

Involucramiento político, un alcance conceptual desde la perspectiva de Bruce Pinkleton

Political involvement, a conceptual approach from Bruce Pinkleton's perspective

Isabel Valdivieso Añazco¹  

Cómo citar

Valdivieso Añazco, I (2023). Involucramiento político, un alcance conceptual desde la perspectiva de Bruce Pinkleton. *Socialium*, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.26490/uncp.sl.2023.7.1.1694>

¹Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

isabel.valdivieso@unmsm.edu.pe

RESUMEN

El objetivo de la investigación fue identificar los fundamentos del concepto involucramiento político según Bruce Pinkleton. Quien trabajó el término involucramiento político en quince (15) artículos académicos dentro del campo de estudio de la comunicación política. El estudio cualitativo de diseño fenomenológico tuvo como unidad de análisis al profesor Bruce Pinkleton y la elección de (07) siete artículos de su producción científica como autor y coautor, como instrumento de recopilación de la información se aplicó una guía de entrevista semiestructurada y una ficha de registro y para el procesamiento de datos se aplicó una matriz de análisis. Como resultado se halló que el término involucramiento político se conceptualiza como el interés de un ciudadano en la política y la búsqueda de fuentes e información en medios de comunicación tradicional como la TV, radios, periódicos y redes sociales que favorezcan a la toma de decisiones y participación política.

Palabras clave: *involucramiento político; interés; política; búsqueda de información; participación política.*

ABSTRACT

The objective of the research was to identify the foundations of the concept of political involvement according to Bruce Pinkleton. He worked on the term political involvement in fifteen (15) academic articles within the field of study of political communication. The qualitative study of phenomenological design had as unit of analysis Professor Bruce Pinkleton and the choice of (07) seven articles of his scientific production as author and co-author, as an instrument of information collection a semi-structured interview guide and a registration form were applied and for data processing an analysis matrix was applied. As a result, it was found that the term political involvement is conceptualized as the interest of a citizen in politics and the search for sources and information in traditional media such as TV, radio, newspapers and social networks that favor decision making and political participation.

Keywords: *political involvement; interest; politics; information seeking; political participation.*

Arbitrado por pares ciegos

Recibido: 15/11/2022

Aceptado: 29/12/2022



Introducción

Dentro de un contexto de polarización, desconfianza y apatía por la política. El alejamiento de los ciudadanos respecto a la participación política está presente en diferentes lugares y puede evaluarse desde distintos ángulos. Uno de los retos en el desarrollo de la democracia en el Perú es el creciente porcentaje de ausentismo electoral. Esta cifra se incrementó más rápidamente a partir del referéndum de 2018 y se ha mantenido por encima del 20 % desde entonces (Dirección Nacional de Educación y Formación Ciudadana, 2022).

Las elecciones regionales y municipales 2022 en el Perú registraron un alto índice de ausentismo, alcanzando el 22.697 % (ONPE, 2022). Si bien es común que en el país se realicen movilizaciones sociales cada cierto tiempo respondiendo a demandas ciudadanas, el índice de participación ciudadana en el Perú se encuentra por debajo del promedio latinoamericano. El porcentaje del involucramiento activo de la ciudadanía en la toma de decisiones para el país es de 5.36 %, la media a nivel latinoamericano alcanza el 5.42 % (RPP, 2022).

A este contexto se suma el poco interés de los ciudadanos por informarse de temas políticos, aumento de la desconfianza sobre la información publicada tanto en medios de comunicación tradicionales como en redes sociales. Según una encuesta nacional elaborada por Datum en el año 2020 se redujo la cantidad de personas que leyeron sobre temas sociales y políticos en redes sociales obteniendo sólo un 65 %. Mientras en el 2019 el 89 % afirmó que sí lo había hecho (Gestión, 2020).

Ante este problema es preciso abordar una temática que responda al modo en que las personas se involucran como sujetos políticos dentro de la sociedad. Esta situación es definida de manera variada desde diferentes contextos teóricos y paradigmáticos desde el cual se trata, como por ejemplo participación política, interés político, decisión política e involucramiento político; siendo este último el término que se abarcará en las siguientes secciones.

La presente investigación plantea como concepto principal de análisis, el involucramiento político; como respuesta a la poca popularidad del término como materia de estudio y por ende a la poca producción científica publicada. Esta investigación aborda la fundamentación de este término desde la perspectiva de Bruce Pinkleton, profesor norteamericano quien abordó el concepto de involucramiento como constructo conceptual y su operacionalización en estudios de comunicación política.

El involucramiento puede entenderse desde varias perspectivas, como el estado psicológico de un individuo que define la importancia y relevancia de un determinado componente para una persona. El involucramiento es de gran importancia en la toma de decisiones políticas y la participación (Pinkleton,

1998). Asimismo, el involucramiento de los ciudadanos con la política se refiere a la medida en que consideran que la política es la parte central y un objeto significativo en sus vidas; e indica su importancia para ellos (Yoon, Pinkleton y ko, 2005).

Como respuesta a un Estado y a la acción de un proceso, el involucramiento refiere la búsqueda de información y al proceso de toma de decisiones políticas. Siguiendo estos lineamientos el involucramiento político dentro del contexto de las campañas políticas y los medios de comunicación, resulta como la percepción en la búsqueda de información y al proceso de toma de decisiones. Por lo tanto, los medios de comunicación pueden servir como catalizadores para la toma de decisiones de los ciudadanos involucrados (Pinkleton y Austin, 2001).

El objetivo de la investigación es identificar los fundamentos del concepto involucramiento político en la producción científica de Bruce E. Pinkleton desde la revisión descriptiva de su literatura y una video entrevista realizada el 17 de noviembre de 2022. La investigación busca desarrollar desde esta perspectiva, la caracterización del término involucramiento político, tomando en cuenta el actual punto de vista del investigador, quien a lo largo de su producción científica aborda la relación de la comunicación política, toma de decisiones y evaluación de campañas de comunicación.

La investigación recoge información relevante que permitirá abordar la conceptualización del término involucramiento político en procesos electorales o en contextos políticos particulares y su relación con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. La información recopilada pretende brindar un alcance diferente, ayudar a la construcción de marcos teóricos y la formulación de hipótesis de futuras investigaciones.

Método

Tipo de estudio. Se realizó una investigación de enfoque cualitativo sobre el pensamiento y producción académica de Bruce Pinkleton sobre la construcción conceptual del término “involucramiento político” dentro del ámbito de las ciencias política y los medios de comunicación. Se adoptó un enfoque cualitativo-fenomenológico, para construir un amplio desarrollo temático del concepto escogido por medio de la información seleccionada en referencia al tema y la información obtenida mediante entrevista.

Unidad de análisis. Es la entrevista realizada el 17 de noviembre de 2022 vía Google Meet al profesor Bruce Pinkleton, decano de la Facultad de Comunicación Edward R. Murrow de la Universidad Estatal de Washington y su producción académica referente a involucramiento político. Como muestra, se seleccionó los artículos recopilados en los gestores bibliográficos Scopus, Taylor y Francis, JSTOR, Google

Académico; se obtuvo como resultado 15 artículos que refieren, describen, relacionan y/o mencionan el concepto escogido.

Criterios de Inclusión y exclusión. Se incluyó los artículos académicos publicados por Bruce Pinkleton, en calidad de autor y coautor que refieren el término involucramiento político y se excluyó a los artículos académicos que siendo de la misma autoría sólo mencionan el término en el cuerpo de las investigaciones; pero no lo desarrollan.

Instrumentos de recolección de información. Se elaboró una guía de entrevista semiestructurada y una ficha de registro que evaluaron la categoría involucramiento político y diez subcategorías: definición de involucramiento político; clasificación de involucramiento político; importancia de involucramiento político; cuestionario sobre involucramiento político, relación entre involucramiento político y medios de comunicación tradicionales (TV, radio, periódicos); relación entre involucramiento político y fuentes de información; relación entre involucramiento político y redes sociales; relación entre involucramiento y eficacia política; relación entre involucramiento y eficacia política; relación entre involucramiento y cinismo. Los instrumentos de recolección de información fueron validados mediante el juicio de tres expertos.

Procedimientos de la recolección de datos. Para procesar la información resaltante de cada documento seleccionado, se elaboró en un primer momento una lista de cotejo para la selección de los artículos, la investigación se centró en la búsqueda de información referente al término “involucramiento político” en diferentes bases de datos como Scopus, JSTOR, WoS, entre otros; utilizando la palabra clave “political involvement,”. En un segundo momento, al descubrir la poca literatura existente, se tomó como muestra la producción académica de Bruce Pinkleton tanto como autor y coautor, recogida en los gestores bibliográficos Scopus, Taylor y Francis, JSTOR, Google Académico. Con la elección de la literatura publicada por Bruce Pinkleton se elaboró una matriz de contenido.

Aspectos éticos. Se dio tratamiento de manera responsable a la información recopilada, respecto al derecho intelectual de los autores citados. Se procuró hacer una traducción precisa del idioma inglés al español de la bibliografía escogida y de la entrevista desarrollada.

Análisis de datos. Con ayuda de la matriz de contenido elaborada en el programa Excel se construyeron las categorías: título, año de publicación, autores, conceptos principales, conceptos secundarios, resultados, conclusiones, transcripción de encuesta. Se optó por el método de metaanálisis del contenido seleccionado, abarcando al proceso de revisión, análisis de los conceptos, resultados, discusiones y conclusiones. Finalmente, para la redacción de la investigación se resaltaron los principales conceptos, dimensiones y hallazgos.

Resultado

A través de una entrevista semiestructurada y la revisión descriptiva de la literatura escogida se tomaron siete (07) de los quince artículos académicos de la autoría de Bruce Pinkleton que se pueden apreciar a continuación.

Tabla 1

Resumen de los artículos clasificados y encontrados en la base de datos

Autores	Nombre del Artículo	Año	Base de datos
Bruce Pinkleton	Efectos de la publicidad política comparativa impresa en la toma de decisiones políticas y la participación	1998	Google académico
Joey Reagan, Bruce Pinkleton , Ann Thorsen, Michelle Miller, Jenny Main	Las motivaciones como predictores de las percepciones de las fuentes de información: medios tradicionales y nuevas tecnologías	1998	Elsevier
Erica Weintraub Austin y Bruce Pinkleton	La relación entre las evaluaciones del contenido de los medios y la desafección política	1999	Taylor & Francis
Kak Yoon, Bruce Pinkleton y Wonjun Ko	Efectos de la publicidad política negativa sobre la intención de voto: una exploración de los roles de la participación y la fuente de credibilidad en el desarrollo del cinismo de los votantes	2005	Taylor & Francis
Erica Weintraub Austin, Rebecca Van de Vord, Bruce Pinkleton y Evan Epstein	Los apoyos de los famosos y su potencial para motivar a los jóvenes votantes	2008	Taylor & Francis
David Cuillier y Bruce Pinkleton	Sospecha y secreto: Las actividades políticas y su relación con el apoyo a la libertad de información	2011	Google Académico
Yushu Zhou y Bruce Pinkleton	Modelado de los efectos del uso de fuentes de información política y la expresión en línea sobre la eficacia política de los adultos jóvenes	2012	Taylor & Francis

Involucramiento político

Definición

Pinkleton (1998) reconoce que “la relevancia personal y la importancia individual son claves para mejorar el involucramiento del receptor en un mensaje. Nótese que el involucramiento no es creado por el mensaje, pero le mensaje capitaliza el involucramiento existente de una persona” (p. 3). Con el avance en sus investigaciones Pinkleton (2012) sugiere que el involucramiento político es la percepción individual sobre la relevancia de un tema o el nivel de interés en un tema de elección. El involucramiento está dentro de un grupo de variables que la audiencia aporta a la situación de recepción, que afectan el impacto del

mensaje y a su vez a la toma de decisiones. Por tanto, involucramiento político se conceptualiza como el interés, relevancia e importancia que una persona asume por un determinado periodo de tiempo en referencia a la política y se manifiesta a través de la búsqueda de información en medios de comunicación como la televisión, radio, diarios impresos, internet y/o redes sociales, para la obtención de conocimiento que le permita al individuo participar y tomar decisiones políticas, por lo general dentro de un contexto electoral.

Clasificación e importancia del involucramiento político

Pinkleton (2012) elaboró una taxonomía donde clasificó el involucramiento en dos tipos según la duración del interés, el involucramiento puede reflejar un interés continuo, a largo plazo generalmente denominado involucramiento duradero; o un interés a corto plazo llamado involucramiento situacional. A medida que aumenta el involucramiento de los ciudadanos en los asuntos públicos no sólo se involucran en la búsqueda de información relevante, sino que también se benefician de una mayor adquisición de conocimientos y eficacia interna. En cuanto a la importancia de la variable involucramiento, Pinkleton (2012) concluyó como resultado de su estudio que el involucramiento también ejerció influencia indirecta y significativa sobre la eficacia política operando tanto a través de la atención a los medios de comunicación como a la atención de los sitios web del gobierno y los candidatos.

En resumen, el involucramiento político se puede clasificar de dos maneras, según el periodo de desarrollo: Involucramiento político a largo plazo o personal; refiere al interés inherente sobre la política como tema de gran importancia para una persona. Asimismo, el involucramiento político situacional refiere a un incremento de interés y relevancia sobre un aspecto en particular de la política: la elección por un partido político un candidato que finalmente motiva al ciudadano a la búsqueda de información y participación política.

En cuanto a su importancia recae en su función como variable que determina la selección y uso de medios de comunicación dentro de un contexto político. Cuando el ciudadano desarrolla un alto nivel de involucramiento también incrementa su nivel de autoeficacia, actitudes y comportamientos. Sin embargo, se corre el riesgo de que al tener un alto nivel de involucramiento sólo se incremente la búsqueda de información parcializada y lo que debería buscarse es información más neutral para una mejor comprensión.

Cuestionario de involucramiento político

En entrevista, Pinkleton (2022) refiere que los aspectos que se requieren conocer del involucramiento político es conocer cómo la gente utiliza la información para tomar decisiones. Estableciendo la hipótesis qué cuanto más informado estás, más fuerte eres como participante político. De los artículos aquí analizados se establece el siguiente cuestionario teniendo en cuenta los siguientes ítems de valoración:

1. Busco información sobre política.
2. Me gusta estar informado sobre política
3. Tengo interés en la información política
4. Presto atención a la información sobre política.

Asimismo, para determinar el grado de cada dimensión se puede utilizar una escala de Likert, que va desde: totalmente de acuerdo, de acuerdo, neutral, en desacuerdo o totalmente en desacuerdo.

Involucramiento y medios de comunicación

Una de las hipótesis planteadas por Pinkleton (1999) el uso de medios de comunicación se asoció con mayores niveles de involucramiento. Con respecto a la búsqueda de información, el involucramiento muestra que los individuos muy involucrados tienden a buscar información de forma más activa, lo que incluye un mayor uso de las fuentes de los medios de comunicación impresos, radio y televisión. La tendencia a que el uso desde los medios de comunicación tenga efectos positivos o negativos en las actitudes y comportamientos políticos pueden depender de los niveles de involucramiento de los individuos a la hora de utilizar las posibles fuentes de información.

Es importante tener en cuenta que los individuos con más conocimiento tienen mayor participación e interés en los asuntos públicos, parecen utilizar la información de forma diferente a los demás; lo que significa que sus niveles de actividad pueden verse menos afectados por sus percepciones de la calidad de los mensajes de los medios (Pinkleton, 1999). Siguiendo esa misma concepción de relacionamiento en la entrevista con Pinkleton (2022) señala que cuando se cuenta con un alto nivel de involucramiento, el uso de los medios alienta, contribuye e impulsan el comportamiento, conocimiento y toma de decisiones políticas.

De estos planteamientos se infiere que existe una relación directa entre un mayor involucramiento político con un mayor uso de medios de información. Se genera un vínculo clave entre el uso de medios como fuentes de información lo que conlleva a una mayor adquisición de habilidades y autosuficiencia. Por tanto, se realiza un uso activo de los medios de comunicación en contextos políticos.

Fuentes de información e involucramiento político

Continuando con la búsqueda de información, pero en específico en referencia a la fuente de información, Pinkleton (1998) plantea, en la medida que la publicidad negativa puede tener un impacto positivo en el involucramiento situacional, es en igual medida la búsqueda de información y adquisición de conocimiento. Para Pinkleton (2008) la credibilidad de la fuente de información era más persuasiva como pista periférica para los participantes con bajo involucramiento, que para los participantes con alto involucramiento.

Se resuelve que, en contextos políticos controversiales con presencia de publicidad negativa entre candidatos, difundida en medios de comunicación. La búsqueda de información es de gran utilidad para los ciudadanos. La búsqueda de fuentes de información es un indicador de involucramiento político, por tanto, con un alto nivel de involucramiento, el ciudadano accede y busca una mayor variedad fuentes de información; útil para la toma de decisiones.

Sin embargo, la credibilidad de una fuente no constituye un aspecto importante en la búsqueda de información cuando se tiene un alto nivel de involucramiento político; en la actualidad con la sobre carga de información a través del internet y las redes sociales, el ciudadano sólo puede abordar algunas fuentes de información dentro del gran universo informativo.

Redes sociales e involucramiento

Con el uso de masivo de redes sociales durante una contienda electoral, Pinkleton (2012, 2022) señala que el involucramiento político ejerció una influencia indirecta significativa en la expresión política en línea, operando a través de la atención a la opinión en redes sociales como a través de la atención a las webs de asuntos públicos. El involucramiento se relaciona positivamente con la atención de los ciudadanos a los medios de comunicación y medios en línea, la atención a la opinión y las redes sociales y la atención los sitios web de asuntos públicos.

En perspectiva crítica, la relación entre el uso de redes sociales depende del nivel de involucramiento del ciudadano, esta relación se manifiesta a través de la expresión política en línea y la búsqueda de información. Cuando los ciudadanos cuentan con un alto nivel de involucramiento se entendería que están dispuestos a considerar las actitudes y la información de fuentes que pueden estar en desacuerdo; y eso debería crear una “ciudadanía informada” Pinkleton (2022). Sin embargo, con los motores de búsqueda logarítmicos y el efecto *echo chamber* o cámara de eco; un fenómeno de comunicación donde las personas escuchan sólo lo que les es afín, lo que quieren, lo que les gusta; podrían generar ciudadanos menos informados en términos de comprensión.

Eficacia e involucramiento políticos

Pinkleton (1998, 2008, 2012) ya reconocía que el vínculo entre el involucramiento situacional y la autoeficacia proporciona un importante vínculo con la participación en el proceso electoral. Autoeficacia es igual a percepciones de confianza orientadas a lo afectivo; diferente al desarrollo de habilidades relevantes.

Por tanto, se concluye que la eficacia política en el ciudadano es percibida como la autoconfianza que tiene en sus decisiones, como producto de expectativas y experiencias positivas y un alto nivel de involucramiento político. El desarrollo de la autoeficacia política produce en el ciudadano una

participación política activa y en cuanto a la búsqueda de información dirige su atención a las fuentes de información y a la expresión política en línea.

Apatía y el involucramiento político

En la entrevista Pinkleton (2022) resalta que la palabra desconexión es otra forma de expresar la apatía, “Pienso en las personas que son apáticas, como aquellas que no están dispuestas a participar incluso en los tipos más básicos de participación política”. Las personas que no están dispuestas a involucrarse de la manera más básica pueden carecer de conocimiento o estar desconectados. “Estoy pensando que su participación no les importa en absoluto, también pueden sentirse como si los políticos lo fueran y que no están dispuestos a escuchar sus preocupaciones y tomar medidas”. “La gente no se preocupa por ti. No es probable que escuchen sus preocupaciones o que tomen medidas. Todo ello contribuiría a generar la sensación de apatía en la ciudadanía.

Siguiendo este mismo razonamiento se afirma que apatía es lo contrario a involucramiento, actitud que se desarrolla en los ciudadanos cuando sienten que los políticos tienen una desconexión con sus necesidades y problemas. Los ciudadanos deciden alejarse de la política, disminuyendo su participación. En términos de búsqueda de información, también disminuye y por tanto el ciudadano carece de conocimiento. Esta situación puede cambiar a medida que los medios de comunicación, las autoridades brinden señales de interés en la problemática comunitaria.

Cinismo y el involucramiento político

Pinkleton (1999) señala que el cinismo y el involucramiento se asociaron negativamente, en la entrevista Pinkleton (2022) reflexiona sobre el entorno en el que existimos; en el que hay tanta información que considerar, “no estoy seguro de que disminuya nuestra involucración, pero nos hacen menos propensos a estar involucrados”. También explicó de una manera coloquial y practica esta situación “si usted piensa que todos los políticos son torcidos y concluye que todos son deshonestos, que sólo están en esto por sus propios intereses y que tal vez aceptan sobornos u otro tipo de cosas. Entonces eso va a tender a hacerte cínico y desconfiado; y la desconfianza es otra palabra para un efecto más de cinismo”. En torno a los percances en sus investigaciones Pinkleton (2022) señala que cuando analizaban estos temas, tratando de determinar lo que era el escepticismo frente a lo que era el cinismo. No se pudo distinguir estadísticamente entre la desconfianza y el cinismo, así que son esencialmente la misma cosa. “así que, si usted está diciendo, desconfío en todos los políticos, soy cínico, entonces eso va a hacer que usted no se involucre. Simplemente no le importa porque no crees que tu participación en la política vaya a importar. No producirá ningún resultado útil, así que eso hará que te involucres menos y esencialmente te cierres a la política”.

El cinismo se define según estos aportes como un estado de desconfianza de los ciudadanos ante un aspecto de la política. Si el ciudadano está convencido de que los candidatos son corruptos, incapaces entonces tendrá menos involucramiento político ya que asume que con su participación no producirá ningún resultado útil y se produce una desconexión con la política. Por consiguiente, existe una relación negativa entre involucramiento político y el cinismo, el cual puede revertirse en cuanto la credibilidad de los candidatos sea alta por tanto el cinismo será menor.

Discusión

El término involucramiento ha sido estudiado en el campo de la publicidad política y el marketing desde hace varias décadas. Rothschild (1978) define involucramiento como un constructo que operacionaliza una dimensión de la actitud. Es una interacción cognitiva, afectiva y conativa que el individuo genera con relación a un proceso político y la toma de decisiones en referencia a un aspecto en específico.

Para Zaichkowsky (1986) señala que en las decisiones de compra se conceptualiza como un cambio de comportamiento en la estrategia de decisión y la elección resultante, que sólo se produce cuando el consumidor considera que la situación de compra o consumo es personalmente relevante o importante. “La utilidad de definir el acto de compra como algo que involucra al consumidor se vio por primera vez en el concepto de riesgo percibido, en el que el valor del producto para el consumidor era un elemento esencial” (p. 09).

De lo expuesto en los resultados, el involucramiento figura una variable importante que repercute en la toma de decisiones políticas de los ciudadanos, el involucramiento político es variable materia de algunos estudios; tal es el caso de Lee (2020), define el involucramiento de los votantes con la política como “la importancia y la relevancia personal de la política para los votantes. El involucramiento de los votantes con la política se refiere a la medida en que los votantes consideran que la política es la parte central y un objeto significativo y atractivo en sus vidas e indica su importancia para ellos” (p. 02).

Al igual Pinkleton (2022, 2012, 2008, 1999, 1998) coincide en la importancia y relevancia de la política como tema de interés para el ciudadano. Se interpreta que el involucramiento podría ser la variable canalizadora o mediadora que apertura al ciudadano a tomar decisiones políticas, participe y se comprometa con la política. Lee (2020) concluye en su investigación que el involucramiento de los votantes con la política mediatiza los determinantes de uso de las redes sociales en su actitud hacia el voto y confianza en sus decisiones.

Pinkleton (2022) en entrevista refuerza la idea que el ciudadano con mayor nivel de involucramiento tiende a buscar más información en redes sociales para adquirir conocimiento, sin embargo, critica el

sesgo en los mecanismos para segmentar y priorizar los contenidos que la redes sociales muestran a cada usuario y esto “podría crear involucramiento, pero también podría crear personas que están menos informadas en términos de su comprensión adecuada” (Pinkleton, 2022).

Conclusión

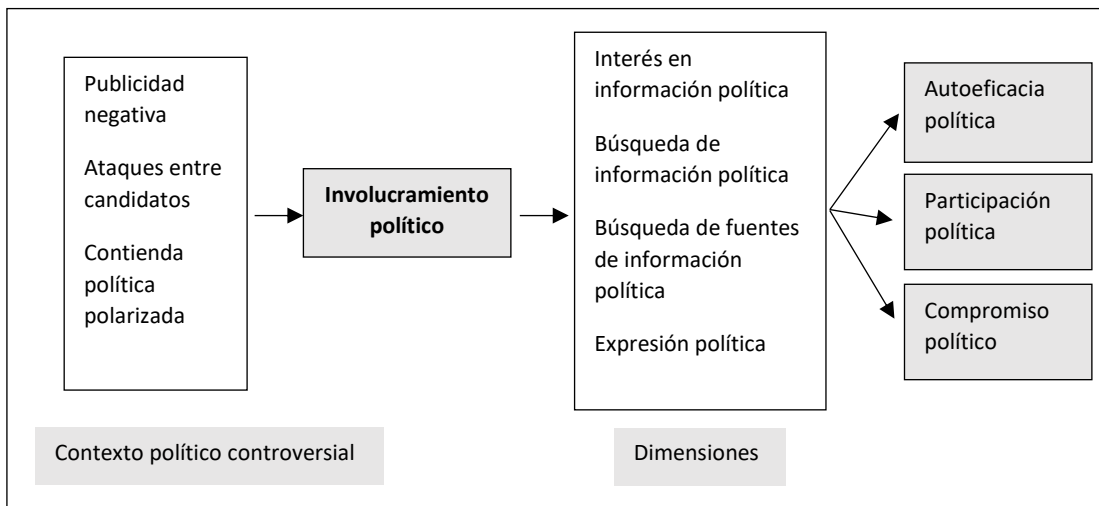
Se identificó que, en un contexto político controversial, donde los candidatos se atacan unos a otros, se difunde publicidad negativa y la contienda es altamente polarizada en el entorno de los medios de comunicación y las redes sociales. El ciudadano desarrolla una actitud de involucramiento político como respuesta y variable motivadora que se caracteriza por el interés, búsqueda y expresión política que brinda como resultado percepciones y comportamientos de autoeficacia, participación y compromiso político independientemente de la corriente o postura política que el ciudadano respalde.

Es de interés para los profesionales de la comunicación política, candidatos, medios de comunicación, ciudadanos y la sociedad en general comprender que en momentos de desconfianza política y sobre carga de información en redes sociales, el involucramiento político es un tema que abarca según Pinkleton (2022) “un enorme beneficio para las democracias y en la toma de decisiones es un tema muy importante”. Se considera que en futuras investigaciones el involucramiento político puede ser abordado con relación al grado de educación política de los ciudadanos en entornos democráticos.

A continuación, para efectos de contribuir a futuras investigaciones se presenta un modelo de operacionalización del constructo involucramiento político como resultado del análisis de la información aquí presentada.

Figura 1

Modelización del término involucramiento político



Como conclusión, dentro de la esfera de la comunicación política donde existe publicidad negativa, ataques entre candidatos y/o contiendas políticas polarizadas, el involucramiento político se presenta como una variable modeladora del interés, búsqueda de información, búsqueda de fuentes de información y expresión política. Lo que finalmente determina como resultado los niveles de autoeficacia política, participación y compromiso políticos que pueda alcanzar un ciudadano dentro de contexto político controversial.

Referencias

Austin, E. y Pinkleton, B. (1999). The Relation Between Media Content Evaluations and Political Disaffection. *Mass Communication and Society*, 2(3-4), 105-122.

<https://doi.org/10.1080/15205436.1999.9677867>

Austin, E. W., van de Vord, R., Pinkleton, B. E., & Epstein, E. (2008). Celebrity endorsements and their potential to motivate young voters. *Mass Communication and Society*, 11(4), 420-436.

<https://doi.org/10.1080/15205430701866600>

Cuillier, D., y Pinkleton, B. E. (2011). Suspicion and secrecy: Political attitudes and their relationship to support for freedom of information. *Communication Law and Policy*, 16(3), 227-254.

<https://doi.org/10.1080/10811680.2011.586302>

Dirección Nacional de Educación y Formación ciudadana (DNEF). (Setiembre de 2022). Fondo Editorial del JNE.

Garramone, G., Atkin, C., Pinkleton, B. y Cole, R. T. (1990). Effects of Negative Political Advertising on the Political Process. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 34(3), 299-311.

<https://doi.org/10.1080/08838159009386744>

Gestión (16 de diciembre, 2020). El 81% de peruanos cree poco o nada de lo que se dice o publica en redes sociales. <https://gestion.pe/tendencias/el-81-de-peruanos-cree-poco-o-nada-de-lo-que-se-dice-o-publica-en-redes-sociales-noticia/>

Hutchens, M., Hmielowski, J., Pinkleton, B. E. y Beam, M. (2016). A Spiral of Skepticism? the Relationship between Citizens' Involvement with Campaign Information to Their Skepticism and Political Knowledge. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 93(4), 1073-1090.

<https://doi.org/10.1177/1077699016654439>

- Muehling, D., Lacznia, R. y Craig, J. (1993). Defining, operationalizing, and using involvement in advertising research: A review. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 15(1), 21–57. <https://doi.org/10.1080/10641734.1993.10504994>
- Lee, H. (2020). Voters' involvement, attitude, and confidence in the era of new media. *Palgrave Communications*, 6(1), 1-7. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0368-9>
- Oficina Nacional de Procesos Electorales, (ONPE). (07 de octubre, 2022). Presentación de resultados. <https://resultadoserm2022.onpe.gob.pe/ERM2022/EleccionesRegionales/ReGobVic/190000/190100/0>
- Pinkleton, B. (1997). The effects of negative comparative political advertising on candidate evaluations and advertising evaluations: An exploration. *Journal of Advertising*, 26(1), 19–29. <https://doi.org/10.1080/00913367.1997.10673515>
- Pinkleton, B. (1998). Effects of Print Comparative Political Advertising on Political Decision-Making and Participation. *In Journal of Communication*.
- Pinkleton, B. y Austin, E. (2001). Individual Motivations, Perceived Media Importance, and Political Disaffection, *Political Communication*, 18(3), 321–334. <https://doi.org/10.1080/10584600152400365>
- Pinkleton, B., Austin, E. y Fortman, K. (1998). Relationships of media use and political disaffection to political efficacy and voting behavior. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 42(1), 34–49. <https://doi.org/10.1080/08838159809364433>
- Pinkleton, B., Austin, E., Zhou, Y., Willoughby, J. y Reiser, M. (2012). Perceptions of news media, external efficacy, and public affairs apathy in political decision making and disaffection. *In Journalism and Mass Communication Quarterly*, 18(1), 23–39. <https://doi.org/10.1177/1077699011428586>
- Pinkleton, B., Um, N. y Austin, E. (2002). An exploration of the effects of negative political advertising on political decision making. *Journal of Advertising*, 31(1), 13–25. <https://doi.org/10.1080/00913367.2002.10673657>
- Radio Programas del Perú (RPP). (11 de enero, 2022). Índice de participación ciudadana en el Perú está por debajo del promedio latinoamericano. <https://rpp.pe/campanas/valor-compartido/indice-de-participacion-ciudadana-en-el-peru-esta-por-debajo-del-promedio-latinoamericano-noticia-1380079?ref=rpp>
- Reagan, J., Pinkleton, B., Thorsen, A., Miller, M., y Main, J. (1998). Motivations as predictors of information source perceptions: traditional media and new technologies.

Rothschild, M. (1978) Political Advertising: A Neglected Policy Issue in Marketing. *Journal of Marketing Research*, 15(1), 58-71. <https://doi.org/10.2307/3150401>

Yoon, K., Pinkleton, B. y Ko, W. (2005). Effects of Negative Political Advertising on Voting Intention: An Exploration of the Roles of Involvement and Source Credibility in the Development of Voter Cynicism. *Journal of Marketing Communications*, 11(2), 95–112. <https://doi.org/10.1080/1352726042000315423>

Zaichkowsky, J. (1986). Conceptualizing Involvement. *Journal of Advertising*, 15(2),4-14. DOI:10.1080/00913367.1986.10672999

Zhou, Y. y Pinkleton, B. (2012). Modeling the Effects of Political Information Source Use and Online Expression on Young Adults' Political Efficacy. *Mass Communication and Society*, 15(6), 813–830. <https://doi.org/10.1080/15205436.2011.622064>

Fuentes de financiamiento.

La investigación fue realizada con recursos propios.

Conflictos de interés

No presenta conflicto de intereses.

Correspondencia

isabelvaldivieso@unmsm.edu.pe