS: Muy importante, porque me permite contactarme con mi familia.

DG: ¿Qué importancia crees que tienen las redes sociales en la vida de las personas y en tu vida?

JS: Yo creo que mucha, porque también permite estar en contacto con personas a las que no ves seguido, y sin la necesidad de pagar por algún paquete de llamadas o mensajes, técnicamente las redes sociales teniendo Internet, tienes redes sociales. Pero también siento que mucha gente hace mal uso de ellas porque no tienen la necesidad de tenerlo y que sólo publican por publicar. Para mí no siento que sea muy indispensable, si acaso sólo whats app.

DG: ¿En qué momentos del día abres tus redes sociales?

JS: Al despertar, es lo primero que hago, también mientras desayuno y en mi hora libre en el trabajo.

DG: ¿Publicas constantemente en Facebook?

JS: No, sólo utilizo Facebook para estar en contacto con las personas o para ver fotos o videos.

DG: ¿Qué sueles ver en la sección de noticias en Facebook?

JS: Pues cosas de risa, memes, situaciones que pasan. Por ejemplo últimamente que me meto son puras cosas de la película de Avengers.

DG: ¿Qué páginas son las que sigues en Facebook?

JS: De deportes y cine.

DG: ¿Cuándo entras a Facebook ves algún tiempo de contenido político?

JS: Sí, ahorita por ejemplo del debate y a ver noticias de eso pero no le di importancia y no me fijé a precisión la noticia o los datos que se manejaban. No me llama mucho la atención el tema. Mis amigos publican memes del debate o cosas así, pero no les tomo relevancia tampoco.

DG: ¿Has tenido algún conflicto con alguna persona en Facebook que tenga una opinión diferente a la tuya?

JS: Sí, bastantes. Ahorita no recuerdo alguna situación en específico pero muchas de las veces era porque a uno de mis amigos lo estaban agrediendo y me metí a defenderlo.

DG: ¿Cuándo ves alguna publicación que genera tu interés, comentas o das tu opinión?

JS: No, nunca lo hago ni tengo iniciativa de dar mi opinión, si es algo que sí me llama mucho la atención sólo me detengo a leer pero nunca a comentar.

A.5.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Con quiénes vives en tu hogar?

JS: Sólo con mis dos papás, mis hermanos ya están casados.

DG: ¿Cómo es la relación que llevas con tus papás?

JS: Unida, porque el poco tiempo que nos vemos tratamos de mantenernos en comunicación debido a que los tres trabajamos y siempre es muy difícil coincidir. Entonces aprovechamos al máximo el tiempo para estar juntos, durante el desayuno o hasta en la noche en la cena.

DG: ¿Cómo es la relación que tienes con tus compañeros de trabajo?

JS: Trato de tener una buena relación con ellos para que no se haga un ambiente laboral pesado.

DG: ¿La política es de tu agrado?

JS: No, jamás me ha dado interés.

DG: ¿Cuándo te encuentras con tus papás en el rato en que conviven, se llegan a tocar temas políticos?

JS: He escuchado que mis papás sí llegan a hablar de eso, pero yo no soy mucho de opinar sobre eso, y sólo me quedo con lo que escucho por lo mismo que no me adentro en el tema. Si fuera otra cosa personal, sí participaría en su plática.

DG: Por lo que has escuchado de otras personas, ¿cuál es tu perspectiva política de nuestro país?

JS: Por lo que he visto o escuchado, es de incumplimiento, corrupción pero no me interesa nada.

DG: ¿Si hoy fueran las elecciones, votarías?

JS: No, yo creo que iría pero a poner el nombre de una persona equis que no estuviera entre los candidatos porque he escuchado hablar de que si anulas tu voto se lo dan a uno de los candidatos.

DG: ¿Consideras que tienes a algún líder de opinión?

JS: Mis padres, tal vez por lo mismo de que siempre han sido esa figura que me educó, pero ahora que estoy grande siento que no concuerdo totalmente con lo que ellos piensan, y que ahora yo tengo otros pensamientos diferentes.

DG: ¿Consideras que las cosas que ves en Facebook generan interés para mantenerte informado y que generes con ello un interés?

JS: Depende, depende mucho de la confiabilidad de la página y la fuente, no a todas las páginas se les cree obviamente, entonces es depende. Pero que forme yo mi pensamiento, no. Yo creo que ese se adquiere dependiendo de lo que vives o lo que has pasado en tu vida.

A.6. Entrevista Paulina Ch.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Casa de la entrevistada	Entrevistado: Paulina CH.
Fecha: Sábado 26 de mayo 2018	Edad: 20 años
Hora: 16:00 hrs.	Género: Femenino
Duración: 53:01 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Estudiante

A.6.1. Contexto del entrevistado

Paulina CH, es una joven de 20 años estudiante de la Ingeniería en Bioquímica en el Tecnológico de Morelia. Se considera una persona analítica, tranquila y estudiosa cuyos intereses principales son la música, la lectura y las series de televisión. Actualmente tiene la intención de emprender en uno de los proyectos escolares que tiene.

A.6.2. Uso de internet y redes sociales

DG: Qué importancia crees que tiene Internet en tu vida?

PCH: Mucha porque antes todo el material de apoyo para la academia se consultaba en bibliotecas y ahora con la comunicación global es más fácil acudir al celular y tener la información que antes te costaba adquirir.

DG: ¿Qué es lo que haces generalmente en internet?

PCH: Principalmente investigar temas acerca de mi carrera, y tomar cursos en línea para mi carrera. Aunque también uso internet para redes sociales y escuchar música.

DG: ¿Qué importancia crees que tiene tu celular y tu computadora?

PCH: Considero que mucha, las dos me sirven para investigación, la computadora porque te hace más fácil trabajar en ciertos trabajos y el celular como medio de investigación rápida o medio de comunicación, aunque no soy mucho de usar mucho el celular para redes sociales. Pero para mí es más importante la computadora.

DG: ¿Qué redes sociales son tus favoritas?

PCH: Instagram porque considero que los contenidos no son tan extensos, por ejemplo en Facebook se trata cualquier tema, es más abierta la red social y con todos los problemas que han tenido les afectó la imagen para no confiar en esa red.

DG: ¿En dónde te gusta abrir más las redes sociales?

PCH: En la computadora porque en el celular no me acomodo, para Facebook lo abro siempre en la compu aunque lo tenga descargado en el celular.

DG: ¿Cuánto tiempo te la pasas en redes sociales?

PCH: Tal vez una hora y media pero no es de que esa hora y media esté pegada por completo, sino más bien en ratos de 10 o 15 minutos lo abro en diferentes horas cuando tengo tiempo libre o acabo todos mis deberes.

DG: ¿Qué importancia crees que tienen las redes para las personas?

PCH: Pienso que se ha perdido la finalidad para las que fueron diseñadas que era la comunicación ya que unas personas son muy dependientes del celular y de las redes sociales pero creo que cada quien porque yo no digo que no está bien estar informado pero ellos ya caen en lo absurdo de sólo perder el tiempo. Para mi vida son importante por la comunicación, como hobby no tanto porque me agradan más las relaciones personales que estar en internet. Nos comentan en la escuela que Facebook quedó en el pasado y se tardó en evolucionar.

DG: ¿Quién te dijo eso?

PCH: Un doctor que nos impartía clase. Me imparte operaciones sanitarias.

DG: ¿Tenía relación el tema de Facebook con lo que ven en esa clase?

PCH: No, nada. Salió de repente el tema, es con el único profe que salen temas así, y creo que es porque es el doctor más joven y con el que se puede sacar cualquier tema a diferencia de los otros maestros que son más rectos.

DG: ¿Publicas constantemente en Facebook?

PCH: No, si a caso una vez a la semana, si no 2 veces al mes.

DG: ¿Qué compartes?

PCH: Memes y contenidos de cosas que me gustan.

DG: ¿Qué es lo principal que te encuentras al entrar a la sección de noticias de Facebook?

PCH: Actualmente, memes de los candidatos políticos.

DG: ¿Y antes de que fueran las elecciones?

PCH: Mis amigos compartían fotos de lo que hacían en su vida, en general eso.

DG: ¿Qué haces cuando te encuentras contenido político?

PCH: Si me interesan las primeras líneas que veo, lo leo. Pero últimamente todo se me hace repetitivo porque ahora ya no es política sino me parece que caen en lo absurdo todos los que dicen que son políticos.

DG: ¿Tienes amigos agregados que tienen publiquen contenido político?

PCH: Un amigo que está asociado a un grupo juvenil de jóvenes de uno de los partidos él ya terminó de estudiar lo mismo que yo. Pero que no estén asociados tengo dos amigos que les gusta la política y dan su punto de vista, uno estudió historia y el otro está estudiando leyes en la michoacana.

DG: ¿Qué haces cuando ves memes de política?

PCH: Reírme pero después me pongo a pensar en que no es posible que lo tomemos tan a la ligera el hecho de que esas personas es una de las que nos va a representar. Entrevistador: En temas generales que atañen a todo el país y que tienen que ver con política, ¿te gusta informarte?

DG: Sí, trato de leer temas globales o de informarme porque me llaman la atención, por ejemplo el conflicto que hay entre Corea del Norte y Estados Unidos; o por qué Peña Nieto trajo a Donald Trump.

PCH: ¿Crees que eres activamente participativa al momento de encontrarte una publicación que genere interés en ti y quieras compartir tu opinión?

DG: En temas que sí me interesan con respecto a mi carrera, sí. Comento en la publicación y comparto en mi muro. Si veo que hay una opinión diferente a la mía, respeto y no contesto o me peleo.

A.6.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Con quién vives en tu hogar?

PCH: Con mis dos hermanos y con mis padres.

DG: ¿Cómo es la relación que llevas con tu familia?

PCH: Muy buena, siempre tratan de darme mi espacio mis papás cuando ven que algo no anda bien pues después saben que voy a contarles todo. Y con mis hermanos también es muy buena, siempre estamos en contacto y podemos hablar de cualquier cosa.

DG: ¿De qué temas sueles hablar con tu familia?

PCH: De lo que pasó en el día, qué hice yo en el día, qué hicieron ellos. También de nuestros gustos o anécdotas donde no estábamos presentes.

DG: ¿Y con tus amigos?

PCH: En general de la escuela, o por ejemplo de nuestras vidas porque muchos son de fuera y me cuentan cómo viven ellos y las diferencias que tenemos.

DG: ¿En tu casa se llegan a tocar temas políticos?

PCH: Sí, ahorita con las elecciones hablamos mucho de eso, por quiénes votarían, por quién no.

DG: ¿Quién inicia esos temas de plática?

PCH: Mi papá, siempre los saca.

DG: ¿Con tus amigos se suelen sacar estos temas?

PCH: Sí, por ejemplo lo del tema del debate. Y lo que me comentabas del líder de opinión, es verdad, en mi grupo hay personas que se caracterizan por hablar de este tipo de temas por ejemplo. Hay una chava en mi salón que saca mucho estos temas y trae muy metido que el PRI ha hecho mucho por el país y todo esto, pero es porque en su casa siempre le dijeron eso entonces ella también piensa igual que sus papás.

DG: ¿En tus clases se llegan a tocar temas políticos?

PCH: Sí, pero no en sí en mis clases de ingeniería, sino en las materias que imparte la universidad de tronco común como lo es comportamiento organizacional y ese tipo.

DG: Cuando se tratan estos temas, ¿te integras y participas?

PCH: Al principio sí, pero desde que vi que sí hay un contraste entre los que opinan y son muy argumentativos y los que no, ya mejor trato de no opinar.

DG: ¿Tus papás tienen algún favoritismo por un partido político?

PCH: Sí, por el PAN.

DG: ¿Y tú?

PCH: También por el PAN.

DG: ¿Y crees que ese interés en ese partido surgió a raíz de lo que piensan tus papás?

PCH: Sí, totalmente. Porque crecí escuchando que él tenía simpatía por ese partido y cuando crecí y me empecé a informar me di cuenta de que sí tiene cosas buenas el partido y considero que es el que está menos peor.

DG: ¿Tienes algún líder de opinión?

PCH: En mi casa, mi papá. En la escuela, el jefe de departamento de mi carrera. Y en general, el presidente de Corea del Sur.

DG: ¿Qué crees que tiene más peso para ti al momento de que quieres empaparte de algún tema o a qué le das más veracidad?, ¿a lo que encuentras en internet o a lo que tu familia y amigos dicen?

PCH: Lo que investigo en Internet porque uno como persona lo ve de una manera pero alguien que está estudiado y tiene más preparación en ciertos temas, es especialista, es entonces más verídica la información porque uno lo ve a como su panorama se lo da a entender. También tiene mucho que ver la manera en cómo investigas y en dónde, tienes que saber exactamente cuáles son tus fuentes.

A.7. Entrevista Lesley A.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Centro Histórico de Morelia	Entrevistado: Lesley A.
Fecha: Sábado 2 de junio 2018	Edad: 22 años
Hora: 13:30 hrs.	Género: Femenino
Duración: 31:31 minutos	Estado civil: Soltera
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación:

A.7.1. Contexto del entrevista

Lesley A. es una joven de 22 años egresada de la Licenciatura de Medios Interactivos por la Universidad de Morelia. Sus principales intereses son el arte, las series de televisión, la música y los viajes. Se considera principalmente una persona creativa, sencilla y tranquila. Actualmente se encuentra desempleada y realizando la conclusión de su tesis de licenciatura para poder titularse.

A.7.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué importancia crees que tiene internet para tu vida?

LA: Mucha porque mi carrera se basa en todo lo que es digital tiene mucho que ver con el internet así que es obligadamente que lo tengo que usar porque de eso vivo.

DG: ¿Qué es lo que haces generalmente en Internet?

LA: Redes sociales y ya sea que busque información o algo que me inspire.

DG: Consideras que estás todo el día conectada a Internet?

LA: No, y aunque esté en mi casa dejo el celular y me dedico a hacer otras cosas. Igual si salgo a la calle y tengo datos no los ocupo. A menos que me llegue una notificación importante.

DG: ¿Qué tan indispensable crees que es tu celular para ti?

LA: Me da igual, pero hay tiempo en donde sí es importante de repente me desespero de no tenerlo. Pero por ejemplo la que usa más el celular es mi mamá y está muy pegada al celular, y yo no. Es raro porque sería ella la joven y no yo. Tal vez ella tenga más vida social que yo.

DG: ¿Qué prefieres, la computadora o el celular?

LA: Depende porque la computadora me ayuda a dibujar y diseñar. Y en el celular me incomoda más pero es más práctico.

DG: ¿En dónde te gusta abrir más las redes sociales?

Entrevistado: En el celular porque me acomodo más, es más incomodo estar en la computadora en redes sociales.

LA: ¿Cuánto tiempo pasas en redes sociales la día?

DG: No lo sé, es que soy de las que agarran el celular y abren redes como cinco minutos y vuelven a dejar ahí el celular hasta después de una hora o así. Pero tal vez, unas cinco horas diarias.

LA: ¿Es de tu interés la política?

DG: No, para nada.

LA: ¿Cuándo entras a Facebook ves algún contenido político?

DG: Actualmente, memes. Pero antes de que fueran las elecciones no venía nada.

A.7.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Con quién vives en tu hogar? Y, ¿cómo es la relación que llevas con ellos?

LA: Con mi mamá, mis abuelitos y un tío. Es buena la relación, sin embargo considero que no es muy abierta, quien sí es como mi confidente es mi mamá.

DG: ¿Crees tener un amplio número de amigos?

LA: No, si acaso sólo unos 6 amigos amigos.

DG: ¿En tus clases se llegan a tocar temas políticos?

LA: No, nunca tenía nada que ver , el que sacaba el tema era un compañero que sí le encanta la política pero ajmás se hablaba de eso.

DG: ¿Tu familia tiene alguna preferencia por algún partido político?

LA: No, por nadie. Pero yo por ejemplo me simpatiza Ricardo Anaya porque se me hace una persona confiable.

DG: ¿Quién consideras que pudiera ser tu líder de opinión?

LA: No lo sé, tal vez en cuestión política mi compañero que te comento. Pero en general, a nadie de mi familia pero a mí mamá en ciertos aspectos por ejemplo de situaciones de la vida.

DG: ¿Y crees que gracias a él se formó un pensamiento en ti que te hizo generar ideas?

LA: No, considero que todo lo saco de mí misma porque soy una persona analítica y no me dejo influenciar fácilmente,

DG: ¿Qué crees que tiene más peso para ti al momento de que quieres empaparte de algún tema o a qué le das más veracidad?, ¿a lo que encuentras en internet o a lo que tu familia y amigos dicen?

LA: Yo creo que las redes porque ahí primero veo las noticias y ya después voy en busca de alguien físicamente para comentarlo, pero no para que me digan si está bien o mal, sino para ver su opinión y a raíz de eso sacar una conclusión yo misma.

A.8. Entrevista Nelly G.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Escuela de Inglés	Entrevistado: Nelly G.
Fecha: Sábado 16 de junio 2018	Edad: 24 años
Hora: 12:40 hrs.	Género: Femenino
Duración: 31:52 minutos	Estado civil: Soltera
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Trabajadora de tiempo completo

A.8.1. Contexto del entrevistado

Nelly G. es una joven de 24 años egresada de la Licenciatura en Odontología por la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Actualmente trabaja medio tiempo y realiza su servicio social. Sus principales intereses son salir a pasear, ver series de televisión, la música y pasar tiempo con sus amigos y familia. Ella considera que es una persona reservada y tímida pero confiable. Se considera principalmente una persona creativa, sencilla y tranquila.

A.8.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Cuál es tu rutina día a día?

Entrevistado: En las mañanas acudo a mi ex facultad a realizar mi servicio social de 8 am a 4 pm y por las tardes trabajo medio tiempo en un hospital dental.

NG: ¿Sueles interactuar mucho con las personas que te rodean? ¿Aparte del trabajo suelen hablar de otros temas que no sea de trabajo?

Entrevistado: En general sí, pero durante el servicio y el trabajo el trato suele ser más hacia los pacientes y es más de trabajo, no tanto de bromear o hablar temas en general de otras cosas.

DG: ¿Qué tanto sueles usar la tecnología? Ya sea la televisión, computadora, tu celular, etc.

Entrevistado: Cuando no tengo cosas que hacer es lo principal que hago, antes de realizar cualquier otra cosa el celular es lo primero que agarro.

NG: ¿Y qué es lo que haces cuando estás en tu celular?

Entrevistado: Pues sólo checar redes sociales como Instagram o Facebook.

DG: ¿Qué es lo que sueles hacer al momento de “checar Facebook”?

Entrevistado: Mmmm, pues sólo checar noticias ya sea cosas entre amigos o cosas sociales que están pasando. Pero no es de meterme mucho a lo social, sino que solamente leo lo principal y ya.

NG: Si por ejemplo lees una noticia de Morelia, ¿no te metes a leerla?

Entrevistado: No, soy de leer sólo lo que dice la publicación pero es muy raro que me meta a leer el detalle de lo que está pasando. Me doy por enterada de lo que pasa con sólo leer lo de la publicación en Facebook.

DG: ¿Qué pasa si algún amigo tuyo publica alguna noticia que está pasando en Morelia y quizá su punto de vista no es mucho de tu agrado? ¿Comentas su publicación externando tu punto de vista?

NG: Suelo respetar la opinión de los demás. Tomo importancia a lo que dicen y sí te hace pensar un poco más a lo relacionado de lo que está opinando, y tal vez reflexiono en lo que yo pienso. Pero hasta ahí. Nunca he intentado cambiar la opinión de alguien o pelearme con alguien porque no tiene mi mismo punto de vista. Pero a veces sí me hace pensar diferente a lo que yo creo y pienso “tal vez tiene razón”.

DG: ¿Qué importancia crees que tienen las redes sociales en tu vida?

NG: Pues en lo informativo es en lo que más me baso, aunque no vea el detalle de las noticias pero ahí me entero de lo que está pasando, porque no tengo como el hábito de ver noticias en televisión.

A.8.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Cómo es la relación que llevas con tu familia?

Entrevistado: Es muy escasa, a pesar de que nos llevamos muy bien, casi no tenemos tiempo de vernos.

DG: ¿Cuándo se ven de qué temas suelen hablar?

NG: Temas más personales, o sea de platicar qué ha pasado con el otro o así. No solemos hablar de noticias. Como es poco el tiempo que pasamos juntos preferimos abordar temas personales y de trabajo.

DG: ¿Conoces cuáles son los principios políticos de tu familia?

NG: No, nunca hemos tratado temas así tan directamente. No es que no me importe la política, es que no tuve esa información política del seno familiar porque no tuve tanta relación con eso.

A lo mejor por eso no le tomo importancia. Pero igual y sí a veces pienso: “Esta persona hubiera sido mejor” o cosas así pero nunca me meto a fondo a hablar de esos temas con las personas ni con mi familia.

DG: ¿A pesar de que tu carrera es casi opuesto a hablar de temas políticos, había alguna vez donde algún profesor o compañero externaba sus ideales y tal vez en tu grupo seguían la plática? ¿O en tu trabajo?

NG: Muy rara ocasión. Pero cuando eso pasaba y por ejemplo el maestro decía “Yo considero que esta persona es mejor”, la mayoría sólo escuchábamos y dejábamos el tema así. No debatíamos ni nada.

DG: ¿Y en tu grupo de amigos?

NG: Igual sólo escucho y no me meto tanto en eso porque no siento que esté totalmente empapada del tema.

DG: ¿Crees que tu criterio propio ha sido creada por ti mismo o crees que ha habido otros factores o personas que han disuadido tu pensamiento?

NG: Creo que sólo ha sido por mí. Porque casi no hay temas políticos o temas en general de interés social donde pueda hablar con mi círculo social. Pero en cuestión de valores y eso pues vas viendo cómo es la sociedad y qué es lo que te parece mejor a ti y tomas algo, quieras o no vas a tomar algo de ellos.

DG: ¿Cuál es tu rutina día a día?

Entrevistado: En las mañanas acudo a mi ex facultad a realizar mi servicio social de 8 am a 4 pm y por las tardes trabajo medio tiempo en un hospital dental.

NG: ¿Crees que en tu vida existe algún líder de opinión?

DG: No lo sé. Por ejemplo cuando se abren temas como estos lo que hago es tomarlo de la mejor manera y tomar lo que creo correcto.

A.9. Entrevista Uriel S.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Escuela de Inglés	Entrevistado: Uriel S.
Fecha: Sábado 16 de junio 2018	Edad: 21 años
Hora: 14:05 hrs.	Género: Masculino
Duración: 33:23 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Estudiante

A.9.1. Contexto del entrevistado

Uriel S. es un joven de 20 años, estudiante de Ingeniería Bioquímica en el Tecnológico de Estudios Superiores de Morelia. Por ahora se dedica sólo a estudiar y a acudir a clases de inglés los fines de semanas. Sus principales intereses son su carrera, salir con sus amigos, salir a pasear solo y navegar en Internet. Se considera una persona amistosa, divertida y espontánea además de fiel en la amistad.

A.9.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué es lo que haces cuando estás navegando en la Internet?

US: Reviso redes sociales. Mi favorita es Instagram y Facebook.

DG: ¿Qué haces cuando entras a Facebook?

US: (Risa) Estoy leyendo memes. Compartiendo memes o viendo noticias. A veces suelo compartir aquello que me genera interés o me hace mucho reír, para que lo vean mis amigos que tengo agregados.

DG: ¿Qué noticias son las que sueles revisar en Facebook?

US: Las noticias que veo son las de los acontecimientos que tienen mucho impacto. Por ejemplo algo que haya pasado en otro Estado o algo nuevo o algo innovador.

DG: ¿Sueles dar click en las noticias que ves en Facebook para leer completo lo que está pasando por ejemplo en portales como Mi Morelia.com? ¿O sólo la ves en vista previa en tu sección de noticias y no entras a leerla?

US: Sólo si me llama mucho la atención, si no, sólo las leo como dices tú, en la vista previa cuando estoy bajando en mi sección de noticias. Si no me interesa o se me hace relevante la dejo pasar. Pero por los encabezados que leo también a veces me entero de las cosas, aunque sea de forma rápida y sin ver qué pasa. Pero si por ejemplo alguien saca el tema de lo que pasa, y yo vi la noticia aunque sea en la sección de noticias de Facebook, es como me doy por enterado. Aunque no me meta a fondo a ver qué pasa.

DG: ¿Qué consideras que es tu medio de información? ¿o la opinión que está en tu entorno.

US: Siento que las redes sociales, porque a partir de redes sociales yo puedo generar mi opinión. Y ya para poder expresarla en mi entorno. O sea, como te decía ahorita, a pesar de que a veces no me meto a revisar las noticias. Por ahí puedo saber qué es lo que está pasando. Y a las noticias a las que sí me meto a partir de ahí comienzo a generar mi propia opinión para llegar con mi familia por ejemplo y decirles o compartirles mi opinión.

A.9.3. Relaciones sociales: Familiares y de amistad

DG: ¿De qué tenemos son los que sueles platicar con tu familia cuando estás con tu familia?

US: De lo que nos pasa en el día, como nos vemos hasta que yo llego de la escuela por las tardes no suelo pasar mucho tiempo con ellos entre semana, así que hablamos de nuestro día, algún tema familiar o una noticia que sea como que muy importante o tenga un alto impacto.

DG: ¿Cómo es la relación que llevas con tu familia?

US: Siento que es como que muy comunicativa. Tratamos de mantener una buena relación a pesar de que a veces existen problemas como en todas las familias. Y siempre estamos escuchándonos para evitar discusiones.

DG: ¿Consideras que existe algún líder de opinión dentro de tu familia?

Entrevistado: No. Pero consideraría que yo podría serlo para ellos, el que les dice o comenta acerca de algo y me ven como una persona conocedora. Nadie de mi familia tiene estudios, entonces tal vez como yo estoy estudiando, en la escuela se comentan cosas y llego a mi casa y les comparto mi punto de vista, ellos también comienzan a opinar y me ven como una persona que les informa acerca de los acontecimientos. Ellos tienen su criterio propio pero creo que yo soy un factor para que comencemos a hablar de temas de interés general.

US: ¿Cómo es el ambiente en tu escuela? Tu carrera no tiene que ver con política, ¿qué pasa si de repente algún maestro saca algún tema por ejemplo de las elecciones del 2018? ¿Qué es lo que pasa dentro de tu salón?

DG: La mayoría de veces, sólo escuchamos la opinión del profesor, porque para no meternos en un conflicto de que tengamos ideas diferentes, no se vaya a generar un debate. Hay personas que son muy prepotentes en su opinión y la defienden a morir, entonces para no entrar en eso cada quien sabemos que tiene su opinión y se respeta. Yo prefiero no opinar en ese aspecto para no generar una discusión si es que tengo una opinión diferente.

US: ¿Con tu familia o amigos suelen tocar temas políticos?

Entrevistado: A veces si salen al tema sí. Y opino. Damos nuestra opinión y hasta ahí.

DG: ¿Tu familia tiene alguna preferencia política que pudiera influir en tu opinión política?

US: Por ejemplo ahora de las elecciones estaban indecisos por quién deberían votar. Por ejemplo yo les dije como cuál podría ser la opción. Salió el tema y comenzaron a escuchar por qué pensaba cuáles son las mejores opciones.

DG: ¿Y cómo tomaste tú esa decisión? ¿A partir de qué formaste ese ideal de saber cuáles candidatos son los mejores?

US: A partir de los debates. Los vi, y a partir de ahí les estuve comentando qué candidato tiene mejores ideas. Sin fijarme mucho en el partido. Y durante un año antes que sabía quienes se podrían postular los estuve como influenciando. Pero cuando se supo quiénes eran los candidatos, les dije qué dijeron en el debate para así mismo ver por quiénes vamos a votar.

DG: Después de los debates se podían ver noticias de ellos en las redes sociales. ¿Esas noticias te influenciaban para tomar también una decisión?

US: Sí leía algunas. Pero cada medio tiene su propio ideal. Así que las leo pero no me apropio de los ideales de esas páginas. Porque cada quien sigue sus ideales de acuerdo a sus intereses.

A.10. Entrevista Cinthya A.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Casa de la entrevistada	Entrevistado: Cinthya A.
Fecha: Lunes 18 de junio 2018	Edad: 24 años
Hora: 14:40 hrs.	Género: Femenino
Duración: 33:23 minutos	Estado civil: Soltera
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Trabajadora de tiempo completo y estudiante.

A.10.1. Contexto del entrevistado

Cynthia A. es un joven de 24 años, estudiante de Mercadotecnia en la Universidad Monterrey. Además trabaja para Grupo Herso en el departamento de mercadotecnia donde lleva a cabo estudios de mercado y un programa de lealtad a clientes. De lunes a viernes trabaja de 8:30 am a 7:30 pm y por las noches realiza su tarea. Su carrera es en línea los sábados. Desde los 22 años vive sola. Sus principales intereses son su carrera, la mercadotecnia, escuchar música y navegar en Internet. Se considera una persona amistosa, divertida, madura e inteligente.

A.10.2. Uso de internet y redes sociales

DG: ¿Qué redes sociales son las que sueles utilizar más?

CA: Normalmente Facebook e Instagram. Facebook más para enterarme de cosas e Instagram porque me gusta ver las fotos, se me hace una red social estética. En general por como trabajo no suelo utilizar mucho las redes. Facebook si acaso lo veo una vez al día pero para cosas personales. Porque en el trabajo a veces sí lo uso para hacer estudios de mercado ya que las empresas publican en sus redes lo que tengo que investigar.

DG: ¿Qué es lo que te gusta hacer cuando estás en Facebook?

CA: Sigo a Laura Rivas, es una consultora en marketing digital y da tutoriales y cosas así. Y hay un grupo que se llama “Escala tu negocio” y ahí sube contenido. Es lo que consumo en Facebook.

DG: ¿Cuándo entras te encuentras con algún contenido político sobre todo ahora de las elecciones?

CA: Sí, veo mucho de Andrés Manuel. Y generalmente lo leo porque son cosas que se han vuelto polémicos porque todos decían que no votaran por él y está la contra parte promoviendo el voto por él. Y yo creo que era lo que más veía porque eran foros de discusión de que nos vamos a volver como Venezuela. Sí me llegué a leer como dos fotos de discusión nada más. De ahí en fuera veía memes pero artículos como tal de políticos la verdad lo saltaba, me daba hueva.

DG: ¿Has tenido algún amigo que publica contenido político? Y que dices: Ese es su punto de vista pero yo no estoy de acuerdo y voy a expresar cuál es mi punto de vista.

CA: Sólo leo su punto de vista. Pero dependiendo del tema a tratar. Por ejemplo eso de los fotos de Andrés Manuel yo una vez le contesté a una persona que ni siquiera era mi contacto pero un amigo en común lo compartió entonces desde ahí vi todo. Y le puse a la chava que por qué decía eso que escribió porque como no sé mucho la verdad al respecto, dije: Me gustaría conocer por qué lo está diciendo. Entonces más bien ahí sí le pregunté eso. Y ella me arrojó como tres links de artículos que no los leí todos pero les di una breve leída. Y cuando se tratan de temas políticas la verdad no participo mucho porque no sé del tema. Si supiera posiblemente participaría pero la política no es de mi agrado porque la situación en el país en cuanto a los personajes políticos y cómo están llevando el rumbo de México no me parece la adecuada pero prefiero no tener que ver con eso.

DG: ¿Crees que las redes sociales son indispensables para ti?

CA: Sí (risas). Porque es un medio de comunicación directo, rápido y muchas veces gratuito. Tal vez Facebook no es indispensable para mí porque me he enamorada más de Instagram. Tiene un contenido más dinámico. Pero tampoco me meto para estar las horas ahí.

DG: ¿Eres de las que publican constantemente?

CA: No, soy como un fantasma. Sólo me meto a ver y ya. Pero todo está relacionado con el tiempo que tenga. Porque el año pasado tenía más tiempo para meterme, y ahorita por el trabajo la verdad no. Ahí sí publicaba más. No a diario. Pero sí más regularmente. Ahorita de plano no hago nada más que ver mi sección de noticias de amigos.

DG: ¿Generalmente desde donde ver Facebook en tus dispositivos?

Entrevistado: Desde el celular. En la computadora sólo trabajo y hago tarea. Y en el celular lo considero más dinámico para ver Facebook y eso.

CA: ¿Consumes noticias en algún medio de comunicación como la televisión, radio o en Facebook?

DG: Pues sí, Facebook. Pero no considero que Facebook sea propiamente para eso porque Facebook fue creado para amistad pero hoy en día se está prestando también para noticias al final de cuentas es un medio de comunicación.

A.10.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Consideras que cuentas con algún líder de opinión?

CA: Sí. Tengo varios como Laura Rivas nada más que es de España y la veo consumiendo Youtube o Facebook. En política no tengo a nadie. Sigo a Diego Dreifus, su tema es como de coaching, filosofía, negocios. Carlos Muñoz. Y en mi círculo social creo que mi ex, sabía mucho. Es mercadólogo entonces sabe mucho del tema. Ningún maestro y de mi familia si son cosas como sociales nadie, pero si son cuestiones personales como desarrollo personal o emocional sí escucho o pesa mucho la opinión de mi mamá porque creo yo que tiene una consciencia espiritual amplia. Es muy sabia en su vida y general.

DG: ¿Y cómo es tu relación con ella?

CA: Es buena. Ya no vivo con ella. Decidí independizarme para comenzar mi propio camino pero sí la visito y cuando la visito es muy buena nuestra relación.

DG: ¿De qué suelen platicar cuando se ven?

Entrevistado: Como no nos vemos a diario como antes, platicamos de cómo nos ha ido, qué nos ha pasado. Nunca sacamos temas sociales o de política, es de lo que jamás hablamos.

CA: ¿Por qué crees que la política no sea de tu agrado, además de lo que ya me comentaste que es por la situación del país?

DG: Ahorita mi mente anda ocupada en sembrar algo propio, algo que me dé estabilidad emocional y económica y espiritual a corto y mediano plazo. Y la política siento que es algo que no me daría algo así si yo me pongo a investigar.

CA: Ahora que será la primera vez que vas a tener la oportunidad de votar en unas elecciones presidenciales. ¿Votarás?

DG: No estoy segura de por quién votar. Pero sí votaré. Es muy tonto la decisión que estoy tomando porque creo que tiene que ver con el inconsciente colectivo de querer un cambio. Unos partidos ya tuvieron su momento y considero que la persona por la que votaré ahora puede ser una mejor opción. Un cambio, a ver qué tal lo hace.

A.11. Entrevista Roberto V.

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Escuela de Inglés	Entrevistado: Roberto V.
Fecha: Sábado 23 de junio 2018	Edad: 24 años
Hora: 14:00 hrs.	Género: Masculino
Duración: 20:15 minutos	Estado civil: Soltero
Entrevistador: Andrea Denise Guerrero Chaman	Ocupación: Trabajador de tiempo completo

A.11.1. Contexto del entrevistado

Alberto es un joven de 24 años, supervisor de una parcela familiar y trabajador de soporte técnico de una pequeña empresa. Sus principales pasiones son navegar en Internet para hacer investigación de plomería, electricidad y manualidades; el anime, dibujar, ver series de caricaturas. Vive con sus padres y hermanos. Los sábados acude a clases de inglés. Dejó inconclusa la carrera de Ingeniería en Sistemas ya que tuvo unos problemas familiares y no ha vuelto. Se considera una persona amistosa, tímida, madura, inteligente y humilde.

A.11.2. Uso de internet y redes sociales

DG: Por lo que me has platicado, tienes un día ocupado desde muy temprano hasta la tarde. ¿Podrías decirme cuántas veces tomas tu computadora para navegar en Internet?

RV: Como mi carrera es programar y monitorear servidores me la paso casi todo el día en la computadora. En mis tiempos libres también lo hago para jugar lo que me gusta y ver mis caricaturas de anime.

DG: ¿En el celular también mantienes la misma conectividad? Refiriéndome exclusivamente a cuando lo utilizas tal vez para lo que te gusta hacer.

RV: Fíjate que eso sí fue influencia de mis papás como de un maestro que decía que “las cosas tienen que ser como por su esencia”, entonces por ejemplo cuando empezaban a salir todas esas cosas del celular, yo tengo de hecho mi ipod y a mí se me enseñó que un celular es nada más

para emergencias y para comunicarte. Entonces el hecho de estar cargando un cargador para conectar el celular porque se te va a acabar la batería, a mí realmente eso no me gusta. Entonces yo uso por ejemplo mi ipod para música y el celular para comunicarse y de repente para estar viendo por ahí qué ver. Pero como cargo la computadora con juegos y series descargados, no necesito usar el celular tanto para eso.

DG: ¿Usas redes sociales?

RV: Muy poco la verdad. Uso más twitter. Facebook casi no, Instagram la verdad no. Soy más de los que creen que si te vas de viaje con la familia no hay necesidad de estar publicando dónde estás porque por como me criaron me dijeron que me divertiera y viviera el momento. Siento que las redes sociales las utilizan en muchas ocasiones para presumir.

DG: ¿Y Facebook para qué lo utilizas?

RV: Facebook lo utilizaba en la escuela porque por ahí los maestros nos subían tareas. Y realmente a mí no me gustaba porque yo me conozco y sé que Facebook sólo entro para cualquier cosa menos para lo que se necesita. Es un ocio.

DG: ¿Cuántas veces al día te conectas a Facebook?

RV: Uy, llevo casi 6 meses sin conectarme. Y no me hace falta.

DG: ¿Y aparte de revisar tareas para qué lo utilizabas cuando accedías?

Entrevistado: Generalmente lo utilizaba para jugar en las apps de juegos con amigos. Y de repente a discutir en grupos con mis amigos de anime. En realidad Facebook no me gustaba porque es muy tóxico las relaciones, sólo de chisme.

RV: ¿Qué páginas son las que seguías en Facebook?

Entrevistado: Páginas de anime, manualidades, alguna que otra repostería.

DG: ¿Noticias locales o nacionales? ¿Qué usas para enterarte?

RV: Voy a sonar medio anticuado pero me gusta comprar mucho La Voz, me gusta sentarme en la oficina con un café y ver las noticias. Hay semanas que no lo compro porque sale caro. Pero cuando tengo dinero sí suelo consumirlo. La televisión casi no, pero la radio sí de vez en cuando. Lo que sí veo es Quadratín.

DG: ¿Quadratín en Facebook o ingresas directamente buscándolo en Google?

RV: Generalmente cuando quiero enterarme de algo busco en específico en Google.

DG: ¿No sigues páginas de noticias en Facebook?

RV: No. Ni de ningún político ni nada.

DG: ¿Entonces ahora durante las elecciones no ves ninguna publicidad de este medio en Internet o de repente cuando ingresas a Facebook?

RV: No, realmente no. De ningún político. Bueno, creo suponer que es por el hecho de que como soy ingeniero en sistemas sé mucho cómo se manejan las páginas. Entonces yo tengo por ejemplo instalada un bloqueador de publicidad que se lleva parejo casi todo. Entonces yo por ejemplo me sorprendía cuando la gente decía: “a mí me sale publicidad en Youtube”, y yo nunca veo esa publicidad, pero es por el bloqueador que tengo instalado.

DG: ¿Alguno de tus amigos o conocidos suele publicar contenidos políticos en redes sociales?

RV: Tengo un amigo que sí, pero generalmente no le hago caso porque le encanta publicar noticias del “deforma” esas páginas que son puras noticias falsas, entonces no le hago caso.

DG: ¿Y Qué hacías cuando te topabas con ese tipo de contenido político?

RV: De repente me metía pero me gusta investigar varias fuentes o sea por ejemplo veía una noticia de eso y decía: “Quadratín dice esto, voy a ver qué dice Mi Morelia.com”, y así de varias fuentes, o de qué dice La Voz o BBC News para ver si la noticia es verídica.

A.11.3. Relaciones sociales: familiares y de amistad

DG: ¿Convives mucho con tu familia?

RV: Ya casi en la noche porque como tenemos trabajo, nos vemos en la noche y generalmente platicamos del trabajo, de alguna vivencia que tenemos en el día o últimamente platican mucho de mi hermano chiquito porque como tal fue el único que se dedicó al deporte y ahorita está ganando una que otra medalla y mis papás lo presumen mucho. A veces más bien uno de mis hermanos encuentra en Internet algún dato curioso y entre todos opinamos al respecto.

DG: ¿Y cómo son esas discusiones familiares acerca de esos temas?

Entrevistado: Generalmente inician a hablar mis papás desde su punto de vista, mis hermanos y yo les contestamos los que nosotros pensamos o apoyando sus ideas, generalmente. Son muy pocas las cosas con las que hemos diferido.

RV: ¿Y dentro de tu círculo social como amigos?

DG: Mantengo amigos que tienen ideas muy parecidas a los míos, por ejemplo, somos muy conservadores, respetamos los ideales de los demás y en cuestiones de sexualidad, toleramos las preferencias pero no pensamos que deba ser así las cosas.

RV: ¿Con tu familia suelen hablar de temas políticos?

Entrevistado: Muy poco, generalmente ahora en lo de las elecciones sí, pero se sacaba el tema de qué tan sólidas se ven las propuestas de los candidatos y qué tan capaces se ven de poder cumplirlas.

DG: ¿Tu familia tiene alguna preferencia sobre alguno de los candidatos?

RV: Como tal puedo decirte que no quieren votar ni por Obrador ni por el PRI, de los otros dos no tengo idea de a quién pudieran elegir.

DG: ¿Y tú crees que eso te influenció a ti en cierta medida?

RV: No, yo creo que no. En mi caso en Morelia había varios candidatos y me presionaban mis amigos y mi pareja en ese momento de votar por ciertas personas porque a ellos les convenían que ganara esa persona. Pero eso para mí no es una opción válida, si vas a salir beneficiado no me importa, las cosas no deberían ser así. Si tiene buenas propuestas y se ve que puede cumplirlas ahí sí podría tal vez votar por esa persona.

DG: ¿Acudirás a votar?

RV: Sí. Analizo a cada uno de los candidatos para ver cuál es el mejor pero la verdad es que aún no me decido.

DG: ¿Consideras que tienes algún líder de opinión que pueda influir en tus decisiones, en tu pensamiento o que puedas decir a lo mejor “lo que él dice tiene coherencia con los ideales que yo tengo” y que de alguna manera te influencia un poco más su pensamiento para reforzar lo que tú crees?

RV: Como tal, tal vez sí y no, tal vez mi papá. Pero dice mi mamá que realmente soy muy terco. Entonces cuando yo me encierro en una idea contraria a mis papás, yo me mantengo firme en esa idea aunque mis papás digan otra cosa.

DG: ¿Por qué consideras que esa pensamiento que pudieras tener es diferente a la de ellos?

Entrevistado: Porque bueno eso a mí me enseñó mi papá: Que hay que... aparte de ser leal y fiel, uno tiene que ser firme con sus ideas, porque si no eres firme desde tus ideas, realmente no puedes esperar exigir de las demás personas si tú no eres constante en algo.

RV: ¿Y entonces a partir de qué crees que pudiste haber creado tus propios ideales para convertirte en la persona que eres ahora?

Entrevistado: Yo creo que mis padres. Aunque mis papás tengan ideas diferentes a las mías. Mis papás y mis vivencias.

DG: ¿Algún otro líder de opinión?

RV: Me parece que sólo mi papá porque lo respeto mucho y por él soy firme en mis pensamientos, y muchas veces tiene la razón, pero en otras tal vez como en temas políticos, o sociales, definitivamente yo mismo los cree a partir de mis ideales. Aunque por otro lado, a mí siempre me ha gustado la historia, y un Youtuber que se encarga de hacer videos acerca de la real historia de México y no la que nos cuenta, a él podría considerarlo una persona a la que puedo escuchar

y creerle, de la que mis conocimientos con respecto a eso se parten ya que da fundamentos creíbles.

DG: Entonces, Rob. Ya para finalizar, ¿para ti qué tiene más peso? ¿Lo que tu círculo social pueda decirte o lo que tú investigas, lo que ves por fuera y tu ideal propio como para formar tus pensamientos? ¿Qué influye más?

RV: Lo que yo creo e investigo. Más que cualquier otra persona me diga.