

DISTANCIAMIENTO CRITICO Y NEGOCIACION
TELEVISIVA EN EL PROCESO DE SOCIALIZACION
POLITICA DE LOS NIÑOS DE SALTILLO Y MONTERREY



TECNOLÓGICO
DE MONTERREY.®

TESIS

MAESTRIA EN CIENCIAS EN COMUNICACION

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE MONTERREY
CAMPUS MONTERREY

POR

BERENICE HAYDEE BAÑUELOS OROZCO

MAYO DE 2007

**DISTANCIAMIENTO CRITICO Y NEGOCIACION
TELEVISIVA EN EL PROCESO DE SOCIALIZACION
POLITICA DE LOS NIÑOS DE SALTILLO Y MONTERREY**



**TECNOLÓGICO
DE MONTERREY.®**

TESIS

MAESTRIA EN CIENCIAS EN COMUNICACION

**INSTITUTO TECNOLOGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE MONTERREY
CAMPUS MONTERREY**

POR

BERENICE HAYDEE BAÑUELOS OROZCO

MAYO DE 2007

**DISTANCIAMIENTO CRÍTICO Y NEGOCIACIÓN TELEVISIVA EN
EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS DE SALTILLO Y
MONTERREY**



**TECNOLOGICO
DE MONTERREY®**

TESIS

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN COMUNICACIÓN

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES
DE MONTERREY
*CAMPUS MONTERREY***

POR

BERENICE HAYDEÉ BAÑUELOS OROZCO

MAYO DE 2007

**DISTANCIAMIENTO CRÍTICO Y NEGOCIACIÓN TELEVISIVA EN
EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS DE SALTILLO Y
MONTERREY**

POR

BERENICE HAYDEÉ BAÑUELOS OROZCO

TESIS

**PRESENTADA A LA DIVISIÓN DE HUMANIDADES
Y CIENCIAS SOCIALES**

**ESTE TRABAJO ES REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER
EL TÍTULO DE MAESTRA EN CIENCIAS
EN COMUNICACIÓN**

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES
DE MONTERREY**

MAYO DE 2007

Al Amor pleno

Que se manifiesta en el amor sin medida de mis padres,
Creadores, modeladores y libertadores de mi ser.

A Ti, por amarme desde antes de nacer...

A mis padres, Maru e Isaías, por su amor, el respeto a mis decisiones y el apoyo incondicional para lograr mis sueños...

A Paris, Isa y Tony, por vincularme con mi origen, por como son y se dan, y por permitir que los quiera tan melosamente...

A José Carlos, por creer en mí, darme la oportunidad de crecer en el campo de la investigación... y por ser mi amigo...

A Omar Hernández, por defender tus ideas y tu identidad. Por apostarle al amor...

A Alma Elena Gutiérrez, por decir sí; por tu disposición a enriquecer el trabajo de otros aunque esto implique no dormir...

Al Mtro Francisco Martínez, por estar siempre al pendiente de nosotros...

Al equipo que hizo posible esta investigación: Enrique, Ale, Lalo... y los copilotos emergentes... Hodaka Shimane y Luis Novelo.

A la raza del CINCO y anexos...Grandes amigos: Yaneli, Hugo, Lolita, Ale (de nuez ;), Janet Marie (Excelente Roommie), Julieta (por recordarme siempre los trámites), Gaby-Pao, Nelly, Andrea, Dey, Pepe, Faraday, y mi Melisa-preciosa.

A la central de inteligencia SOS: Eduardo García, Virginia Bon y Citlalli Sánchez, por regalarme su tiempo para reflexionar sobre esta tesis y sus implicaciones sociales.

A mis queridísimos amigos en Jiménez, Chihuahua, Juárez. Torreón y Monterrey,
por seguir estando en los momentos clave... aún después de meses o años de
no vernos.

A los niños, por enseñarme nuevas formas de ser feliz, por compartirme su visión
del mundo, darme sus opiniones y permitirme publicar sus voces...

A todos, Gracias!!!

Los que dieron palabras de aliento

Los que regalaron tiempo e ideas

Los que me trajeron comida

Los que me abrazaron fuerte

Los que respetaron mi espacio

Los que de cuando en cuando se acordaban de mí

Los que preguntaron si podían hacer algo

Los que sin preguntar lo hicieron

Los que me hicieron girar

Los que me hicieron volar

Los que se entregaron a la distancia

Los que me despertaban

Los que se desvelaron conmigo

Los que enjugaron mis lágrimas

Los que se hicieron presentes sin que yo me diera cuenta

Los fans

Los amables

Los amados

RESUMEN

El presente trabajo reporta análisis de 26 entrevistas grupales semiestructuradas (n=78) realizadas en marzo de 2006 en Saltillo, Coah. y Monterrey, N.L. Este análisis buscó reconocer los tipos de lecturas que de los mensajes televisivos relacionados con la política hacen los niños de entre diez y doce años de primarias públicas y privadas, a partir de las cuales se realizó una aproximación al nivel de distanciamiento crítico y a la actividad en la construcción de conocimiento y valores políticos de los niños, es decir, dar sentido a cómo los infantes interpretan y construyen su imaginario con respecto a la política., así como verificar si la influencia de la televisión termina por mediarse por otras instancias.

Los resultados indican que la política no es un tema en el que los niños tengan interés. La televisión, si bien es fuente de información política para los niños, parece tener una mayor incidencia en la asociación de este ámbito con la corrupción. Algunos niños, en especial los de escuelas privadas, mostraron elaborar respuestas complejas y críticas con respecto a los medios, los candidatos y la política en general, pero sobresale la demanda de espacios de reflexión y opinión en los que los niños puedan participar activamente de la conformación del imaginario social de la distribución, uso y servicio del poder.

INDICE

I ANTECEDENTES.....	2
Objetivo General	10
II MARCO DE REFERENCIA	11
Consideraciones preliminares	11
Los Estudios Culturales	14
Ideología.	16
Hegemonía	18
Codificación y decodificación	20
Género	26
Los niños. Público activo en socialización.	29
Mediaciones.	32
Preguntas de investigación.....	35
III MÉTODO	36
IV HALLAZGOS	40
Imágenes y representaciones: “Con la corrupción arriba y el respeto abajo” ...	40
Mediaciones: “Yo, igual que mi papá...”	49
Distanciamiento crítico: “No puedes saber quien te dice la verdad...”.....	53
Conocimiento y valores políticos: ¿muy pequeño para opinar?	59
V CONCLUSIONES	69
Referencias	74

I ANTECEDENTES

Después de 70 años de gobierno unipartidista en México, y luego de 10 años de existencia del IFE, en el año 2000, un partido de oposición llegó por primera vez al poder. A partir de entonces se considera que, al menos en un plano discursivo, México está viviendo una etapa de transición a la democracia y conceptos como ciudadanía, participación política y responsabilidad civil han ido cobrando cada vez más importancia.

Desde varias trincheras (organizaciones de la sociedad civil, escuela, gobierno, organismos privados, etc.) se ha iniciado un esfuerzo por concienciar a los individuos de que la ciudadanía no es simplemente un concepto ambiguo enlistado en los ordenamientos de la sociedad, sino todo un pensar-hacer-ser que se ejerce en la vida cotidiana, y que es por medio de la voluntad de las personas y las posibilidades reales de acción, es decir, por medio de participación ciudadana, que se pueden encontrar soluciones comunes para dirimir problemas específicos. La calidad de esta participación dependerá en gran medida del nivel de compromiso, información, competencia, responsabilidad y respeto de la ciudadanía (Conde 2004).

Anduiza (2001) distingue dos formas de participación política: la no convencional, en la que los actos de protesta y rechazo hacia el sistema político, así como la participación en nuevos movimientos sociales son entendidos como “expresiones de intereses y opiniones que buscan influir en la acción del gobierno, y por lo tanto deben considerarse formas de participación política” (p. 76) y por otro lado aquella de carácter convencional, que se refiere a las

actividades dentro de las normas sociales y políticas establecidas, como el voto y la participación en las campañas electorales.

Sea o no convencional, la participación ciudadana tiende a buscar el mejoramiento del entorno, ya sea por medio de la elección de los gobernantes, de su aporte para el diseño de políticas públicas, de la expresión libre de ideas y opiniones, de la toma de decisiones, la defensa de los derechos, etc. (Conde, 2004).

Para que lo anterior se lleve a cabo, es necesario que la comunidad tenga acceso a una información libre de censura que permita al público formar y defender sus opiniones dentro de un debate respetuoso, racional y tolerante. También son necesarios espacios en los que los ciudadanos, luego de esa discusión razonada, puedan influir en la toma de decisiones.

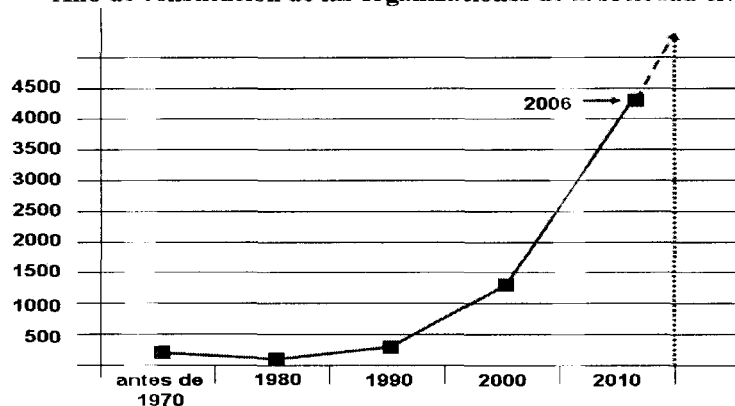
En la elaboración del programa social, la comunidad puede ser la fuente más precisa de detección de necesidades relevantes y de priorización de las mismas. Es quien más conocimiento cierto tiene sobre sus déficits (...). Asimismo puede hacer aportes decisivos sobre múltiples aspectos requeridos para un diseño exitoso, como las dificultades que pueden encontrarse en el plano cultural, y a su vez las “oportunidades” que pueden derivar de la cultura local (Kliksberg, 1999, p. 15).

Sin embargo, como afirman Morán y Benedicto (2003), uno de los rasgos característicos de la juventud de las sociedades democráticas contemporáneas parece ser el creciente distanciamiento que mantiene respecto al sistema político institucional y la falta de confianza en sus responsables. En

Parecería mientras tanto que la participación no convencional ha tenido en México un auge mayor: en los meses recientes se han desarrollado diversas protestas y marchas contra la inseguridad y la violencia que se vive en diferentes estados de la república, y la conformación de organizaciones civiles ha ido en acenso a partir de 1990 (ver cuadro 1). Sin embargo, para octubre de 2006, el Registro Federal de Organizaciones de la Sociedad Civil computaba únicamente 85 organizaciones en promedio por estado (Sin tomar en cuenta al Distrito Federal), lo cual no resulta en absoluto alentador (ver cuadro 2), considerando que para 1991 entre la mitad y dos tercios de los ciudadanos de la Europa occidental, pertenecían al menos a una organización no gubernamental (Jarre, 1991).

Cuadro 1

Año de constitución de las organizaciones de la sociedad civil



Cuadro 2
Padrón de organizaciones civiles con clave única de inscripción en las Delegaciones Estatales de la Secretaría de Desarrollo Social

Entidad	OSC solicitantes	OSC con CLUNI	Entidad	OSC solicitantes	OSC con CLUNI
Aguascalientes	60	51	Morelos	60	45
Baja California	220	188	Nayarit	39	32
Baja Cal. Sur	31	30	Nuevo León	121	111
Campeche	51	41	Oaxaca	232	202
Coahuila	196	183	Puebla	115	96
Colima	45	45	Querétaro	94	92
Chiapas	162	139	Quintana Roo	63	44
Chihuahua	189	149	San Luis Potosí	86	81
Distrito Federal	2175	1581	Sinaloa	79	71
Durango	119	101	Sonora	72	55
Guanajuato	113	87	Tabasco	27	20
Guerrero	63	48	Tamaulipas	61	44
Hidalgo	55	53	Tlaxcala	123	85
Jalisco	148	121	Veracruz	208	131
México	44	39	Yucatán	87	78
Michoacán	190	168	Zacatecas	60	32

26 de octubre 2006

Los medios de comunicación masiva son elementos esenciales en el funcionamiento del sistema democrático, ya que como indica Jensen (1998), en las sociedades contemporáneas, el consumo y apropiación de mensajes informativos es una condición previa para la participación política, económica y cultural de los individuos a todos los niveles: local, nacional e internacional. Sin embargo, otros autores relacionados con las posturas positivistas muestran reservas al respecto al coincidir en que son estos mismos medios de comunicación parciales responsables de la creciente apatía, desinterés y desconfianza en la política (Rincón, 2003; Sartori, 2000).

El valor democrático de la televisión – en las democracias – se va convirtiendo poco a poco en un engaño: un demopoder atribuido a un *demos* desvirtuado. “El hecho de que la información y la educación política estén en manos de la televisión (...) representa serios problemas para la democracia. En lugar de disfrutar de una democracia *directa*, el *demos* está *dirigido* por los medios de comunicación” (Ionescu, 1993, p.

234). No es sólo una cuestión de “malnutrición informativa”, sino que además quienes seleccionan las informaciones se convierten en administradores del dominio simbólico de las masas (Sartori, 2000, p. 129).

La cultura política actual de los mexicanos (valores, hábitos y prácticas políticas) tiene sus bases en los procesos de socialización de que fueron objeto durante su infancia, adolescencia y juventud. Las nociones de autoridad, justicia e injusticia, reglas, normas y leyes, el control y el poder, etc, se han formado desde mucho antes de que puedan expresar sus puntos de vista en forma de voto (Buckingham, 1999). Entre los agentes participantes (familia, amigos, escuela), los medios de comunicación, y en particular la televisión, han adquirido una importancia fundamental en los procesos socializadores.

Aunque la construcción de la identidad de lo público en la teoría democrática contemporánea y la práctica política cotidiana excluyen a los niños, éstos ofrecen una perspectiva social única que debe ser incluida en la deliberación pública, más aún si la construcción y mantenimiento de una genuina identidad política de los niños es un elemento central de democracia genuina (Kulynych, 2001)

El contacto de la ciudadanía con la política, los funcionarios y el gobierno ocurre necesariamente a través de procesos mediados. Podría creerse que los niños no se exponen a mensajes políticos ni participan en un proceso de socialización política significativo. Sin embargo, la evidencia empírica es cada vez mayor en relación a la gran cantidad de información política con la que

interactúan los niños en su vida cotidiana y lo relevante que es esta información en su posterior cultura política y cívica cuando son mayores de edad (Buckingham, 2000; López Gómez, 2003). El 60 por ciento de los niños de Monterrey y Juchitán, por ejemplo, reportaban en una investigación reciente (López Gómez, 2003, p. 55) sentarse a ver televisión de 3 a 7 días a la semana cuando sus papás veían noticias en la televisión y entre el 76 y el 80% de ellos afirmaba que se hablaba de política en sus casas.

De acuerdo con Gunter y McAleer (1997) los niños empiezan a tomar conciencia acerca de los asuntos políticos durante los primeros años de escuela y son capaces no sólo de articular ciertos argumentos al respecto, sino de identificar figuras e instituciones políticas. Según ellos, si bien la afiliación a ciertos partidos políticos puede ser formada por la familia, el conocimiento político se relaciona con el uso de los medios masivos y, especialmente, con el consumo de noticias y de temas de actualidad (p. 61).

Sin embargo una investigación en Estados Unidos (Barnhurst y Wartella, 1991) encontró que los jóvenes no se sentían involucrados con las noticias que recibían, ya que éstas no tocaban las áreas de actividad cívica que ellos vivían cotidianamente, de modo que la función informativa de las noticias parece haberse desplazado casi exclusivamente al plano del entretenimiento.

Es necesario hacer notar, de cualquier forma, que el discurso de los mensajes televisivos, incluyendo los noticieros, es considerado por algunos autores como “cultivador” y autoritario con respecto a la libertad interpretativa (Morley, 1980; Hall, 1980). Este discurso busca establecer lecturas dominantes

(Hall, 1981), es decir, aquellas que privilegian determinados conceptos, creencias o estilos de vida, aún cuando los espectadores no necesariamente adopten las posiciones que se les señalan y por el contrario, participen en la construcción y mediación de los significados (Fiske, 1987). En este último caso, se estaría hablando de una lectura negociada de tales mensajes (Hall, 1981). El estudio de las diferentes lecturas de los textos, como se verá en apartados posteriores, se ha sustentado en el modelo de Stuart Hall “Encoding/decoding”.

El distanciamiento crítico se relaciona con la medida en que las lecturas son negociadas u opuestas a la legitimación de determinados conceptos que algunos textos intentan establecer, y se lleva a cabo cuando los lectores toman distancia de un texto “al darse cuenta de que el texto es un producto construido más que un medio transparente” (Liebes y Katz, 1990).

La Oficina de Educación en Estados Unidos (USOE) en 1978 enlistó un conjunto de habilidades que definen la visión crítica de la televisión. Estas son:

- Entender las implicaciones psicológicas de los comerciales;
- Distinguir los hechos reales de la ficción;
- Reconocer y apreciar los puntos de vista oposicionales o diferentes;
- Desarrollar y entender el estilo y contenido de las presentaciones dramáticas, documentales, asuntos públicos, noticias y otros programas televisivos;
- Entender la relación entre la programación televisiva y la palabra impresa (Lloyd-Kolkin, 1982, p. 99)

Como indica Jensen (1988), la decodificación será sólo un primer paso antes de que esa oposición a nivel textual evolucione a una oposición manifestada en usos políticos y sociales.

A partir de esto se ha considerado necesario revisar la inserción de la televisión en el proceso de socialización política de los niños y el desarrollo del distanciamiento crítico con respecto a los mensajes con contenidos políticos a los que se exponen los niños. en la expectativa de encontrar pistas que permitan minimizar, en proyectos posteriores, la apatía y el desinterés que parecen presentar los jóvenes con respecto a la participación cívica.

Objetivo General

Este trabajo busca identificar los tipos de lecturas que de los mensajes televisivos relacionados con la política hacen los niños de once y doce años de Saltillo, Coahuila y Monterrey, Nuevo León, de primarias públicas y privadas.

Se intenta realizar una aproximación al nivel de distanciamiento crítico y a la actividad en la construcción de conocimiento y valores políticos de los niños, es decir, darle sentido a cómo interpretan y construyen su imaginario con respecto a la política, así como verificar si la influencia de la televisión termina por mediarse por otras instancias.

II MARCO DE REFERENCIA

El proceso de socialización y desarrollo del niño ha sido estudiado desde diversas facetas. En este capítulo se revisan los elementos medulares de la corriente culturalista en que se insertó la presente investigación. Así mismo se describen resultados de algunas investigaciones con respecto a al conocimiento y ejercicio de la política por parte de los niños, así como la dimensión política de lo social, entendiendo por ésta a “aquellas relaciones sociales que tienen que ver de manera directa con las formas en que se acepta o rechaza la distribución e interacción del poder en el desarrollo del individuo, en su proceso de socialización” (Ibarra, p. 76).

Consideraciones preliminares

Atkin y Gantz (1978), definen la socialización política como un proceso de desarrollo por medio del cual los adolescentes adquieren cogniciones, actitudes y comportamiento relacionados con su ambiente político (en Buckingham, 2000, p. 10).

Los procesos de socialización política fueron estudiados en un principio a partir de una perspectiva esencialmente psicológica y funcionalista. Descrita por Bandura y Walters (1963), la teoría social-cognitiva se suscribe a un modelo emergente de agencia interactiva. Parte del supuesto de que la gran mayoría de la conducta es aprendida socialmente, y en particular por medio del aprendizaje observacional, en el que el niño, como observador, adquiere representaciones simbólicas de un modelo de acciones.

Para esta postura, el aprendizaje social del niño es resultado de un proceso más o menos prolongado entre condicionamientos operantes, refuerzos y motivaciones de los tutores. Bandura afirma que la base fundamental del aprendizaje es la formación de pensamientos, sentimientos y acciones en el seno de un modelo que el niño aprueba. Se dirige primero hacia el modelo de comportamiento, lo relaciona con sus propias necesidades, y luego se entrena él mismo. De este modo, la acción es concebida como conducta construida por el actor en lugar de respuesta obtenida a partir de cierto tipo de estímulos.

Ya desde 1959, en uno de los primeros textos dedicados a la socialización política, Hyman describía que lo que sucede en la niñez es importante para formar la conducta o las prácticas políticas de la vida posterior; y que los agentes socializadores, y en particular la familia, adquieren luego una importancia radical como determinantes, primero de la orientación y luego de la participación política (Hyman, 1959).

En esta línea de estudios, la investigación empírica respecto a los procesos de socialización política coincide en señalar la influencia de la interacción entre la comunicación interpersonal y la exposición a contenidos políticos en los medios de comunicación masiva (Kiouisis, Devitt y Wu, 2005). Algunas variables como el grado de educación de los padres, o la frecuencia y calidad de la exposición de los padres a contenidos políticos, se encontraron relacionados con la frecuencia de la discusión, conocimiento e interés de temas políticos en los niños, así como con sus competencias cívicas (Eveland, 1998; Tapia, 2003; Weintraum y Pinkleton, 2001).

Sin embargo, la socialización política va más allá de la simple reproducción de las ideas y actitudes o las influencias de los adultos. La corriente culturalista ha permitido el avance de la conformación de perspectivas inter y transdisciplinarias, que a diferencia de las positivistas, se esfuerzan por someter su discurso a cierto control epistemológico, apoyándose en referencias empíricas amplias y sistemáticas, bajo el supuesto de que el discurso científico es siempre, en mayor o menor grado, un discurso que intenta controlar sus paradigmas, modelos, definiciones y vocabulario, así como también exhibir sus procedimientos metodológicos de validación empírica (Giménez, 1999, p.. 89).

En cierto modo, la concepción del individuo desde esta perspectiva culturalista es equiparable a la que ofrece el construccionismo social¹, en que la agencia se asume como inherente al individuo. Sin embargo, la importancia de los estudios culturales radica en la eficacia propia de la cultura, que controla y orienta el funcionamiento de las sociedades, como ese cristal a través del cual se percibe la realidad (Giménez, 1999).

Más allá de estudiar la cultura exteriorizada, es decir, ese conjunto de los símbolos objetivados bajo la forma de prácticas rituales y objetos cotidianos (es decir, expresiones como monumentos o indumentaria o emblemas religiosos), este trabajo intenta, por medio de las lecturas que realizan los niños con respecto

¹ Bandura y Walters (1963) explican cómo, en este modelo de causalidad recíproca, la acción, cogniciones, afectos y otros factores personales, y los acontecimientos ambientales, todos funcionan como determinantes que obran recíprocamente en el aprendizaje del niño, mismo que es compuesto por la atención activa y el aspecto motivacional.

al material televisivo relacionado con la política, avocarse al estudio de la cultura interiorizada y las funciones que ésta tiene en los niños:

- La función cognitiva de las representaciones sociales es aquella en la que los actores individuales y colectivos perciben, comprenden y explican la realidad.
- La función identificadora define la identidad social, misma que resulta de la interiorización selectiva, distintiva y contrastante de valores y pautas de significado por parte de los individuos y de los grupos. Es esta función la que otorga la categoría de agentes a los actores sociales.
- La función de orientación, que se refiere a la forma en la que estas representaciones sociales constituyen guías potenciales de los comportamientos y prácticas de los grupos.
- La función de legitimación, que permite justificar a posteriori las tomas de posición y los comportamientos de los individuos.

Ahora bien, como afirma Giménez (1999), estas funciones de las representaciones sociales lo son en tanto los sujetos son entendidos como creadores de cultura y constructores de significado y es esto lo que constituye la visión culturalista, en la que se enmarca la presente investigación.

Los Estudios Culturales

Los académicos de esta corriente conceptualizan la cultura considerando su relación con el poder social, y al ser la ideología una de las categorías analíticas

más importantes, la cultura es concebida como un dispositivo promotor de dominación o resistencia. de modo que

Los estudios culturales empiezan a ver la sociedad como una red de antagonismos en la que instituciones como el Estado, la familia, la escuela y los medios de comunicación juegan como mecanismos de control disciplinario sobre los individuos. (...) Los productos simbólicos son entonces un 'campo de batalla' en el que diferentes grupos sociales disputan la hegemonía sobre los significados... (Castro, 2007).

El énfasis culturalista radica en “la construcción del significado- cómo es producido; a través de qué formas expresivas y cómo es continuamente negociado o decodificado en las prácticas de la vida cotidiana” (Murdock en Golding y Murdock, 2000, p. 71). En otras palabras, se estudia la compleja relación entre las prácticas y creencias culturales con el consumo cultural activo, en el que “los significados de la experiencia y los significados del sujeto que las experimenta son finalmente parte de los mismos procesos culturales” (Fiske, 1992, p. 285).

Sin embargo, este consumo activo está también intervenido por el factor de la edad, ya que por ejemplo, con relación a la televisión, entre más grandes son los niños, están más capacitados cognitivamente para procesar más contenido programático y con mayor eficiencia (Cliford, Gunter y McAleer, 1995)

A continuación se exploran algunos de los conceptos clave que rigen los estudios culturales, en base a los cuales se definieron las categorías de distanciamiento crítico y negociación en la lectura de los mensajes.

Ideología.

La ideología, como explica Gramsci (1971), puede concebirse como un determinado ‘conjunto sistemático de ideas’ transmitidas e incorporadas mediante las instituciones sociales como la escuela, la iglesia, la familia o la fuerza militar. Althusser (1970 en O’Connor, 1990), ahonda en este punto y aclara que es necesario examinar la función estructural de ese sistema de representaciones en el conjunto de la sociedad y que también se debe estudiar la relación de las ideologías con el conocimiento. De este modo la ideología, por un lado, constituye no un solo un sistema de conocimientos, sino una experiencia vivida, las condiciones reales por medio de las cuales la gente construye su visión del mundo; pero por otro, la ideología se concibe también como un conjunto de significados que, a través del sub-reconocimiento de poder o la sub-representación de las relaciones de clase, le dan un determinado sentido al mundo (Barker, 2000).

Así, mientras en el nivel económico los individuos son parte de una estructura que les coloca en relaciones de producción, en el nivel político participan de una estructura que los pone en relaciones de clase. En el nivel ideológico, en cambio, los individuos entablan una relación simbólica en la medida en que participan, voluntaria o involuntariamente, de un conjunto de representaciones sobre el mundo, la naturaleza y el orden social (Castro, 2007).

Buckingham (2000) hace un ejercicio sobre este tópico al analizar las diferentes posturas que epistemológicamente pueden tomar las audiencias de algunos programas televisivos en Gran Bretaña dirigidos a público infantil:

El espectador puede ser posicionado como un escéptico que necesita ser convencido, como un participante en un debate, juzgando los argumentos contendientes, como un testigo, simplemente observando la serie de eventos, o como un pupilo, que acepta pasivamente la verdad revelada (p. 47).

Moore (1993) explica, entonces, cómo una representación realista de un medio de comunicación ejerce una función ideológica, al contribuir a la reproducción del orden social existente. Esto se logra por medio de la “constitución del sujeto en una unidad imaginaria y la construcción de “lo real” como obvio e incuestionable” (p. 14), de tal modo que el peso de este conjunto de ideas pase desapercibido ante la conciencia del espectador.

En particular el medio televisivo, con su significativa capacidad de dramatizar y popularizar determinados elementos culturales o informativos, es apto para distribuir en la audiencia y legitimar algunas tendencias ideológicas:

Puesto que la autoría de la agenda de la televisión está, en última instancia, en manos del *establishment* político, económico y cultural de la sociedad, la información seleccionada con frecuencia se petrifica para formar tendencias ideológicas que representan excesivamente los intereses de los poderosos y subrepresentan los intereses de los demás (Lull, 1995, p. 22).

En este proceso surge el segundo de los conceptos clave de los Estudios culturales:

Hegemonía

El proceso de construir, mantener y reproducir un conjunto de significados y prácticas dominantes, es conocido como hegemonía. Este concepto implica una situación en la que “un ‘histórico bloque’ de facciones de la clase dominante ejerce autoridad social y liderazgo sobre las clases subordinadas, a través de una combinación de fuerza y consentimiento” (Barker 2000, p. 59).

En otras palabras, la hegemonía es entendida como esa situación en la cual ciertos grupos ejercen autoridad social sobre otros, no por medio de coerción política o económica, sino a través de un discurso de significados que permite la anuencia de los grupos subordinados, quienes reconocen el poder de las clases dominantes de manera natural (Hall en Hebdige 2001, p. 205), de ahí que el acceso al ejercicio de los medios de información y comunicación para transmitir un discurso público sea esencial en la búsqueda de control.

En el estudio sobre noticieros infantiles ingleses mencionado anteriormente, Buckingham (2000) alude a los mecanismos hegemónicos que encuentra Stam (1983), por medio de los cuales se posiciona al espectador como “el maestro audiovisual del mundo”, dándonos la ilusión de que nos están concediendo el acceso ilimitado y ubicuo a los acontecimientos con la poder de la tecnología. El espectador se convierte en el testigo privilegiado unido, por identificación con el equipo de noticias, a una

comunidad ilusoria, ‘el régimen del “nosotros” ficticio” (Buckingham, 2000, p. 47).

Van Dijk (1998) explica cómo las ideologías más destacadas en los medios de comunicación son principalmente las de las elites, y no las de algún grupo dominado u opositor, y que aunque ocasionalmente haya alguna crítica hacia los grupos dominantes, ya sea empresarios o políticos o grupos académicos, etc., en lo fundamental la representación que se hace de ellos es por lo general favorable.

Hay muchos ejemplos, como en las esferas de clase, género o “raza” en los que los grupos dominados han sido expuestos tan consistentemente a discursos legítimos, oficiales, que pueden aceptar que ellos son realmente inferiores, desviados o, de alguna manera, ilegítimos. (...) Esto a su vez, controlará los juicios cotidianos y las prácticas sociales de los miembros del grupo dominado, de modo que sean consistentes con los intereses del grupo dominante (Van Dijk, 1998, p. 325).

Esto toma particular relevancia si de niños se habla, ya que éstos pueden ser posicionados como los pupilos que necesitan de una explicación de los eventos que han ocurrido. sin la cual, las noticias les serían incomprensibles, es decir,

Como observadores en vez de participantes en el proceso del debate político y la acción política. A pesar del empoderamiento retórico y de la promesa de que la voz de los niños será escuchada, éstos son más bien

construidos en términos de adultos, y no como actores políticos con sus propios derechos (Buckingham, 2000, p. 59).

Sin embargo, otra de las premisas de los culturalistas es que los mensajes son polisémicos, y que debido a que el espectador no es un receptor pasivo de los esquemas propuestos por la ideología dominante, también las lecturas toman diferentes matices, como se verá a continuación.

Codificación y decodificación

La actividad de la audiencia frente a la hegemonía es explicada por Stuart Hall (1981), por medio de un modelo comunicativo constituido como una relación entre la encodificación y la decodificación, en la que se articulan, como en un circuito, los distintos momentos de producción, circulación, distribución, consumo y reproducción de los mensajes (Hall, 1981, p. 166).

Encodificar según Orozco (1994) “implica dos tareas básicas: una la de seleccionar los códigos para dar significado a distintos acontecimientos sociales y, otra, colocar estos significados en un contexto de referencia específico” (p. 30). El mensaje se construye dentro del marco de determinados significados e ideas preferentes o dominantes por medio de un conjunto de condiciones como las prácticas, los sistemas productivos o las instalaciones técnicas en la estructura institucional de la empresa productora de mensajes.

Es este cúmulo de significados el que ‘tendrá un efecto’, influencia, entretenimiento, instrucción o persuasión, con muy complejas consecuencias preceptuales, cognitivas, emocionales, ideológicas o de

comportamiento. En un ‘determinado’ momento la estructura emplea un código y promueve un ‘mensaje’: en otro determinado momento, el ‘mensaje’ vía sus decodificadores, incide en la estructura de las prácticas sociales (Hall, 1981, p. 168).

Los mensajes de los medios de comunicación son dominantes cuando “son transmitidos de forma hegemónica, unidireccionados y encaminados a mostrar modelos válidos, apropiados y correctos (...), tendientes a mantener el orden y la estabilidad del sistema” (Bon, 2006, p.23) y alternativos cuando, por el contrario, cuestionan al *status quo* o se contraponen a los modelos que la élite dominante considera legítimos.

Fiske (1992) considera que “en la teoría hegemónica, la ideología se encuentra en constante lucha con las fuerzas resistentes” (p. 291), ya que las audiencias tienen la capacidad de tomar de los medios lo que ellas deseen y con ello hacen a un lado la idea de un imperialismo cultural que impacta de manera hegemónica sobre las audiencias pasivas. Los críticos se preocupan por los usos que las audiencias le dan al mensaje pero tomando en cuenta el hecho de que al apropiarse de éste, lo mezclan con su vida cotidiana la cual por naturaleza es constituida por relaciones de poder. Además, aunque la encodificación no es un sistema cerrado, la autonomía que permite a los lectores es relativa, ya que “la encodificación tendrá el efecto de construir algunos de los límites y parámetros dentro de los que operarán los decodificadores” (Hall, 1981, p. 173).

Si bien es la decodificación y lo que gira en torno a ella, la médula de la presente investigación, revisar la encodificación funge como apoyo, ya que no es

posible centrarse en la decodificación sin tener en cuenta los procesos de generación de los contenidos televisivos. Esto adquiere especial relevancia si se toma en cuenta que uno de los aspectos primordiales del distanciamiento crítico, como se verá más adelante, radica en el entendimiento de que todos los mensajes son representaciones del mundo construidas – encodificadas – por individuos.

Hall (1981) explica como es que esta lucha de significados enmarca a los tres grandes grupos de lecturas: las dominantes, las negociadas y las oposicionales. Una lectura dominante es aquella en la que el receptor interpreta y asume el mensaje de manera completa tal cual estaba codificado. Se hace ‘cómplice’ de él al asumir los significados como atractivos y naturales.

En la segunda lectura el lector es capaz de negociar para apropiarse de ciertos significados pero rechazar otros. En otras palabras, el lector “legitima el significado dominante pero lo adopta a la condición, contexto social y cultural en la que se encuentra”.

“Los textos televisivos sólo podrán ser populares si son lo suficientemente abiertos para admitir un rango de lecturas negociadas, a través de las cuales varios grupos sociales encuentran articulaciones significantes de sus propias relaciones con la ideología dominante” (Fiske, 1992, p. 298).

La tercera lectura, la oposicional, se lleva a cabo cuando el lector rechaza en su totalidad el contenido al que está expuesto o decodifica el mensaje de modo contrario. Sin embargo, es necesario recordar el apunte de Jensen, que aclara que

Las decodificaciones opuestas no son en sí mismas una manifestación de autonomía o poder en ningún sentido político importante (...) Las implicaciones sociales de la oposición a los textos dependen de la existencia de *foros* en los que se pueda reflexionar sobre esa oposición y en los que pueda dársele una forma socialmente importante (Jensen, 1990, p. 100).

Fiske afirma también que el sujeto social tiene una historia, vive en una particular formación social (una mezcla de clase, género, edad, región, etc.), y está constituido por una compleja historia cultural que es al mismo tiempo social y textual (1987, p. 62) y será este el matiz con el que el individuo leerá los mensajes provenientes de los medios.

Orozco explica que la televisión como institución cultural en la sociedad, más que reproducir los significados dominantes dados a la realidad, crea significados propios.

Esta creación, sin embargo, no es independiente de la propia cultura ni mucho menos de los significados dominantes en ella. La televisión entonces reproduce patrones y significados culturales a través de la creación de nuevos significados que participan de las determinaciones dominantes (1987, p. 18)

Morley (1992) puntualiza tres premisas que es necesario tomar en cuenta al aproximarse al estudio de la encodificación y decodificación:

1. El mismo evento puede ser encodificado en más de una manera.

2. El mensaje siempre contiene más de una lectura potencial. Los mensajes proponen y prefieren ciertas lecturas sobre otras, pero ellos nunca se vuelven completamente cerrados hacia una lectura: se mantienen polisémicos.

3. El entendimiento del mensaje es también una práctica problemática, aunque parezca transparente y 'natural'. Los mensajes encodificados de una manera pueden ser leídos en otra. (Morley, 1992, p. 85)

En un intento por estudiar a las audiencias y su capacidad de crítica, Liebes y Katz (1990) utilizan la metodología cualitativa y como instrumento una serie de focus groups en torno a la serie norteamericana Dallas. Su propuesta para analizar los datos consistió en tres categorías generales: la primera, semántica, se enfocaba a los temas y mensajes recurrentes en la discusión respecto a la serie. La segunda categoría, sintáctica, se refería al género televisivo y a la fórmula. Estas dos categorías se relacionan con la manera en que el televidente observa el programa como una construcción mientras que la tercera categoría se refiere a la manera en que percibe de manera afectiva, cognitiva y social el programa. Esta tercera categoría la llaman pragmática (p. 205). Esta sistematización es de mucha utilidad para entender el concepto de distanciamiento crítico, ya que estos autores encontraron que las reacciones críticas de los participantes no necesariamente implican una distancia y que las lecturas oposicionales tienen distintos niveles según la intensidad y el motivo de éstas.

Algunas investigaciones realizadas con niños asumen que éstos no son más críticos que los adultos. El 85% de los niños entre 9 y 12 años que participaron en una encuesta en Estados Unidos sienten que la televisión “casi siempre” o “usualmente” dice la verdad, e inclusive a la mayoría le parece que los noticieros televisivos dicen la verdad con más frecuencia que los periódicos (Drew y Reeves, 1980 en Vooijs, Van Der Voort y Hoogeweyj, 1995).

Una forma de entender este concepto en la cotidianidad puede ser a partir del dominio de las habilidades que la corriente de educación para los medios intenta desarrollar en las audiencias, y que se refieren a

- El entendimiento de que todos los mensajes son representaciones del mundo construidas por individuos.
- El conocimiento de las características de los medios y las formas de comunicación.
- La aceptación de que los individuos, como audiencia, hacen interpretaciones únicas de los mensajes de los medios.
- La toma de conciencia de que los mensajes tienen propósitos económicos.

La negociación de los niños en la recepción de los mensajes, como afirma Orozco, se da en el plano de las cogniciones. Más adelante se verá como, al ser la televisión una institución social, así como lo es la escuela y la familia, “también es una institución significativa de la realidad, ya que construye significados y los transmite. Lo que el niño negocia entonces con las

instituciones y en especial con la televisión, son significados” (Orozco, 1987, p. 58).

Género

Cada día en la televisión aparecen múltiples textos audiovisuales, con determinados objetivos y estilos y dirigidos a determinado público. La práctica cultural que intenta categorizar estos textos es el género.

“Los géneros estructuran y contienen el proceso narrativo. Lo regulan en modos particulares usando específicos elementos y combinaciones de elementos para producir coherencia y credibilidad. De este modo, el género representa sistematizaciones y repeticiones de problemas y soluciones en las narrativas (Neale, 1980 en Barker, 2000).

Los elementos estructurales de los géneros que son compartidos tanto por productores como por audiencias, son conocidos como convenciones. Cuando éstas mantienen una relación cercana con la ideología dominante del momento, los géneros se vuelven populares y cumplen con el objeto de predeterminar textos y lecturas (Kerr, 1981 en Fiske, 1987). Esto se logra porque el género limita y condiciona la respuesta de la audiencia y busca contener las posibilidades de lectura, al determinar, por ejemplo, el rango de placer que los espectadores pueden esperar de un noticiero, una novela o un filme.

Con respecto al género noticioso, Fiske afirma que, a diferencia de las telenovelas y programas de concursos, éste es un género altamente valorado,

sobre todo por la utilidad que ellos mismos se adjudican de “esenciales para el funcionamiento de la democracia” (p. 281).

Jensen (1991) por un lado, reconoce que las noticias actúan como agentes de democracia representativa al reportar eventos y temas políticos en particular y así documentar y legitimar esta forma de procesos políticos como una realidad ‘viviente’. Por el otro lado, las noticias pueden ser entendidas como un “*recurso* de la audiencia en una forma mucho más participativa de democracia” (p. 59).

Los productores de noticias hacen uso de diversas estrategias para contener la polisemia, como la ‘objetividad’, esa apariencia de las noticias de tener una relación más cercana con la ‘cruda realidad’ que la que tiene la ficción; o las metáforas, que son extendidos mecanismos utilizados para dar sentido, para explicar en términos familiares lo no-familiar. Una tercera estrategia moderadora de polisemia es la exnominación, o la evacuación de un concepto del sistema lingüístico: Cuando algo no se nombra, aparenta ser natural, universal, sin alternativa o reto alguno. Otra forma de hacer que el significado construido por el lector sea el de “la verdad” es por medio de la segmentación de noticias, con su abrupto cambio de historia a historia sin permitir un espacio para la reflexión y el cuestionamiento.

Sin embargo, el espectador, en su carácter de audiencia activa, puede estar en la situación de leer oposicionalmente el mensaje si se encuentra en contacto con la realidad que el medio presenta e intenta moldear. Al comparar lo

que el medio presenta con lo que el espectador vive, éste puede percibir las diferencias críticamente.

De cualquier forma, aún cuando eventualmente se le reconoce a la noticia la capacidad para mover a la acción, su uso tiende a reducirse al entretenimiento y al espectáculo, y en lo general no trasciende a toma de posición alguna (Orozco, 1992).

Si bien los programas televisivos son vehículos repletos de significados y placeres potenciales que apoyan la visión ideológica dominante, Fiske señala algunos dispositivos en el texto que lo abren a lecturas polisémicas, como la ironía, la metáfora, las bromas, la contradicción y el exceso.

Estos dispositivos pueden percibirse ampliamente en algunos programas emitidos previamente a las elecciones federales de 2006, como El privilegio de mandar, Las mangas del chaleco, La parodia o los Hechos de peluche, programas que si bien podrían considerarse dentro del género informativo, combinan recursos de información política con otros provenientes del entretenimiento:

En El privilegio de mandar, por ejemplo, por medio de parodias de los principales actores en la campaña electoral 2006 y en algunos escándalos políticos, la autodenominada ‘telenovela cómico-política-musical’ fue un programa que se posicionó en el horario de mayor audiencia en la televisión mexicana durante el periodo del levantamiento de los datos.

Debido a la recurrencia de las alusiones que al respecto hicieron los informantes, se ha considerado necesario abordarlo como un discurso ideológico

que los niños decodificaron de diversas formas, como se verá en el análisis de resultados.

Sanchez y Morín (2006) consideran que en primera instancia este tipo de discurso mediático es sano en el contexto de un sistema democrático en construcción y con falta de participación política, ya que puede ser entendido como una opción a través de la cual el público puede tener acercamiento a la información y de este modo se despierte el interés en los temas políticos. Sin embargo, para ellas

resulta preocupante el que sea de una forma en que no se motive la actitud reflexiva y crítica hacia los temas planteados y en consecuencia inhiba el interés por participar y tomar conciencia de la responsabilidad que como ciudadano le corresponde para la construcción de una democracia más allá de lo electoral. (Sánchez y Morín, 2006)

Si bien la estrategia del programa radica en el abuso de los dispositivos de polisemia que menciona Fiske, según las autoras, en *El Privilegio de Mandar* no hubo un planteamiento de los por qué de los acontecimientos presentados “ni un cuestionamiento de fondo a la responsabilidad que les corresponde a los políticos, ni hay una crítica al papel que están jugando los medios de comunicación” (Sanchez y Morín, 2006).

Los niños. Público activo en socialización.

Varios autores concuerdan en que los niños son agentes activos que, si bien adquieren la información desde una oferta limitada, la apropiación que hacen de

los mensajes es selectiva. Esto es posible gracias a la actividad consciente y creativa que ejercen como audiencia. (Buckingham, 2000; Ibarra, 2003). Estos estudios, más que evaluar a los niños de acuerdo a parámetros adultos, optan por centrarse en la forma en que los niños ven el mundo y la manera en que los significados son construidos y negociados socialmente.

Una de las formas en que la actividad de la audiencia se lleva a cabo es explicada por Orozco (1992):

Mentalmente, los miembros de la audiencia frente al televisor se ‘enrolan’ en una secuencia interactiva que implica diversos grados de involucramiento y procesamiento del contenido televisivo. Esta secuencia arranca con la *atención*, pasa por la *comprensión*, la *selección*, la *valoración* de lo percibido, su *almacenamiento e integración* con informaciones anteriores y, finalmente, se realiza una *apropiación* y una *producción* de sentido (p. 35).

A través del estudio de la socialización política es posible conocer las condiciones actuales del interés en los asuntos públicos, y vislumbrar en qué medida se está formando a una nueva generación de ciudadanos, concientes y participativos.

Es necesario recalcar que este ambiente que por medio del proceso de socialización política el individuo conoce, reflexiona, interactúa o rechaza, no se limita a instituciones o estructuras de gobierno formales, sino que es constituido por las culturas políticas, donde “conocimientos, creencias y prácticas se ubican

en formas más amplias de distribución e interacción con el poder entre individuos de distintos ambientes de significación social” (Ibarra, 2003, p. 169).

Según Orozco, ninguna institución social, ni la familia, ni la escuela, ni los medios de comunicación ejercen una influencia monolítica en la sociedad, debido a la (no necesariamente pacífica) coexistencia de estas instituciones en el proceso socializador, que impide que éste sea el producto sólo de una de ellas. Así, sólo bajo determinadas condiciones, cualquiera de las instituciones sociales puede ser la predominante en la socialización de la audiencia

La producción de sentido que realiza la audiencia depende entonces de la particular combinación de mediaciones en su proceso de recepción; combinación que a su vez depende de los componentes y recursos de legitimación a través de los cuales se realiza cada una de las mediaciones (Orozco, 1992, p. 43).

Giménez explica que la cultura puede ser entendida como el “repertorio de pautas de significados históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias” (1999, p. 76). La cultura política relaciona estas pautas con la forma en que se acepta o rechaza la distribución e interacción del poder entre los individuos en los distintos ambientes de significación social.

La interacción con los otros permite que el niño adquiera un marco de referencia al momento de realizar interpretaciones de información o experiencias. La psicología del desarrollo considera al niño como un individuo activo y

constructor que trabaja en solitario en la resolución de sus problemas en su mundo, es decir, como un ser más bien aislado. Sin embargo, en ciertos contextos comunes y apropiados en sociedades urbanas, el niño parece más competente como agente social que interactúa, negocia, interpreta y actúa, que como “científico solitario” que se enfrenta a un mundo de incógnitas (Ibarra, 2003, p. 86).

Por su parte, David Morley (1992) con su estudio Nationwide planteó por primera vez en la década de los ochentas y desde la investigación empírica cualitativa que las audiencias pueden ser estudiadas desde sus diferentes posiciones sociales. Es decir, a partir de sus características sociológicas es que las audiencias leen o interpretan el texto. Cada receptor se acerca al mensaje y lo apropia y la manera en cómo lo haga va a ser única.

Los espectadores adultos constantemente consideran a la televisión como su gran fuente de información sobre el mundo, aunque en la realidad, esa información usualmente quede registrada únicamente en la memoria de corto plazo.

Sin embargo, en los niños, las noticias televisivas son vistas como el primer contacto con el mundo de la política. Estas fungen en la adolescencia como un puente al mundo de los asuntos políticos. En esta etapa, una alta exposición a las noticias se correlaciona con altos niveles de conocimiento político (Buckingham, 2000).

Mediaciones.

Es necesario matizar que las audiencias pueden hacer los tres tipos de lecturas (dominante, negociada y oposicional) de manera simultánea e influidas por las mediaciones socio culturales.

Las mediaciones son para Martín-Barbero (1992) “ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción” (p.20). La familia, la escuela y el barrio son algunas de las mediaciones que se han considerado para el estudio de las audiencias así como las variables de género y clase social entre otras.

El consumo y recepción de los mensajes televisivos es influenciado y determinado por las características sociales, demográficas y culturales que cada individuo o grupo de individuos tiene. “La clase, el grupo al que pertenecemos, nos acostumbra a necesitar de ciertos objetos y a apropiarlos de cierta manera (García Canclini, 1988, p. 53). El consumo se realiza de manera interpretativa y “no es sólo reproducción de fuerzas sino producción de sentido” (Martín-Barbero, 1992, p.22), porque al encodificar un mensaje, se le atribuye un significado al hecho o acontecer social.

Sin embargo, con los niños, justamente por su edad, la mayoría de las mediaciones se realizan en el hogar y en la escuela, que son los "escenarios" donde los niños regularmente interactúan (Orozco, 1987b).

Orozco afirma que una primera mediación en el proceso de recepción de mensajes es la mera presencia de los familiares en el hogar, ya que además de influenciar la cantidad de exposición a la TV, la presencia de algún familiar mientras el niño ve TV, abre la posibilidad al comentario o al juicio sobre lo que

se está viendo y escuchando, lo cual redundando en una apropiación más consciente de los mensajes (Lull; en Orozco, 1991).

Por otro lado, la escuela es considerada también como una mediación, ya que “constituye un ámbito de apropiación de conocimientos y de ‘re-apropiación’ del aprendizaje producido en otras situaciones y momentos (Orozco, 1991). El niño se enfrenta en la escuela a una serie de informaciones e interacciones diferentes a las del hogar. Diversos estudios sobre el rol socializador de la escuela (Willis, 1979; Giroux, 1981) coinciden en afirmar que ésta constituye una instancia mediadora muy importante en el proceso educativo del alumno.

Fuenzalida (1984; 1986) sugiere que la cantidad de información que un niño posee influye en la apropiación de los mensajes que hace de la TV. La razón estriba en que mientras más información tiene el niño sobre un acontecimiento o situación reportada en este medio de comunicación, menos probabilidad hay de que se "trague" el sentido o significado que se le otorgue (Orozco, 1991, p. 120)

Orozco analizó las prácticas de mediación específicas que ciertos tipos de familias y de escuelas llevan a cabo y encontró que el grado de mediación realizado por padres y maestros a su vez depende de varios elementos, entre los que destacan el nivel socioeconómico, la cultura, el nivel educativo de los padres, la filosofía educativa, la orientación pedagógica de la escuela, así como determinadas actitudes frente a la TV y a los medios de comunicación en general (Orozco, 1990).

En un estudio realizado en el suroeste de los Estados Unidos, Kioussis, Devitt y Wu (2005) encontraron que el tamaño de las redes de discusión predice la fortaleza de la ideología política de los niños y adolescentes, lo cual coincide con lo encontrado por Mortimore y Tyrrel (2004), quienes se interesaron en observar la intención de voto, participación social y niveles de confianza en los actores políticos, y encontraron que los niños mostraron un buen grado de conocimiento sobre política y que sus opiniones políticas parecían asociarse a la de sus padres.

Los estudios de recepción pueden tener diferentes abordajes como estudiar los usos sociales de los medios masivos, el enfoque integral de la audiencia o bien desde el consumo cultural que no es más que buscar una visión amplia de la cultura o culturas. Hasta ahora la mayor cantidad de estudios de recepción “han dejado fuera de la discusión y el análisis el tipo de lecturas realizadas por los grupos investigados” (Lozano, 2003, p.134). Parece que las dificultades metodológicas son una razón para no buscar los tipos de lecturas que hacen las audiencias de los textos; sin embargo, se considera que vale la pena probar distintos métodos.

Preguntas de investigación

1. ¿Qué tipo de imágenes y representaciones sobre la política y los políticos desarrollan los niños con base en el material televisivo con el que interactúan?

2. ¿Qué mediaciones intervienen en la negociación de significados relacionados con la política?
3. ¿Qué tanto distanciamiento crítico presentan los niños ante los productos televisivos relacionados con la política?
4. ¿Cómo participan los niños en la construcción de conocimientos y valores políticos?

III MÉTODO

Dada la complejidad de los procesos de socialización y desarrollo de percepciones sobre la política y los políticos en los niños, el presente trabajo se apoya en una estrategia de investigación cualitativa, ya que buscaba profundizar en las experiencias subjetivas y en los complejos procesos de consumo y apropiación de los contenidos televisivos.

Según Taylor y Bogdan (1987), desde el enfoque cualitativo “el investigador busca entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor”. Tanto la selección de participantes-actantes en la producción del contexto situacional, como la interpretación y el análisis, son abiertos. Este enfoque busca “comprender el punto de vista de los actores de acuerdo con el sistema de representaciones simbólicas y significados en su contexto particular” (p. 8)

Taylor y Bogdan señalan que la investigación cualitativa es inductiva y que su objeto de estudio es holístico. Los investigadores son sensibles a los efectos que su presencia causa, tratan de comprender a las personas dentro del

2. ¿Qué mediaciones intervienen en la negociación de significados relacionados con la política?
3. ¿Qué tanto distanciamiento crítico presentan los niños ante los productos televisivos relacionados con la política?
4. ¿Cómo participan los niños en la construcción de conocimientos y valores políticos?

III MÉTODO

Dada la complejidad de los procesos de socialización y desarrollo de percepciones sobre la política y los políticos en los niños, el presente trabajo se apoya en una estrategia de investigación cualitativa, ya que buscaba profundizar en las experiencias subjetivas y en los complejos procesos de consumo y apropiación de los contenidos televisivos.

Según Taylor y Bogdan (1987), desde el enfoque cualitativo “el investigador busca entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor”. Tanto la selección de participantes-actantes en la producción del contexto situacional, como la interpretación y el análisis, son abiertos. Este enfoque busca “comprender el punto de vista de los actores de acuerdo con el sistema de representaciones simbólicas y significados en su contexto particular” (p. 8)

Taylor y Bogdan señalan que la investigación cualitativa es inductiva y que su objeto de estudio es holístico. Los investigadores son sensibles a los efectos que su presencia causa, tratan de comprender a las personas dentro del

marco de referencia de ellas mismas y conceden valor a todas las perspectivas (1987, p. 21).

Estudios recientes (Buckingham, 2000; López, 2003) sugieren que el mejor modo de estudiar este fenómeno particular con niños es reunir a pequeños grupos, de 3 ó 4 miembros, para disminuir la intimidación que los niños puedan sentir hacia el investigador y el tema; así que se hizo uso de la entrevista focalizada abierta, en la cual, según Lindlof (1995), los participantes se ven estimulados por las experiencias de otros miembros del grupo en particular, de modo que las maneras en que apoyan, debaten o resuelven los temas entre sí pueden reflejar las dinámicas del discurso social cotidiano.

Número y tipo de informantes. En una escuela pública y una privada de cada ciudad, se seleccionaron niños para entrevistarlos de manera focalizada., en grupos de tres. En un principio se definió que se entrevistarían 30 niños (15 niñas y 15 niños) de cuarto, quinto y sexto grado de cada tipo de escuela (pública y privada) en cada una de las tres ciudades capitales del noreste del país. Sin embargo, para efectos del presente trabajo, se analizaron únicamente las respuestas emitidas por los niños de quinto y sexto grado de Saltillo y Monterrey. Resultando 42 informantes de ésta y 36 de Saltillo. Esta delimitación se hizo para conocer las percepciones de los niños que para el año 2012 tuvieran más de 18 años, y por ende, serían aquellos que estarían en posibilidad de votar en las siguientes elecciones para presidente de la república.

Se buscó llegar a la saturación teórica, es decir, a ya no obtener percepciones nuevas de los entrevistados en cada grupo. El cuestionario de

preguntas fue abierto y flexible, para permitir a los niños incorporar sus propias preocupaciones, énfasis y agendas en la conversación que sostuvieron con el entrevistador.

Procedimiento. A conveniencia se eligieron las dos escuelas por ciudad en las que se efectuaría la entrevista. Se entregó una carta a la directiva de cada escuela en la que se explicaban los motivos y expectativas de la investigación. Los directores canalizaron a los investigadores con los maestros que a su vez eligieron a conveniencia a los niños que participarían en las entrevistas, mismas que se realizaron en las bibliotecas o los salones especiales y tuvieron una duración en promedio de 40 minutos.

Con respecto al periodo de levantamiento de los datos, algunos estudios apuntan a que una campaña política es un marco idóneo para la observación de estos fenómenos, particularmente en niños. Sears y Valentino (1998) realizaron un estudio longitudinal entrevistando a 366 pares de padres e hijos un año antes de una campaña política, justo después de la campaña y un año después. Sus hallazgos apuntan a que una campaña política “cristaliza” las actitudes y predisposiciones políticas de los niños y adolescentes, en la medida en que se exponen a los contenidos políticos de los medios y se enriquece con la conversación de los padres.

Para este estudio, el levantamiento de los datos se llevó a cabo la primera quincena de marzo de 2006, tres meses antes de las elecciones para el gobierno de la República, y en medio de una efervescencia de mensajes electorales y políticos en los medios.

Las entrevistas fueron grabadas en audio, utilizando grabadoras digitales de reportero. Se realizó una prueba piloto en Monterrey para revisar el guión de entrevista y asegurar fuera claro y que proporcionara la información que se deseaba obtener.

Durante la entrevista focalizada, los niños tuvieron la oportunidad de interactuar entre sí con respecto al tópico en cuestión, ya que se les instruyó para que se sintieran libres de verter en cualquier momento sus opiniones. Este ambiente conversacional y no formal se alcanza a distinguir en las grabaciones y hasta en las transcripciones de las entrevistas.

Análisis de la información.

Dada la dificultad para identificar el grado de negociación de los significados de los medios por parte de la audiencia, y debido a la gran cantidad de información recabada, se organizaron las respuestas de los 78 informantes de acuerdo al siguiente cuadro, mismo que se llenó con el número de la página de la entrevista en la que aparece la intervención relacionada con el tópico en cuestión.

:

Entrevista	Conocimiento que proviene de TV	Ven noticias	Les gustan las noticias	No les gustan las noticias	Las ven por sus papás	Conocimiento sobre candidatos	Simpatía a candidatos	Antipatía a candidatos	Simpatía hacia Fox	Antipatía hacia Fox	Ven Privilegio de mandar	Les gusta Privilegio	No les gusta privilegio	Votar	Les gustaría ser presidente	Les gustaría mejorar país

El orden en que se llenó este cuadro fue de acuerdo a la ciudad de procedencia y al tipo de escuela de los informantes.

IV HALLAZGOS

Conforme a lo encontrado por Buckingham (2000) en Filadelfia y Londres, son muy pocos los niños que muestran entusiasmo con respecto a las noticias televisivas. Por el contrario, la mayoría cuenta entre sus preferencias los dibujos animados, las comedias de situación y los deportes y si bien se exponen a noticieros con frecuencia, los consideran tediosos.

Los niños en Monterrey y Saltillo declararon que aunque su mayor fuente de información con respecto a la política son las noticias, este género les parece aburrido y se exponen a él incidentalmente, ya que usualmente los padres acostumbran ver noticieros durante las mañanas y los niños se exponen a ellos durante el desayuno.

Aunque los niños, cuando se les pregunta sobre las noticias que ven, hacen frecuentes alusiones a las impactantes, como accidentes, asesinatos, robos o violaciones, o secciones como el clima, deportes o espectáculos, también en ocasiones prestan atención a las noticias sobre políticos.

Imágenes y representaciones: “Con la corrupción arriba y el respeto abajo”

Los niños de Saltillo ven con regularidad los programas de comedia relacionados con la política; en particular, *El privilegio de mandar*. Aunque los consideran programas para adultos debido a los temas abordados, los niños declararon divertirse con las parodias ahí presentadas, y en algunos casos admitieron que

El orden en que se llenó este cuadro fue de acuerdo a la ciudad de procedencia y al tipo de escuela de los informantes.

IV HALLAZGOS

Conforme a lo encontrado por Buckingham (2000) en Filadelfia y Londres, son muy pocos los niños que muestran entusiasmo con respecto a las noticias televisivas. Por el contrario, la mayoría cuenta entre sus preferencias los dibujos animados, las comedias de situación y los deportes y si bien se exponen a noticieros con frecuencia, los consideran tediosos.

Los niños en Monterrey y Saltillo declararon que aunque su mayor fuente de información con respecto a la política son las noticias, este género les parece aburrido y se exponen a él incidentalmente, ya que usualmente los padres acostumbran ver noticieros durante las mañanas y los niños se exponen a ellos durante el desayuno.

Aunque los niños, cuando se les pregunta sobre las noticias que ven, hacen frecuentes alusiones a las impactantes, como accidentes, asesinatos, robos o violaciones, o secciones como el clima, deportes o espectáculos, también en ocasiones prestan atención a las noticias sobre políticos.

Imágenes y representaciones: “Con la corrupción arriba y el respeto abajo”

Los niños de Saltillo ven con regularidad los programas de comedia relacionados con la política; en particular, *El privilegio de mandar*. Aunque los consideran programas para adultos debido a los temas abordados, los niños declararon divertirse con las parodias ahí presentadas, y en algunos casos admitieron que

esos programas les informan sobre los eventos actuales. Además, algunos de los niños afirmaron saber que dichos programas imitan y exageran lo que ocurre en la realidad política nacional, pero al final en el fondo parece resultar todo hilarante:

Ustedes creen que haya un partido que se preocupe más por la gente?

Sí, el PRD, ahí 'tá López Obrador, con lo' vieeejeeeeejjiiiiito

(risas)

¿Cómo saben eso?

(TODOS) Por el Privilegio de Mandar

Saltillo, escuela pública, 11 años

Aquí aparece el recurso del humor (Fiske, 1987) que si bien en principio abren el texto a lecturas polisémicas, la amenidad con que llega el mensaje a la audiencia permite que a través de la distensión, la risa o el humor, el lector lo incorpore como tal.

Así, los niños reciben y asimilan información sobre los personajes políticos y los asocian con lo que los medios reflejan de ellos, incorporando imágenes, descripciones y estereotipos que les proporcionarán muy probablemente el contexto desde el cual darán sentido a su visión de la política.

Retomando el concepto de Hall (1981) de hegemonía, en el que un grupo dominante ejerce la autoridad social sobre otros a través de un discurso de significados y la anuencia de los grupos subordinados, el consenso, que en este caso radica en la imagen negativa de los candidatos y la política en general, en cierto modo está reconociendo el poder de la clase política dominante de manera

natural: que dicen mentiras, que sólo quieren el poder, que roban, que son tranzas, que son corruptos, etc. Si bien todas estas imágenes resultan negativas, la frecuencia y ecuanimidad con la que los niños se refieren a ellas, parece sugerir que han sido naturalizadas, haciendo cada vez más profundo el cinismo y el desencanto respecto a la participación. El hecho de que festejen con el mismo humor y risas con que está estructurado el mensaje, brinda elementos para pensar en una naturalización, pero además en una posible reproducción. Se valida o legitima mediante el humor o la broma, las acciones poco éticas que realizan los personajes públicos, políticos o gubernamentales.

¿Y entonces no tienen un candidato que digan “El que a mí menos mal me cae es este”?

- No.

- Es que están todos igual en la balanza.

- Con la corrupción arriba y el respeto abajo.

Nadia, Dania, privada, Saltillo.

Aquí también se observa una contradicción. A la hora de recibir el mensaje, los niños comparten la risa, el humor del hecho... quizás restándole un poco de importancia. Sin embargo, a la hora de reflexionar sobre los hechos, tal vez con la entrevista de por medio, ellos se presentan más críticos y pesimistas en cuanto al otorgamiento de credibilidad a la clase política. Esto parece mostrar una necesidad de espacios de diálogo, de reflexión y de mediación sobre lo que

los niños interpretan en la televisión. De este modo, los niños como lectores podrían hacer ese salto de lo que se ve en lo inmediato (que causa risa) hacia la reflexión crítica que merece el hecho considerado más en perspectiva, ya que, como afirma Jensen (1990), la trascendencia de una lectura negociada u oposicional radica en los espacios y momentos de discusión, en que se les de una forma socialmente importante y es sólo en el segundo momento, donde los niños pueden realmente formar una opinión más madura y fundamentada.

¿Qué piensas que es un político?

Un político es alguien que dirige un país.

¿Y qué piensan de los políticos?

- Que algunos no dicen la verdad y no la cumplen y unos que dicen que ah, voy a hacer esto y no lo hacen. Nada más para decirnos mentiras.

- Pues también para pensar: no, estos ya se la creyeron, pues ya. Ya aquí todo listo, ¡pero no!. (QUE NO SE CREEN TODO)

¿Y porqué mentirán?

- Pues nada más viendo que voten con ellos. Para ganar dinero.

Hiram, Mario, pública, Monterrey.

En estas intervenciones no se percibe ningún juicio de valor, no dicen si está bien o mal que mientan, solo dan cuenta del hecho... Es decir, pareciera que si bien han logrado internalizar el mensaje y hablar escasamente sobre eso, no han logrado un nivel de opinión en cuanto a si es recomendable o no, hacer lo

que los políticos hacen. Al contrario, tal vez se podría pensar en que los niños ven como una opción copiar las conductas de la clase política, pues es el camino seguro al dinero, al éxito y a la fama.

Funes (2003) explica la relevancia de las representaciones a que se pueden exponer los niños si éstas son naturalizadas:

La normalización política convierte en algo más trivial, menos trascendente, el hecho de participar. Esto es consecuencia de las nuevas condiciones políticas que han convertido la actividad en la vida pública en algo “normal” que se puede hacer o no hacer (p. 26).

La mayoría de estas opiniones negativas son hacia los políticos en general, pero en ocasiones también son personalizadas. A este respecto, las opiniones de los niños de las escuelas privadas, tal y como encontró Buckingham (2000), parecen éstas más elaboradas y con más información que las de los niños de escuelas públicas.

¿De qué te acuerdas de algún candidato?

(López Obrador) Dice que te va a ayudar, que es sincero, que es honesto, sí pero a veces, como siempre le veo lo bueno y lo malo. Que antes quería hacer una calle donde era propiedad de una persona y esa persona no quería hacer la calle porque era área verde y él la quería convertir en calle (...) y llevó retroexcavadoras y todo para hacerla y el señor no quiso, y ahora quiere ser presidente y muchos están votando, no sé porqué.

¿Y qué piensan de los políticos? Cómo les cae Fox?

- No... muy bien... y más su esposa

- A mi más o menos... sí, a mi también Martha, porque Fox habla muy raro... No, a mi no me gusta como habla Fox

- A mi más o menos... Es que ellos no se enojan cuando les hacen, por ejemplo en el Privilegio de Mandar, no se enojan, no dicen nada y en cambio otros sí se quejan... y a ellos en cambio les gusta, porque les llama la atención eso.

Thelma, Mariana, Valeria, pública, Saltillo.

Estas diferencias situacionales no son determinantes en la construcción del imaginario político de los niños. Como afirma Buckingham (2000), las constantes contradicciones complican abordar las implicaciones deterministas de ciudad, clase o género. Por el contrario, para elaborar sus respuestas, los niños hacen combinaciones entre lo que se muestra en la tele y tal vez con lo que los padres o maestros les dicen.

¿Cuál crees que sería el candidato más malo?

Para mí se me hace que, no tengo más malo, porque cómo saber quien es el malo. Yo creo que si yo pudiera votar sería por Andrés Manuel López Obrador por lo que ha hecho, porque según esto he oído que ha

ayudado mucho a la gente, en cuanto a obras públicas y otras cosas, pero no estoy seguro.

Ahorita no, no me está interesando mucho la política a causa de la corrupción, lo que están haciendo, ni siquiera son buenos, pero no se puede saber si en realidad son malos, a menos que entres al partido y averigües.

Fernando, privada, Monterrey.

En el estudio realizado en Estados Unidos, Buckingham (2000) encontró que el cinismo generalizado sobre los políticos parecía exceptuarse en el presidente Clinton. En el presente estudio se encontró un patrón similar, ya que aunque los niños tienen una imagen negativa de los candidatos, la gran mayoría de los que asisten a escuela pública mostró simpatía por Vicente Fox, lo cual podría deberse a la legitimación que de la figura presidencial han hecho los electores; y que muy poco cuestionada al menos por los niños de las escuelas públicas

¿Fox les cae bien?

Todas.- Sí

¿Qué saben de él? ¿Por qué les cae bien?

- Por su forma de actuar

- Aparte bueno porque él ha lanzado varios programas para la educación y cosas así.

- Por sus propuestas.

Brenda, Denisse, Erica, pública, Saltillo

José- También que Fox sí se preocupa por nosotros y el Peje no, casi no. No he visto que salga en la tele que el Peje hable con niños. A

- *Vicente Fox sí lo he visto que sale que habla con unos y que habla con otros y va a escuelas a hablar con ellos.*

José, pública, Monterrey

De acuerdo a estas intervenciones, a los niños parece importarles sentirse cerca de su presidente. Independiente de las acciones concretas, si el presidente sale en la tele “hablando con niños” entonces es algo bueno, es positivo. Pero si no, entonces se ve como algo negativo, más allá de los resultados concretos en su práctica política.

Otro elemento es la relación que el niño establece con su contexto, pues le importa que salga hablando con niños y/o en escuelas que son los elementos en los cuales interactúa normalmente. Es decir, la relación entre el decodificador y las conexiones que éste realiza con su clase social, su género, su sector de edad y el aparato ideológico con el cual cree estar más en contacto: la escuela.

Sin embargo, en las escuelas privadas, tanto de Saltillo como de Monterrey, es más notoria la postura crítica con respecto a Vicente Fox de que “Podía haber hecho más trabajo” y en Saltillo, los niños tienen presente que Fox no fue a Coahuila cuando hubo un trágico accidente en la mina Pasta de Conchos. La posición generalizada es “que no hace nada”.

Yo digo que en el gobierno de Fox pues a veces nada más dicen lo que hacen, lo bueno, pero no lo malo. Yo digo que está bien porque dicen que han hecho quién sabe cuántos millones de viviendas pero hasta a veces en los mismos programas les pagan para decir, yo te doy tanto dinero pero tú y nada más hablamos de lo bueno que haces y no de lo mal y yo pienso que si le pagaron a Fox nada más para decir eso pues no, no tiene chiste.

Oswaldo, privada, Saltillo.

¿Cómo te cae el presidente?

- Fox, para empezar, mal porque no estuvo aquí cuando fue lo de los mineros, pero sí estuvo aquí para que lo ayudáramos a ser presidente.

- Sí, debe apoyar a todo México, no nada más a algunas partes en particular.

- Nada más viene para que lo ayuden, pero cuando necesitamos ayuda nosotros, no viene.

- Y aparte también porque él como presidente de la república, a los candidatos... como es del PAN, pues obviamente él quiere apoyar al PAN, pero también a los demás. Como que no nada más así a uno.

Dania, Nadia, privada, Saltillo.

Según Funes (2003), las diferencias situacionales, fomentan imágenes políticas diferentes. “Tal vez, planteando la construcción de lo político desde el principio de sincronidad (Jung, 1970), que lo que analiza es la coincidencia de los hechos, la concurrencia y convergencia de factores en el espacio y el tiempo, podríamos entender acciones que quedan sin explicación desde la perspectiva de la causalidad”.

Si bien la autora aborda las diferencias de las condiciones políticas en diferentes periodos en un grupo de jóvenes, aquí se perciben diferencias en las imágenes y concepciones políticas que tienen los niños en diferentes ciudades y en los dos tipos de escuela (pública y privada). El cambio situacional, y por ende, el cambio en la imagen y representación de la política, se da en ambos escenarios y puede ser abordado a partir del análisis de las mediaciones que inciden en el proceso de recepción.

Mediaciones: “Yo, igual que mi papá...”

Como se mencionó anteriormente, las mediaciones son “ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción” (Martin-Barbero, 1992, p.20).

La política es un tópico inmerso en la charla cotidiana en la familia y algunos de los niños tratan de tener un poco más de información para interactuar con sus padres y con frecuencia piden a estos últimos que les expliquen lo que está apareciendo en las pantallas. Esto representa lo que Orozco (1991) denomina como una primera mediación en el proceso de recepción de mensajes, y que se

refiere a la mera presencia de los familiares en el hogar, ya que “además de influenciar la cantidad de exposición a la TV, la presencia de algún familiar mientras el niño ve TV, abre la posibilidad al comentario o al juicio sobre lo que se está viendo y escuchando, lo cual redundará en una apropiación más consciente de los mensajes” (p. 4).

“Por ejemplo, si tus papás están hablando de política y te integras y por ejemplo vas a poder interactuar con ellos”

César, privada, Monterrey.

Yo de repente de que sale una noticia no, y pues yo estoy medio dormida desayunando ya de que se empieza a reír y le digo por que te ríes y me dice, es que... ya me empieza a explicar todo y al final empiezo a reírme. Nunca le entiendo a las noticias aunque, bueno cuando me explica mi papá ya les entiendo mejor.

Alejandra, privada, Monterrey.

No, este, yo igual que a mi papá tengo la mentalidad de que yo, yo no le voy a un partido yo le voy a un, a un candidato

Mauro, pública, Saltillo

Mi abuelito sí habla mucho de política. Les estaba comentando que de los debates, me dijo que eran lo de frente a frente, y luego le pregunté

que quién iba mejor, que quién estaba haciendo lo que prometía, y luego empezaron a decir que las chachalacas y no se qué, que le dijo chachalaca uno a otro y le pregunté que qué era el significado de eso. Primero me dijo que era un pájaro que no se cansaba de hablar.

Alondra, pública, Monterrey

En Saltillo, la mayoría de los niños, tanto de escuelas públicas como privadas coincidieron en identificar a los candidatos, en particular a los políticos de su localidad. Esto va de acuerdo a lo que encontró López (2003) en su investigación en Juchitán y Monterrey, ya que ella del mismo modo encontró una mayor información en los niños de Juchitán, lo cual fue explicado por los patrones de televidencia, ya que en esta ciudad era más frecuente que en Monterrey tanto la exposición a la televisión de padres e hijos juntos como la charla con respecto a la política.

Otra de las mediaciones que intervienen en la negociación de significados es la escuela, institución que “constituye un ámbito de apropiación de conocimientos y de ‘re-apropiación’ del aprendizaje producido en otras situaciones y momentos (Orozco 1991). Con respecto al conocimiento sobre los candidatos, se encontró una clara diferencia entre los niños de escuelas públicas y privadas en Monterrey, ya que todos los niños de escuelas privadas pudieron identificar a los candidatos y ubicarlos en relación al partido por el cual estaban conteniendo, mientras que los niños de las escuelas públicas confundían a los

candidatos o mostraban desinformación y/o apatía al reducir sus respuestas a un “no sé”.

— *Bueno, yo acabo de ir a un evento de un simulacro de la ONU y todo el tiempo fue platicar de política.*

— *¿Y eso dónde fue?*

— *En el colegio americano, en Santa Catarina.*

— *¿Y cómo te fue?*

— *Muy bien. Hicimos resoluciones para los conflictos como la pobreza y cosas así.*

Diego, privada, Monterrey

— *A veces nos habla la maestra*

— *¿de qué les habla, qué les platica?*

— *Sobre la política, se guía sobre el libro*

— *¿En la materia de qué?*

— *De historia, todo lo que ha vivido, la historia, de lo de antes*

— *No, de que cada presidente debe de durar al máximo seis años*

José, Rubén, pública, Monterrey

Se podría sugerir entonces, que la experiencia de Diego en un simulacro de la ONU proporcionará los recursos discursivos – nociones, lenguaje o conceptos— por medio de los cuales le dé sentido a los mensajes televisivos,

como por ejemplo, a las noticias que aborden política internacional. De este modo, su lectura diferirá de la realizada por aquellos niños a quienes los asuntos les parezca un tópico ajeno a sus intereses.

Además de la edad y el género, la posición social, como explicaron Croteau y Hoynes (1997), si bien no determina el significado otorgado a los mensajes, sí provee recursos estratégicos que permiten su decodificación, actuando por tanto como mediadora central del proceso interpretativo.

En estos comentarios se alcanza a ejemplificar el hecho de que “el grado de mediación realizado tanto por los padres como por los maestros, depende al mismo tiempo de varios elementos, como el nivel socioeconómico de la familia, el nivel educativo de los padres, o la orientación pedagógica de la escuela, así como determinadas actitudes frente a la TV y a los medios de comunicación en general” (Orozco 1990).

Distanciamiento crítico: “No puedes saber quien te dice la verdad...”

Como se mencionó anteriormente, el distanciamiento crítico será entendido para efectos de este trabajo como la conjugación, en la exposición a los mensajes televisivos, de habilidades que parten del entendimiento de que todos los mensajes son representaciones del mundo construidas por individuos con determinados intereses económicos; que estas representaciones tendrán características especiales de acuerdo a los medios y las formas de comunicación y que en la audiencia pueden tener interpretaciones únicas.

Si como se vio arriba realizar lecturas es dar significado a los mensajes de los medios, entonces una interpretación oposicional o negociada de los significados discursivos en los mensajes podría ser resultado de un distanciamiento crítico en los informantes. Por ejemplo, uno de los motivos de los niños para hacer una lectura oposicional o negociada a los noticieros es el hecho de que el abordaje de las noticias les parece exagerado, lo cual se relaciona con la información que tienen sobre las características de los medios y las expectativas que sobre ellos tienen. Algunos de los informantes, siempre de escuelas privadas, declararon que los periodistas tienden a exagerar o involucrar sus posturas al presentar la información.

A veces los periodistas se enteran mal de las cosas y empiezan a decir eso. Y exageran más que todo.

Diego, privada, Monterrey.

- Porque a veces el político está mal, pero Loret de Mola por decir está bien y si pasa al revés, no te puedes ir con uno ni con otro. No puedes saber.

- No puedes saber si... quién te está diciendo la verdad.

Nadia y Paola, privada, Saltillo.

JD- (El Privilegio de mandar) me parece muy interesante porque le sacan a un problema que está llevando México, una forma buena de ver las cosas, ellos como que te están diciendo, miran las cosas así, las

ponemos de esta forma que hasta pueden reírse de problemas que están pasando a México y que son muy serios, pero a veces tampoco me gusta por que, a los enemigos a los que están haciendo mal el gobierno, los ponen como el más chistoso del programa, entonces mis papás lo ven mucho entonces dije oye pues fijate que a este gobernador lo están poniendo muy chistoso y lo están poniendo como la estrella del programa y a mi eso no me parece.

JC- es un problema que lo pongan como algo muy chistoso, porque así lo que es una preocupación y no ven el lado negativo de ese problema, pero también no será muy bueno, que después tengan ese pensamiento de que todo va a ser así, de que todo va a ser del lado positivo, porque si tú crees que te puedes preocupar más y el gobierno, puede dejar lo que está ocurriendo...

JD - me parece que es un programa muy inteligente porque se transmite como las noticias, porque luego no estás enterado de nada, y pues ahí ya ves lo que pasa en la semana.

Juan Daniel, Juan Cristóbal, privada, Monterrey.

Más allá de la forma del programa, Juan Daniel, si bien acepta su papel informativo, sutilmente ha reconocido en su intervención la mediación familiar para emitir una crítica con respecto al abordaje del protagonista en un capítulo del *Privilegio de mandar* y parece coincidir con la preocupación de Sánchez y Morín (2006) de que una problemática tratada con tanta ligereza tenga en la

audiencia la consecuencia de inhibir el interés por participar en la construcción de una democracia más allá de lo electoral.

Sin embargo, puede ser que el distanciamiento se realice en términos que no involucren directamente a los contenidos de los medios, sino que se vea reflejado en las actitudes y comportamientos de la audiencia.

- ¿Ustedes creen que en algunos partidos hay gente que haga cosas malas?

- Sí (todos)

- Pues... no recuerdo su nombre, pero que trajo aquí a Kumbia Kings y que él se quedó el dinero, para él solo.

- Compra a la gente... con dinero... y pues eso no es justo.

Claudia, Angeline, pública, Saltillo.

Estos comentarios son muy probablemente reproducciones de los escuchados en casa. Sin embargo, son reflejo de una incipiente cultura crítica. Claudia y Angeline ya son capaces de distinguir entre la objetividad de los fenómenos naturales y la de las formaciones sociales, y si bien no poseen la información en su totalidad de los incidentes políticos, sí reconocen qué es la corrupción y emiten su juicio al respecto.

Precisamente, Morley (2006) subraya la necesidad de evaluar el distanciamiento crítico no sólo en el plano discursivo en el que los niños puedan decodificar de manera subversiva los mensajes de los medios, sino a partir de que

con estas decodificaciones también comienzan a tomar acciones políticas concretas.

Por ejemplo, sólo un grupo de niños de Monterrey y uno de Saltillo, los dos casos provenientes de escuela privada, consideraron la anulación del voto o el abstencionismo como una forma de participación política no convencional.

A este respecto Morley (2006) sugiere que el ímpetu para los cambios políticos provienen de muchas ‘micro-instancias’ de cambios de actitudes ‘pre-políticas’ en la esfera cultural, “momentos en los que las formas negociadas o subversivas de consumir los medios, pueden ofrecer un rol vital” (p. 104)

Yo digo que los periódicos no dicen si (los políticos) son corruptos o no porque no les conviene... Pues sí, puede ser.

Fernanda, pública, Saltillo.

- *Lo puedes tachar todo, pero fuiste a votar.*
- *Porque si no hay trabajo te tienes que ir a trabajar a otra parte.*
- *¿Y entonces sí les gustaría poder votar a esta edad?*
- *Sí.*
- *Bueno...Es que... a veces como que nosotros no podemos tomar las decisiones bien.*
- *Nos falta madurez.*
- *Pero los grandes tampoco toman decisiones bien.*

- *Por decir, el abstencionismo, esa decisión, tienes que ir a votar a fuerzas para que digas quién quieres que te gobierne.*

- *Pues tienes que tomarlo como una obligación, no te van a obligar pero.*

- *A mí no me convence ninguno.*

- *A mí tampoco.*

- ***¿Las tres anularían su boleta?***

(Todas) sí

- *Es que no se me hace que lo van a hacer bien.*

Diana, Nadia y Paola, privada, Saltillo

De estos dos fragmentos de entrevistas, es posible suponer que el consenso de las niñas de una postura a favor de la anulación del voto, es el resultado de una constante lectura de mensajes que refuerzan la imagen de corrupción en los políticos, aunada a las interacciones que pueden dar como producto una reflexión política (ya sea dentro de la familia, con sus compañeros o durante la misma entrevista), y así la decodificación opuesta adquiere relevancia política, ya que

Las implicaciones sociales de la oposición a los textos dependen de la existencia de *foros* en los que se pueda reflexionar sobre esa oposición y en los que pueda dársele una forma socialmente importante (Jensen, 1990, p. 100).

Durante la entrevista, las niñas tenían múltiples opciones de respuesta con la información que habían adquirido sobre las condiciones de la política en su comunidad, entre las que se podría haber encontrado la indiferencia y el rechazo a abordar este tópico (al responder con un ‘no sé’), lo cual hubiera representado un distanciamiento, pero no necesariamente crítico.

Sin embargo ellas, si bien se declararon “faltas de madurez”, no evitaron externar verbalmente lo que harían si estuvieran en posición de ir a las urnas. Es justamente esta experiencia verbal socializada lo que le otorgaría, según Jensen (1990) y Morley (2006), el peso o la importancia política al ejercicio de la actividad en la recepción, ya que es en los espacios o foros de discusión en los que se toma postura o se puede llegar a la acción.

Conocimiento y valores políticos: ¿muy pequeño para opinar?

Durante las entrevistas, tanto en escuelas privadas como en las públicas, y tanto en Monterrey como en Saltillo, se encontraron múltiples situaciones:

Hubo varios grupos de niños que se mostraron apáticos y con poca información con respecto al tema de las elecciones o la política en general. Con ostensibles excepciones, esta apatía era más notoria en las niñas, lo cual podría ser explicado a partir de la internalización de los parámetros que encasillan al ámbito político “como concebido por y para el sujeto, en masculino” (Vega 2003). Estas posturas hicieron evidente la distancia hacia los contenidos políticos, pero no la disposición o la capacidad de crítica.

¿Y han oído de los candidatos a la presidencia? Por ejemplo, ¿han oído de López Obrador? tú hace ratito lo mencionaste

José: López Obrador

Andrés Manuel López Obrador

José: ah sí

¿Tú has oído de él?

Jesús: no

Rubén: yo sí

¿De qué partido es, Rubén?

Rubén: del PAN

¿Y han escuchado de Roberto Madrazo?

Todos: sí

¿De qué partido es?

José: del PRI, creo

¿Y de Felipe Calderón, han escuchado?

Todos: del PRI

¿Ustedes saben cómo se llama su presidente municipal?

José: ya te habíamos dicho, ¿no? Fox ¿no?

De aquí de Monterrey su presidente municipal

Todos: no

Jesús, José, Rubén, pública, Monterrey

Otros grupos, por el contrario, se mostraron preocupados por la corrupción, la violencia y la inseguridad, imágenes que están presentes con consistencia en la agenda de los noticieros y el interés por mantenerse informados era patente. Por ejemplo, en Saltillo, algunos niños de escuelas privadas reportaron conocimiento sobre los nombres de los políticos que estuvieron conteniendo para la candidatura por el Partido Revolucionario Institucional, lo que se conocía en ese entonces como el TUCOM (Todos unidos contra Madrazo). Eso se debía a que uno de estos precandidatos había sido el gobernador de Coahuila y los niños, que mostraban preferencia hacia él, se sintieron decepcionados al saber que no había obtenido la candidatura.

-Sí, pero cuando es ya la candidatura a nivel nacional ahí sí no me gusta... a mí no me gusta nadie de los que están, porque para empezar, no sabe dirigirse él solo.

- No saben organizarse entre ellos solos para llevar adelante a México.

- Y luego hicieron el... que se reunieron algunos gobernadores que estaban antes, para estar contra Madrazo o algo así. Y luego salió Montiel y ya se quitó.

- Sí, yo creo que debería haber sido este... Enrique Martínez.

- Bueno, porque a Enrique Martínez ya lo conocíamos, pero también él tuvo muchas obras que no terminó.

- Bueno, no podemos decir quién es mejor, porque... Es del que ha habido mucha publicidad.

Paola y Nadia, privada, Saltillo

De este fragmento, se puede asumir que las niñas tienen la información este proceso en el que el candidato pasa por una elección interna del partido antes de contender por la presidencia de la nación. Además, conocen que los candidatos hacen uso de la publicidad y que esa publicidad no es el candidato, sino que es una construcción de imagen realizada por otros. También afirman que es común que la gente no se crea esa imagen que construye la publicidad y finalmente, han tomado una postura de rechazo ante los actuales candidatos.

Esta combinación de conocimientos y posturas permiten inferir que la suma de exposición a la televisión y las redes de discusión –ya sea con la familia, los maestros o los pares – y la disposición individual de los niños pueden lograr altos niveles de distanciamiento crítico, que dadas ciertas circunstancias puedan llevar las decodificaciones subversivas a la toma de acción de la que hablaba Morley (2006) en la que la “ciudadanía cultural” sea realmente construida.

A lo largo de las entrevistas hubo sólo algunas intervenciones en las que se mostró un gran interés por entender a los medios y conocer a las figuras públicas del ámbito de la política, pero esta complejidad de respuestas no fue encontrada en la mayoría de los niños. Por el contrario, varios de ellos coincidieron en que la política era un tema para adultos y se concebían a sí mismos como carentes de información y de interés.

Hiram, ¿Qué es un político? ¿Qué piensas?

Hiram- Un político pues como que un tipo gobernador pero no es. Es algo mucho más bajo.

¿Sí? ¿Y conoces alguno?

Hiram- No

¿Mario?

Mario- No, no sé lo que es un político.

¿Ni qué hace?

Mario- No.

¿No conoces a ninguno?

Mario- No

¿Creen que saber algo de política ayude en algo?

Mario- Sí, a veces. Por ejemplo en tus exámenes a veces viene algo relacionado con eso.

Mario, Hiram, pública, Monterrey

Valdría la pena preguntarse en qué radica esta diferencia en las respuestas. Tal y como Morley (1992) afirmaba al referirse a la clase social de las amas de casa: a partir de sus características sociológicas es que las audiencias leen o interpretan el texto. Cada receptor se acerca al mensaje y lo apropia y la manera en cómo lo haga va a ser única. En el caso de los niños, una respuesta se podría encontrar en la misma edad, como una característica empoderadora o excluyente del discurso político mexicano, que si bien, como se señaló

previamente, no determina el tipo de lectura de los contenidos ideológicos, sí influye en la estructuración de las decodificaciones.

Una ideología política basada en el desconocimiento de personajes y hechos políticos y un bajo nivel de distanciamiento crítico con respecto a la construcción mediática puede incidir en la aceptación pasiva de la “verdad” revelada por el sistema, de modo que la construcción de la visión del mundo podría llegar a ser hegemónica (Barker, 2000; Van Dijk, 1988).

Para los estudios culturales, la función identificadora de la cultura, es decir, la que define la identidad social, resulta de la interiorización selectiva, distintiva y contrastante de valores y pautas de significado por parte de los individuos y de los grupos. Es esta función la que otorga la categoría de agentes a los actores sociales.

El intercambio de símbolos dentro del cual el niño se construye una representación del mundo, encarna ese campo de acción del niño, en el que radica la relativa autonomía que ejerce como lector.

En otras palabras, si bien las mediaciones son factores muy importantes en la construcción de significados, éstas no son determinantes. Como afirmarían Croteau y Hoines (1997) con respecto a la posición social, que es entendida como una mediación central del proceso interpretativo “no como determinante del significado, sino como proveedora estratégica de los recursos que usamos para decodificar”.

Buckingham (2000) también aborda esta diferencia, pero con respecto al género:

La gente no tiene orientaciones particulares hacia las noticias televisivas o hacia la política simplemente por ser hombres o mujeres. Finalmente, lo que la política o las noticias significan para ellos dependerá de cómo ellos definen y vivirán sus identidades de género; y tales procesos y significados son crucialmente dependientes de los discursos en los que ellos lo han manifestado. (p. 72).

La clave radicaría tal vez en ese proceso de construcción de su identidad social, a partir de su propia ubicación en el mundo político y una forma de estudiarlo podría ser a través del construccionismo social (Hoffman, 1996), corriente que plantea que las ideas surgen del intercambio social y son mediatizadas por el lenguaje y que todo conocimiento evoluciona en el espacio entre las personas, en el ámbito del mundo común y corriente; y es a través de la permanente conversación con sus íntimos que el individuo desarrolla un sentimiento de identidad.

Es decir, los estudios culturales desarrollan su teoría a partir de la lectura del mensaje, y como hemos visto, las mediaciones y factores que intervienen en que se lleve a cabo o no el distanciamiento crítico. Sin embargo, la interdisciplinariedad es necesaria si se quieren entender los procesos que desde antes de la lectura, llevan a un individuo a ejercer su agencia en tal o cual forma.

Si bien la construcción del conocimiento es un campo de estudio de la psicología que no es abordado a profundidad en el presente texto, el discurso en las respuestas emitidas por los niños permite vislumbrar que la exclusión es uno

de los factores que intervienen en que el niño se forme una concepción del mundo político como algo corrupto per-se y que no se puede cambiar o mejorar.

El término ‘opinión pública’ “refiere a las funciones de crítica y control sobre la autoridad estatal organizada que el público ejerce informalmente, además de formalmente durante las elecciones periódicas” (Habermas, en Rheinhold, 1994, p. 357). Desgraciadamente los niños rara vez son contemplados como sujetos capaces de ejercer juicios sobre el desempeño de las autoridades; por el contrario, son con frecuencia concebidos como receptores pasivos del ejercicio del poder (político, económico, mediático y social) en sus diferentes escalas y esta exclusión en ocasiones ha sido interiorizada por los mismos niños, asumiéndose como indignos de hacer juicios o participar.

-Hay veces cuando tu mamá te dice... que está ella platicando y tu así de que “mamá es que mira, yo opino esto” y ella te dice: “Usté cálese, que son pláticas de mayores” (Risas)

Denisse, privada , Saltillo

¿Crees que para los políticos son importantes los niños?

Y- yo digo que no, sólo porque yo digo que se preocupan por las personas adultas que son los que ya pueden votar y todo eso, y que nosotros los niños ya nada que ver.

Al- pero yo pienso que el PRI sí se preocupa por los niños, tipo los que tienen parálisis cerebral o sólo hacen publicidad con esos niños, yo digo

que a lo mejor sí se preocupan pero algunos no, yo no creo que tengan tan mal corazón para no fijarse en esos niños.

Alondra y Yesenia, pública, Monterrey.

Yo creo que igual (los políticos) no se interesan en nosotros (los niños), pero, siempre dicen que somos el futuro de México y que nos tienen que cuidar, pero nunca, la verdad dicen eso para ganar a la gente, la confianza del pueblo, porque la verdad uno no es nada...

David, privada, Monterrey.

- Como yo les decía que este Zermeño, que trajo aquí a los de Kumbia Kings y creía que trayendo a un grupo extranjero, grupos que son muy famosos, iba a ganar, habiendo tantos problemas que resolver.

Pero de todos modos la maestra nos decía "el voto es secreto".

- Y que el voto es libre.

- Y luego ahí se andan arrepintiendo que de que por qué votaron por él.

- ¿Y ustedes creen que para los políticos son importantes los niños?

- Ay, pues es que les importa poco, porque como nosotros no votamos, les importan más las personas adultas.

- Pero lo que ellos no entienden es que nosotros somos el futuro de México.

- Si les importaran los niños, no hubieran traído a los Kumbia Kings, hubieran traído mejor a Tatiana.

(Risas)

- No, mejor a Chabelo.

(Risas)

Dania, Nadia, Paola, privada, Saltillo.

Lo que estas respuestas parecen indicar es que la participación de los niños en la construcción del imaginario de este sistema político, es mínima, debido por un lado a la ausencia de espacios de discusión o de intervención y por otro a la toma de conciencia del uso instrumental que de los niños hacen los políticos para obtener sufragios. En cierto modo esto coincidiría con la descripción de Buckingham (2000) en la que “la identificación de lo ‘político’ con lo ‘público’ lleva a una concepción reduccionista de la política, de la cual las experiencias de muchos grupos (incluyendo niños y jóvenes) son implícitamente excluidos” (p. 219).. Todo esto lejos de fomentar que los niños se sientan-parte, refuerzan el desinterés, la desconfianza y el desánimo para incidir en su realidad.

Si bien únicamente por medio del material recabado (transcripciones de las entrevistas) no es posible comprobar o medir la exclusión de parte del sistema, está identificable en el dicho y el sentir de los informantes.

V CONCLUSIONES

La preocupación que dio origen a este trabajo está relacionada con la convicción de que la participación ciudadana es condición indispensable para un profundo mejoramiento del escenario político, económico y social mexicano. Sin embargo, los datos muestran que el nivel de participación convencional y no convencional en México dista de ser el deseable para que se detonen progresos de alto impacto en la calidad de vida de los ciudadanos.

En la búsqueda de los elementos que inciden en esta baja participación, desde la perspectiva de la comunicación, surgió el presente proyecto, en el que a partir del reconocimiento de los tipos de lecturas que de los mensajes televisivos relacionados con la política hicieron los niños, se buscó tener una aproximación al nivel de distanciamiento crítico y a la actividad en la construcción de conocimiento y valores políticos.

En nuestro sistema político, todo ejercicio del poder debería tener como referencia primera y última al poder de la comunidad. En principio, la corrupción radica en la concepción de los actores políticos del ejercicio del poder desde su autoridad autorreferente y no basada en los intereses del pueblo (Dussel, 2006).

Los hallazgos del trabajo realizado en Saltillo y Monterrey, muestran que, en general, la imagen que de la política tienen los niños, está relacionada con la corrupción y con los actos y conceptos que ésta implica: El engaño, la injusticia, el anhelo de poder, etc. Esta imagen proviene en gran medida de los mensajes televisivos, como los noticieros, programas de comedia política e inclusive la propaganda de los candidatos y partidos. En una primera

interpretación, esto se podría considerar como indicio de distanciamiento crítico. Si bien, la mayoría de las opiniones de los niños no parecen haber sido elaboradas muy profundamente, esta consistencia en la desconfianza ante el ámbito político – la cual tiene fundamento en la realidad social y lo mostrado por los medios de comunicación – podría ser deseable en primera instancia. Sin embargo, una segunda interpretación radica en que, si bien la imagen de la política es negativa por su relación con las prácticas de corrupción, la frecuencia y ecuanimidad con la que los niños se refieren a ellas, parece sugerir que han sido naturalizadas. Desde esta perspectiva, esto parecería una lectura hegemónica en la que se asume que dichas prácticas corruptas son inherentes a la clase política y no hay mucho qué hacer para contrarrestarlo (Barker, 2000; Van Dijk, 1988), y esto podría ser uno de los factores que influyen en el desencanto respecto a la participación.

Por otro lado, los hallazgos apuntan a la estrecha relación entre la familia y la escuela como agentes socializadores por un lado y como mediadores en los procesos de recepción de los mensajes políticos relacionados con la política. Aunque los mensajes televisivos relacionados con la política no forman parte de las preferencias de los niños, la mayoría reconoció verlos, incidentalmente y algunos buscan la interacción con sus familiares a partir de tales contenidos.

En particular en las entrevistas fue notoria la mediación escolar. Las posturas críticas que se encontraron ante el manejo de los mensajes y sus velados intereses económicos y políticos, así como ante los discursos y las personalidades

como Vicente Fox provinieron en su mayoría de los niños de escuelas privadas, mientras que los niños de escuelas públicas parecen sentirse más ajenos a este tema, y mostraron más apatía y desinformación durante las sesiones. En este caso, se ha registrado un distanciamiento no crítico.

Esto resulta interesante si se infiere que son justamente los niños de las escuelas privadas los que en el futuro se encontrarán en una mejor posición para ocupar cargos en el poder, y si bien podrían hacer uso de las herramientas proporcionadas por su educación para participar en beneficio de la comunidad, también estarán en posibilidad de reproducir los patrones toma de decisiones basadas en el beneficio de sólo unos cuantos.

Ahora bien, como se mencionó anteriormente, Van Dijk, (1988) explica que una ideología política basada en el desconocimiento de personajes y hechos políticos y un bajo nivel de distanciamiento crítico con respecto a la construcción mediática puede incidir en la aceptación pasiva de la “verdad” revelada por el sistema, de modo que la construcción de la visión del mundo podría llegar a ser hegemónica.

A partir de los estudios culturales, dado su enfoque en las funciones de la cultura, no ha sido posible identificar cómo participan los niños en la construcción de *sus* conocimientos y valores políticos. Parece que es aquí donde otras tradiciones, como la psicología social, podría dar luz al respecto. Sin embargo, la perspectiva culturalista sí ha permitido encontrar que los niños no perciben la posibilidad de participar activamente en la construcción del imaginario social del uso y la distribución del poder institucional. Ellos parecen

opinar que esta ausencia no depende tanto de ellos, sino de qué tanto se les deje participar, no sólo con los ejercicios formales establecidos por el gobierno como las elecciones infantiles, sino con un trato de igual a igual en el que sus opiniones como niños puedan fortalecerse y complejizarse a partir de la motivación que les daría el saberse realmente escuchados.

Parecería que los altos niveles de abstencionismo y la baja participación no convencional es un reflejo de que esta sensación de no ser tomado en cuenta ha sido fomentada desde pequeños en los adultos de hoy, generando un círculo vicioso en el que la democracia, y finalmente el tejido social, se ve debilitado.

Ahora bien. ¿Cómo esperamos que los niños participen de la construcción de conocimientos y valores políticos y de un efectivo mejoramiento de las condiciones del país, si en otros niveles que formalmente tienen el acceso (al poseer su credencial para votar) los adultos no lo hacen?

En este caso, si bien nos ha interesado la sociedad como un todo, la preocupación central radica en que es posible que los ciudadanos que actualmente son adultos no ejerzan su capacidad de participar convencional o no convencionalmente, y que esto se relacione con que desde pequeños no se está permitiendo el acceso a hacer uso de la información que se ha brindado en las clases de civismo, de historia, con los medios de comunicación o con los ejercicios formales de elecciones infantiles.

En el caso particular de este proyecto, los niños están participando, porque fueron elegidos a conveniencia para este estudio y se les preguntó directamente su opinión sobre la política, los políticos y su relación con los

medios, pero la frase “uno no es nada” que David declara desde su posición de niño, parece dejar en evidencia el sentir de que la participación no podrá ser ejercida por iniciativa propia, sino que depende de que los ‘grandes’ la permitan.

La siguiente parte de este trabajo no le correspondería exclusivamente a la comunicación, sino a un estudio interdisciplinario entre este campo y las ciencias políticas, la pedagogía y la psicología social que permita generar propuestas de espacios y mecanismos sociales en los que la isocracia, el poder en igualdad, sea posible.

Referencias

- Anduiza, E. (2001). Actitudes, valores y comportamientos políticos de los jóvenes españoles y europeos. Consultado 02/27, 2007, en <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos/downloadatt.action?id=135270623>
4
- Bandura, A. (1963). Human agency in social cognitive theory. [Versión electrónica]. *American Psychologist*, 44(9), 1175-1184.
- Bandura, A., y Walters, R. H. (1977). *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad* (2a ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Barker, C. (2000). *Cultural Studies: Theory and practice*. Gran Bretaña: Sage
- Barnhurst, K., y Wartella, E. (1991). Newspapers y citizenship: Young adults' subjective experience of newspapers. [Electronic version]. *Critical Studies in Mass Communication*, 8(2), 195-209.
- Barnhurst, K., y Wartella, E. (1998). Young citizens, american TV newscasts, and the collective memory. *Critical Studies in Mass Communication*, 15(3), 279-330.
- Bon Pereira, M. V. (2006). *Contenidos y significados ideológicos en las 11 películas más taquilleras mundialmente*. Tesis de Maestría, Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.
- Buckingham, D. (1999). Turning on the news. *Journal of Adolescent y Adult Literacy*, 43(3), 250.
- Buckingham, D. (2000). *The making of citizenS: Young people, news, and politics*. Londres; Nueva York: Routledge.
- Castro-Gómez, S. Althusser, los estudios culturales y el concepto de ideología. Consultado 02/25, 2007, en <http://www.oei.es/salactsi/castro3.htm>
- Charles Creel, M., y Orozco Gómez, G. (1990). *Educación para la recepción : Hacia una lectura crítica de los medios*. México: Trillas.
- Clifford, B. R., Gunter, B., y McAleer, J. L. (1995). *Television and children : Program evaluation, comprehension, and impact*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum.
- Conde, S. (2004). *Educación para la democracia: La educación ciudadana basada en el desarrollo de competencias cívicas y éticas*. México: Instituto Federal Electoral.
- Dussel, E. (2006). *20 tesis de política*. México: CREFAL

- Fiske, J. (1999). *Television culture*. Londres; Nueva York: Routledge.
- García Canlini, N. (1988). Cultura transnacional y culturas populares : bases teórico-metodológicas para la investigación. En N. García Canlini y R. Rocangliolo (Eds.), *Cultura transnacional y culturas populares* (pp. 17-76). Lima: Instituto para América Latina (IPAL).
- Giménez, G. (1999). Importancia estratégica de los estudios culturales en el campo de las ciencias sociales. En R. Reguillo y R. Fuentes Navarro, (coords), *Pensar las ciencias sociales hoy* (pp. 71-117). México: ITESO.
- Golding, P. y Murdock, G. (2000). Culture, communications and political economy. En J. Curran y M. Gurevitch (Eds). *Mass Media and Society*. pp.70-93
- Gutierrez, F. (2005). *Teorías del desarrollo cognitivo*. Madrid: McGraw-Hill.
- Hall, S. (1992). *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-79*. Londres; Nueva York: Routledge.
- Hebdige, D. (2001). (i) From culture to hegemony: (ii) Subculture: The unnatural break. En M. G. Dirham y D. M. Kellner (Eds.), *Media and cultural studies: Keyworks* (pp. 198-216). Malden, MA, EUA: Blackwell Publishing.
- Hoffman, L. (1996). Una postura reflexiva para la terapia familiar. En McName, S. y Gergen, K. *La terapia como construcción social*. Paidós, Barcelona.
- Hyman, H. (1969). *Political socialization: A study in the psychology of political behavior*. New York: Free Press.
- Ibarra, A. (2003) *Televisión y socialización política de escolares en la zona metropolitana de Guadalajara*. Tesis de doctorado, Universidad de Guadalajara.
- IFE (2006). Estrategia para promover el voto. Recurso electrónico PPT http://www.ife.org.mx/docs/Internet/Biblioteca_Virtual_DECEYEC/deceyec_D ECEYEC/Estrategia%20para%20promover%20el%20voto/estrategia_promocionvoto_imgs/informe_avances.ppt.
- Jarre, D. (1991). La iniciativa social y humanitaria en Europa Occidental. Consultado 02/22, 2007, en http://www.iniciativasocial.net/participacion.htm#_ftn4
- Jensen, K. (1990) Plusvalía semántica: bosquejo de una teoría pragmática de la recepción de los medios. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* 4 (10) 85-105
- Jensen, K. (1991): "Reception analysis: mass communication as the social production of meaning", en *Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*. Londres: Routledge.
- Jensen, K. (1998). Introduction. En K.B. Jensen (Ed.), *News of the world: World cultures look at television news* (pp. 1-19). Londres: Routledge.

- Jensen, K. (2000). *News of the world: World cultures look at television news*. Londres; New York: Routledge.
- Kulynych, J. (2001). No playing in the public sphere: Democratic theory and the exclusión of children. *Social Theory and Practice*, 27(2), 231-264.
- Liebes, T. y Katz, E. (1989). On the critical abilities of television viewers. En Seiter, E., Borchers, H., Kreutzner, G. y Warth, E.M. (Eds.), *Remote control: television, audiences and cultural power* (pp. 204-222). Londres: Routledge.
- López Gómez, G. (2003). *Televisión y socialización política de los niños en Monterrey y Juchitán*. Tesis de Maestría, Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México.
- Lloyd-Kolkin (1982), *Media Literacy Education Needs for Elementary Schools: A Survey*. *Journal of Educational Television*, 8, 2.
- Lozano, J. C. (2003). Distanciamiento crítico frente a la televisión nacional mexicana. *Revista de Estudios de Comunicación ZER*, (14), 131-150. *Revista académica de la Universidad del País Vasco, España* (mayo).
- Lull, J. (1997). *Medios, comunicación, cultura: Aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Martín Barbero, J. (1992). El proyecto: producción, composición y usos del melodrama televisivo (pp. 19-38). En J. Martín Barbero y S. Muñoz (Coords.), *Televisión y melodrama*. Bogotá: tercer Mundo Editores.
- Morán, M. y Benedicto, J. (2003) *Aprendiendo a ser ciudadanos. Experiencias sociales y construcción de la ciudadanía entre los jóvenes*. Consultado 12/27, 2007, en <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.downloadatt.action?id=933602561>
- Morley, D. (1992). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Morley, D. (2006) *Unanswered Questions in Audience Research*. *The Communication Review* 9 (2) 101-121.
- Moore, S. (1993). *Interpreting audiences: the ethnography of media consumption*. Thousand Oaks, California: Sage, 11-31.
- Orozco Gómez, G. (1990). El niño como televidente no nace, se hace. In M. Charles Creel, y G. Orozco Gómez (Eds.), *Educación para la recepción* (). México: Trillas.
- Orozco Gómez, G. (1991). Mediaciones familiares y escolares en la recepción televisiva de los niños (algunos hallazgos recientes). *Comunicación y Sociedad*, (13), 113-130.

- Orozco Gómez, G. (1994). *Televisión y producción de significados (tres ensayos)*. México: Universidad de Guadalajara.
- Rincón, O. (2003). Informar sobre la velocidad: hacia un nuevo periodismo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, (66), 45-58.
- Sanchez C. y Morín, M. (2006) Análisis del programa: "El privilegio de mandar". *Global Media Journal en español* 3(6) edición electrónica. Consultado en 03/03 2007 en http://gmje.mty.itesm.mx/morin_sanchez.htm
- Sartori, G. (2000). *Homo videns: La sociedad teledirigida (7a ed.)*. México: Taurus.
- SEGOB (2005). Encuesta de Cultura Política. Consultado 02/27, 2007, en http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/proyectos/metadatos/encuestas/encppc_239.asp?c=4887
- Stake, R. E. (1999). *Investigación con estudio de casos [Art of case study research.]* (2a ed.). Madrid: Morata.
- Taylor, S. J., y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk (1998). *Ideología*. Barcelona: Gedisa
- Vooijs, M.V., Van-Der-Voort, T. y Hoogewey, j. (1995): "Critical Viewing of Television News: The impact of a Dutch schools television project", en *Journal of Educational Television*, 21, pp. 23-35.
- Wallace, C., Spannring, R. y Haerpfer1, R. (2003) Jóvenes ciudadanos: la integración política y social de la juventud en Europa Oriental y Occidental. En: Morán, M. y Benedicto, J. *Aprendiendo a ser ciudadanos. Experiencias sociales y construcción de la ciudadanía entre los jóvenes*. Madrid: Instituto de la Juventud.

