

**UNIVERSIDAD NACIONAL  
AUTÓNOMA DE MÉXICO**

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y  
Sociales

El impacto de los nuevos espacios en la  
socialización política de l@s jóvenes.

Tesis para obtener el grado de:  
Maestra en Comunicación.

Presenta:  
Lic. Verónica Liliana Acosta Serratos

Asesor de tesis: Mtra. Julia Isabel Flores Dávila



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

A la UNAM por ser siempre espacio para generar el pensamiento de nuevas ideas y por permitir desarrollarlas. Soy PUMA orgullosamente

Al Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales por estar a la vanguardia, alentar la investigación y el crecimiento profesional

A los Doctores: Aimée Vega, Murilo Kuschick, Raúl Trejo y Manuel Durand por sus comentarios y sugerencias para mejorar este trabajo, por hacerme ver en dónde me estaba desviando...en verdad fueron muy valiosas sus orientaciones. Además agradezco su paciencia y espera. Mil gracias

A mi tutora, Julia Isabel Flores por encauzar el inicio de este trabajo, por sus conocimientos compartidos al introducirme en el campo de la investigación y dar la oportunidad de desarrollo en lo profesional. Gracias infinitas

A cada una de l@s compañer@s que conocí en el posgrado y que me dieron la oportunidad de compartir conocimientos, experiencias, cosmovisiones pero sobre todo por su amistad. Son un grato recuerdo

## **Dedico**

A mis padres: Martha y Víctor por apoyarme siempre en todo lo que he decido emprender por su entendimiento y por el amor que me brindan en todo momento. Así como por exigirme concluir este círculo. Sepan que también los amo

Laura, gracias por ser la vocecita interna, ¡lo logré!

A todos los seres que me han dado luz y enseñanza en este camino. Concluyo un ciclo... vienen cosas buenas y nuevas!

*“dichosos los efímeros que podemos contemplar el movimiento como imagen de la eternidad y seguir absortos la parábola de la flecha hasta su enterramiento en la línea del horizonte”*

José Lezama Lima

## INDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	I-V
PRIMERA PARTE: <i>APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA</i>	7
1.1 Aproximaciones teórico	8
1.2 La cultura política como espacio generador de la socialización política	10
1.3 Acercamiento teórico al proceso de socialización	11
1.3.1 Las etapas de socialización y su papel	13
1.3.1.1 La socialización primaria	14
1.3.1.2 La socialización secundaria	16
1.3.1.2.1 La socialización anticipatoria	17
1.4 La socialización política	18
1.4.1 Los agentes que concurren en la socialización política	20
1.4.1.1 La familia como agente tradicional en la socialización política	21
1.4.1.2 La socialización política en el grupo de pares	25
SEGUNDA PARTE: <i>LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD POLÍTICA EN L@S JÓVENES</i>	30
2.1 ¿Qué es la juventud?	30
2.2 Construcción de la identidad juvenil	33
2.3 La identidad política en la juventud	37
2.3.1 Los espacios de expresión	40
2.4 La brecha generacional	42
2.5 La participación política de l@s jóvenes	45
2.6 La condición de ser joven en la actualidad	51
TERCERA PARTE: ESPACIOS NUEVOS Y TRADICIONALES DE DIFUSIÓN DE LA SOCIALIZACION POLÍTICA	54
3.1 Los espacios en donde se genera la socialización política	55
3.2 La escuela	55
3.2.1 El Profesor	59
3.3 El impacto de los medios de comunicación en la socialización política en l@s jóvenes	60
3.3.1 La televisión	64
3.4 La opinión pública	68
3.4.1 Las encuestas de opinión	70

CUARTA PARTE: <i>SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN L @S JÓVENES DEL AÑO 2000.</i>	74
4.1 Operacionalización de la socialización política	75
4.2 Conformación de la población juvenil en el año 2000	79
4.3 La comunicación en la familia	79
4.3.1 Tipos de familia	83
4.3.2 Situación económica	85
4.3.3 Nivel de escolaridad de los padres	88
4.3.4 L@s jóvenes y la familia	90
4.4 La socialización política de l@s jóvenes	92
4.5 L@s jóvenes y la escuela	96
4.5.1 Nivel de escolaridad de l@s jóvenes	97
4.5.2 Motivos de deserción escolar	98
4.5.3 Razones por las que estudia y deseo por continuar estudios	101
4.6 El consumo juvenil	104
4.6.1 Consumo y exposición a los medios (tiempo libre)	106
4.7 La relación con los pares	110
4.7.1 La socialización política entre pares	112
4.8 Trabajo y socialización política	113
4.9 Percepción sobre las instituciones y actores políticos y sociales	115
4.10 Cultura y participación política-social	119
4.11 De la percepción y la opinión del ser joven a la identidad	130
CONCLUSIONES	141
BIBLIOGRAFÍA	146
ANEXOS	155

## INTRODUCCIÓN

En México, las elecciones Federales del año 2000 representaron un suceso histórico en la política del país, puesto que el Partido de la Revolución Institucional (PRI), perdió de manera contundente el control del gobierno federal que por más de 70 años detentó.

El candidato de la Alianza por el Cambio (PAN-Verde Ecologista), Vicente Fox obtuvo la mayoría de votos en uno de los procesos electorales más concurridos y limpios en la historia del país, convirtiéndose así en el primer Presidente de México emanado de las filas de la oposición después de la hegemonía del PRI.

El fenómeno conllevó a que se tratara entender cuáles fueron las causas por las que los votantes fueron a las urnas de manera masiva y emitieran su voto por un partido de oposición al PRI. Por ello distintas áreas de las ciencias sociales se han preocupado por analizar dichas elecciones, en ese sentido, diversos estudios, desde la perspectiva de la comunicación, han hecho mención al uso eficaz que el Partido Acción Nacional hizo de los *mass media*. También, muchos de las investigaciones se han centrado en cómo fue el manejo de las campañas políticas y el uso de las herramientas del marketing político en donde enfatizaron la imagen de los candidatos y buscaron nichos de oportunidad entre los votantes, más que focalizarse en propuestas políticas y/o en los partidos políticos.

En el caso de las estrategias de marketing, de Fox Quezada, estas se centraron, en un gran porcentaje, en los jóvenes urbanos del país y fueron ellos precisamente quienes fueron un elemento clave en el triunfo del candidato panista<sup>1</sup>. Es por ello que en la presente investigación se ha tratado de entender cuáles fueron las causas y razones que llevaron a dicho segmento de la población a elegir un partido diferente al que se encontraba en el poder.

De tal manera el objetivo general de este estudio es **conocer las modalidades y características del proceso de socialización política en la población juvenil entre 18 y 29 años, del Distrito Federal e indagar el papel que juegan los medios de comunicación como nuevos agentes de socialización política para entender el sentido del voto de esta población en las elecciones federales del año 2000<sup>2</sup>.**

Ante este contexto surgen varias interrogantes por conocer:

1. ¿Qué es ser joven?

---

<sup>1</sup> [www.lfe.gob.mx](http://www.lfe.gob.mx)

<sup>2</sup> El rango de edad seleccionado está determinado al tomar en cuenta la edad mayoritaria para votar y la edad máxima en que se considera a una persona joven (18 a 29 años), según los criterios del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ).

2. ¿Cómo se desarrolla el proceso de identidad en l@s jóvenes?
3. ¿Cómo la población juvenil conforma su percepción y se informa del ámbito político?
4. ¿Cómo perciben l@s jóvenes la política?,
5. ¿Cuáles son los principales agentes y/o espacios que intervienen en el proceso de socialización política de l@s jóvenes?
6. ¿Las nuevas estructuras familiares han permitido a agentes externos como los medios de comunicación, principalmente la televisión, que sustituya en parte, la tarea de enseñanza que tradicionalmente y sobre ciertos temas, le estaban asignadas?
7. ¿Se han desarrollado nuevos espacios y/o agentes de socialización que generen información política entre la juventud o son agentes y/o espacios tradicionales?
8. En caso de que se hayan desarrollado, ¿cuál es el impacto que tienen estos agentes y/o espacios en la socialización política en este segmento de la población?
9. En ese sentido, ¿son los medios de comunicación, en la actualidad, un agente preponderante en la socialización política de la juventud?
10. ¿Los medios de comunicación mantienen una preponderancia sobre instituciones de socialización como la familia y la escuela, en la construcción de percepciones sobre el entorno político de l@s jóvenes?

La importancia de la presente tesis radica en que en un ámbito de democratización, es trascendental saber cuáles son los elementos que influyen y crean al **ente político** en este caso, l@s jóvenes, máxime en un país como México el cual esta compuesto por este sector, por tal motivo se analiza cuáles fueron las razones y las causas que impactaron en su elección al momento de emitir su voto, ya que como se mencionó, nuestro objeto de estudio resultó ser uno de los más significativos en la elección de 2000.

Por ello es esencial conocer cuáles fueron los espacios y agentes de socialización política de ese momento. Por otra parte es substancial destacar que si bien el presente estudio tiene un enfoque a través de la ciencia de la comunicación, también se realizó un acercamiento a *la teoría de la socialización política*, la cual nos permitió comprender la formación política de un conjunto de individuos y explicar la percepción del ámbito político que desarrollan. Por lo que nos proporcionó elementos para entender parte de los sucesos del 2 de julio de 2000, dónde la participación de un gran número de jóvenes, votó por una opción de cambio.

Por otra parte y entendiendo que actualmente para analizar los fenómenos sociales, en este caso los que llevan a los votantes a elegir de cierta manera, es indispensable utilizar diversas teorías de varios campos de conocimientos, es decir, la multidisciplinariedad, por tal motivo nos apoyaremos en tres áreas de estudio de las ciencias sociales nos referimos a la sociología política, a la comunicación política y a la opinión pública.

La primera, nos permitirá conocer las fases de socialización por las cuales atraviesa el individuo, para así comprender la conformación de su participación y percepción de la política.

La segunda, la comunicación política, que actualmente, es vista como un proceso de democracia mediática<sup>3</sup>.

La tercera, la opinión pública, que en una de sus fases se presenta a través de los estudios de opinión o encuestas. Un sondeo de opinión o una encuesta es un método para recopilar información. Los datos obtenidos son resultado de aplicar un cuestionario con objetivos claros, y que además muestran indicadores de percepciones y comportamientos que se encuentran en la sociedad, es decir, son la fotografía de un momento dado, lo que nos permitirá analizar el período del que hemos hecho mención.

Los instrumentos que nos permitirán analizar, entender y alcanzar nuestro objetivo general, así como dar respuestas a nuestras preguntas de investigación, están apoyados en la investigación documental, a través del análisis de encuestas nacionales realizadas durante el periodo 1994,1999 y 2000. Lo anterior nos proporcionará los elementos para entender la percepción de la política en estos 3 momentos, por medio de la Encuesta Nacional de Valores: *Los Mexicanos de los Noventa*, (IIS-Presidencia de la República, 1994), la Encuesta Nacional *Ciudadanos y Cultura de la Democracia*, (IFE-IIS, UNAM, 1999) y la Encuesta Nacional de Juventud 2000 (IMJ, 2000). Para ello, se hará un análisis de las variables que fueron empleadas y que permitirán perfilar aspectos contextuales que nos acerquen a conocer los procesos de socialización política en I@s jóvenes.

Las razones que nos llevaron a seleccionar estos sondeos fueron:

- a) La Encuesta Nacional de Valores: *Los Mexicanos de los Noventa* fue tomada en cuenta por reflejar la percepción de los ciudadanos estudiados en una década importante en la vida política y social de México. Nos aproxima al comportamiento construido en las nuevas generaciones de mexicanos

---

<sup>3</sup> Entendamos por esta el uso en demasía que los partidos políticos, y el mismo IFE, hicieron de los medios de comunicación masiva para invitar a la población a votar.



- b) La Encuesta de Valores y la de Ciudadanos y Cultura de la Democracia, segmentó los resultados por grupos de edad, lo que permitió, a esta investigación, retomar al sector juvenil. Asimismo, se rescataron algunas preguntas relacionadas al proceso de socialización política
- c) La Encuesta Nacional de Juventud fue un estudio de índole cuantitativo que se enfocó en conocer diversas necesidades de este sector y en dónde hubo un apartado sobre la participación política, esto nos concedió una aproximación a la socialización política de l@s jóvenes.

La estructura del trabajo de tesis se configuró, de tal manera que cada capítulo permitiera ir entendiendo y desarrollando las bases para analizar el fenómeno de la socialización política de l@s jóvenes que votaron en el 2 de julio del 2000, por lo que en la primera parte de la investigación se desarrollan los conceptos que permiten entender las etapas y agentes socializadores, a fin de advertir cuál es el trabajo que realiza cada uno, así como las fases que lo componen y cómo intervienen en el proceso de socialización política de l@s jóvenes.

En un segundo momento se hace una revisión de los conceptos de juventud para contar con un marco referencial que permita entender qué es ser joven y así entender a nuestro objeto de estudio. Por tal motivo se plantea el análisis del proceso de construcción de la identidad juvenil, su búsqueda de espacios de expresión y las condiciones sociales, económicas y políticas que le rodea.

En la tercera parte se abarca el análisis de los espacios de socialización política de l@s jóvenes, distinguiendo entre los de índole tradicional, y los nuevos que se están desarrollando. Con el fin de observar la influencia de los medios de comunicación, y principalmente de la televisión como un agente socializador político, así como advertir si están supliendo a otros agentes como transmisores de información política, como antaño lo eran la familia o la escuela.

El último apartado nos permite hacer una lectura de las percepciones, actitudes y valores de l@s jóvenes, del Distrito Federal, hacia la política, a través del análisis de los resultados de las encuestas nacionales *Los Mexicanos de los Noventa*, *Ciudadanos y Cultura de la Democracia* y *Encuesta Nacional de Juventud 2000* realizadas en tres diferentes momentos de la realidad del país. El retomarlas, nos ayuda a explicar el momento coyuntural por la que atravesaba el segmento juvenil.

Lo anterior permite introducirnos a conocer las nuevas formas de interactuar de l@s jóvenes mexicanos con su sociedad y la relación que desean mantener con ella. Su punto de vista coadyuvó a entender parte de su proceso de socialización y el porqué de su voto.

Es importante señalar que si algo distingue a la juventud de la capital mexicana es la diversidad de contextos y procesos en los que se desarrollan, sin embargo esta investigación esta limitada a dar y entender características generales que se manifiestan en esta población. Todo con el fin de ayudar (aunque de manera modesta) a entender como este segmento de la población ha interiorizado la política, en una joven democracia como la nuestra.

***PRIMERA PARTE***  
***Aproximaciones al estudio de la socialización***  
***política***

## ***PRIMERA PARTE: APROXIMACIONES AL ESTUDIO DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA***

En este apartado se presenta una aproximación teórica que permite entender el proceso de socialización política en I@s jóvenes, con el objetivo de discernir cómo se conforman las actitudes, percepciones y entendimiento de la política en este sector, Para ello es indispensable distinguir cómo se generan los siguientes procesos:

- Socialización política
- Cultura política
- Comunicación política.

Estas bases nos ayudarán a explicar la conformación de la socialización política de la población a estudiar, así como comprender las etapas, agentes y espacios que la constituyen, asimismo se analizarán los nuevos espacios en donde actualmente se socializan políticamente I@s jóvenes.

Para entender como los individuos entienden y se relacionan con el mundo que les rodea es importante partir de la concepción de que el ámbito cultural de una nación engloba toda una gama de elementos que componen a un sujeto, y que éste a su vez internaliza y asimila todo lo que se genera en su entorno como resultado de su aprendizaje social o también llamado en términos sociológicos proceso de socialización, lo que nos da como resultado un comportamiento frente a fenómenos tales como el ejercer el voto o contar con una percepción de la esfera política.

A lo anterior se debe de agregar que el individuo se encuentra inmerso en un mundo donde los medios de comunicación son agentes que difunden la información acerca del ámbito político. De ahí la importancia de retomar la visión de la comunicación política.

## 1.1 Aproximaciones teóricas

Para discernir los componentes que se trabajan en este estudio, debemos ubicar lo siguiente:

1. La cultura es el espacio en la cual se desarrollan, en distintas esferas y momentos, tanto la socialización como la comunicación.
2. La comunicación, en su aspecto general<sup>4</sup>, es un agente que participa en el proceso de socialización.
3. La socialización está influenciada tanto por el ámbito cultural como por los agentes que predominan en su proceso.
4. Al interior de la cultura de una nación se conforma su cultura política, la cual está vinculada al proceso de socialización política que a su vez está influenciado por la transmisión de información generada por la comunicación política.

En este trabajo de investigación por cultura se entenderá como el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, valores, leyes y formas de conocimiento que obtienen y realizan los individuos a través de símbolos identificables, como miembros de una sociedad en particular. La cultura consiste en contenidos de conocimiento y pautas de conducta que han sido socialmente aprendidos; también requiere de un proceso de aprendizaje social, es decir, que las sociedades poseen una herencia acumulada de conocimientos, valores y reglas de conducta que se transmiten de generación en generación.

**En el caso de la cultura política<sup>5</sup>, la entenderemos como el conjunto de reglas de un país, dónde los individuos participan o no, lo que permite hacer a una población evaluaciones sobre su sistema político, y a su vez intervienen sentimientos y emociones. En ese sentido, es importante conocer cuáles son las reglas, cómo se aplican y los resultados que se generan en una sociedad.**

Al interior de la cultura política existen variables que permiten evaluarla, como son:

- ❖ El sistema político
- ❖ Los valores políticos
- ❖ Los conocimientos políticos
- ❖ La participación política

---

<sup>4</sup> La comunicación entendida como intercambio de información, tanto entre actores sociales como medios de comunicación masivos. Nota de la autora

<sup>5</sup> Este es el concepto de cultura política que se utilizará en la presente investigación. Más adelante se desarrollará cómo diversos autores definen lo que es comunicación política, con el fin de ampliar y entender el porqué se trabajó de esta forma el concepto. Nota de la autora

En una nación, la cultura política engloba agentes y espacios. Uno de esos agentes son los medios de comunicación, quienes a su vez envían información política, la cual puede influir o no en desarrollar conductas a lo largo del proceso de la socialización política.

En esta investigación se retoma la concepción de cultura cívica que parte de la teoría propuesta por Almond y Verba<sup>6</sup>, quienes sitúan la construcción de hábitos, tendencias y costumbres políticas como cimientos para la elaboración de la cultura política de una nación.

La cultura política está vinculada al concepto de socialización política, admitiendo que los ciudadanos tienen creencias y sentimientos particulares sobre sus instituciones políticas, sus líderes; en general, sobre el ámbito político que les rodea.

Dentro de la perspectiva de la ciencia de la comunicación utilizamos la teoría y metodología planteada por John B. Thompson que propone el estudio de las formas simbólicas, a través de la reflexión sobre los fenómenos de una cultura y que pueden ser interpretados en un periodo sociohistórico lo cual genera un espacio significativo<sup>7</sup>.

Visto de tal forma, la cultura y la comunicación se interrelacionan estrechamente, debido a que dentro del amplio espacio denominado cultura, se desarrollan un sinnúmero de símbolos a los cuales los sujetos les otorgan un significado y que permiten su comunicación. De tal forma que para Thompson la cultura es vista como “el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas --entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos-- en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias<sup>8</sup>”.

La comunicación política incluye una serie de fenómenos comunicativos que inciden sustancialmente en la actividad de la esfera política. José María Canel señala que la concepción de la comunicación política “implica un intercambio de mensajes, símbolos, entre aquellos que en ella participan”. Agrega que la comunicación: “adquiere un carácter político en virtud de los efectos o consecuencias que tiene en el sistema político, en la regulación de la conducta humana”<sup>9</sup>, provocando efectos tanto intencionados como no intencionados.

Al respecto, Trejo Delarbre señala: “Los medios de comunicación --y aquí nos referimos a sus efectos políticos-- tienen un ascendiente enorme, quizá en ocasiones incluso mayor al de otras fuentes (*espacios o agentes*) de acreditación de valores y

---

<sup>6</sup> Almond, Gabriel y Verba, Sidney, *The civic culture*, Princeton; Princeton University Press, 1963.

<sup>7</sup> Thompson, John B. *Ideología y cultura moderna*, México, UAM-X, 1998, p. 185.

<sup>8</sup> *Ibidem*, p. 197.

<sup>9</sup> Canel, José María, *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Madrid, Tecnos, 1999, p. 21.

convicciones. Su efecto, está determinado y circunscrito por el contexto de cada persona o colectividad<sup>10</sup>”.

Para contar con una aproximación a la teoría de la socialización política de l@s jóvenes, es necesario emplear la teoría propuesta por Dawson y Prewitt<sup>11</sup>, de tal forma que permita la comprensión del proceso de socialización, el desempeño de los agentes involucrados y los espacios en donde se genera. A su vez es importante analizar si se han desarrollado nuevos espacios y/o agentes socializadores. Partiendo de la idea que la socialización se desenvuelve en el espectro de la cultura política de una nación.

### 1.2 *La cultura política como espacio generador de la socialización política*

Dentro del aprendizaje político, hay que ubicar cómo el individuo va dando forma a sus hábitos, tendencias y costumbres políticas, es decir como conforma su propia cultura política.

La cultura política se refiere a las orientaciones políticas. El concepto planteado por Almond y Verba en *“The Civic Culture”*, nos dice que cuando se habla de cultura política de una sociedad, se refiere a su relación con el sistema político, sus cogniciones, sus sentimientos y las evaluaciones de la población.

Por lo anterior, la concepción de cultura política es extensa, cuenta con la intención de comprender las amplias tendencias culturales de las diferentes realidades políticas; otro propósito es el de explicar un fenómeno político concreto; también intenta entender los orígenes del poder y su legitimidad; o registrar comportamientos políticos<sup>12</sup>.

Al interior de una sociedad, la cultura política consiste en el sistema de creencias y experiencias, símbolos expresivos y valores que diferencian la situación donde se efectúa la acción política<sup>13</sup>, proporciona la orientación subjetiva para la política, a través de objetos sociales y sus procesos. En cada individuo, la socialización y cultura política permite asimilar e integrar, la enseñanza y las percepciones sobre la política de su localidad.

Por tanto, el contar con una cultura política y haber sido partícipe de un proceso de socialización, permite al individuo mantener y transmitir lo aprendido: valores, creencias, actitudes. Para la cultura política, la socialización política es un elemento

---

<sup>10</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001, p. 28. Las cursivas son nuestras.

<sup>11</sup> Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *Political socialization*, Boston, Little, Brown and Company, 1969.

<sup>12</sup> *cfr.* Flores, Julia y Meyenberg, Yolanda, *Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores*, México, IIS-IFE; 2000, p. 7.

<sup>13</sup> *cfr.* Segovia, Rafael, *La politización del niño mexicano*, México, COLMEX, 1975, p. 122.

que ajusta y prepara a los individuos para el ejercicio de funciones, asignadas o adquiridas, que garantizan la integración y la continuidad del régimen<sup>14</sup>.

En una nación, el contar con una cultura política proporciona la distribución de patrones que permiten orientar los asuntos políticos entre los miembros de un país. Esto quiere decir que, define y especifica los modos de orientación política y las clases de objetos políticos que están presentes en una sociedad<sup>15</sup>.

Existen tres tipos de orientación política que se refieren a aspectos internos de los sujetos y sus afinidades, los cuales son: (1) *orientación cognitiva*, es el conocimiento y la opinión sobre el sistema político, sus roles y la titularidad de esos roles en “input” y “output<sup>16</sup>”; (2) *orientación afectiva* o sentimientos sobre el sistema político, así como sus vínculos personales y su actuación, y (3) *orientación de lo evaluacional*, los juicios y opiniones acerca de los objetos políticos que típicamente involucran la combinación de valores estándar y criterios con información y sentimientos<sup>17</sup>.

Por su lado, el proceso de socialización exige la incorporación por parte de cada individuo de conocimientos y sentimientos sobre la política de su pueblo y de su comunidad. En la práctica, la relación entre cultura política y socialización se manifiesta en las actitudes, creencias, símbolos y mitos necesarios para el mantenimiento de la cultura y del sistema político<sup>18</sup>.

### 1.3 Acercamiento teórico al proceso de socialización

La socialización en perspectiva general se entiende como: *todo aquello que se involucra en la formación de un individuo y lo prepara a ser partícipe de la sociedad*<sup>19</sup>.

En ese sentido, la socialización inculca los elementos fundamentales de la cultura en los nuevos miembros de una sociedad. Así, las personas aprenden a participar eficazmente en la comunidad llámese escuela, trabajo, familia, se adaptan a sus normas, conductas y valores. Es un proceso de interiorización y aprendizaje de conducta permanente pues dura toda la vida.

Lo anterior nos muestra a la socialización como un proceso cognitivo-afectivo, y que en el ejercicio práctico, conlleva a una acción: el socializar, teniendo como característica el ser un proceso gradual que da inicio desde que el individuo tiene noción de su relación con el exterior, cuando comienza a interiorizar lo cotidiano, y al

---

<sup>14</sup> *Idem.*

<sup>15</sup> *cfr.* Almond, Gabriel y Verba, Sidney, *The civic culture*, Princeton; Princeton University Press, 1963 p.13.

<sup>16</sup> Por “input” entendemos un rol de entrada y el “output” es un rol de salida. Almond, G. y Verba, Sidney, *op. cit.*, p. 31.

<sup>17</sup> Almond, G. y Verba, Sidney, *op. cit.*, p. 31.

<sup>18</sup> *idem.*

<sup>19</sup> *cfr.* Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Argentina, Amorrortu, 1999, p. 164.



interactuar con otros individuos. Respecto a lo anterior, G. H. Mead nos menciona que las relaciones sociales están destinadas a la integración *de y entre* las personas<sup>20</sup>.

La socialización supone una relación cara a cara, llevada a cabo en la vida diaria. Los individuos no pueden deslindar su relación con la sociedad, puesto que va marcando las pautas a seguir para poder pertenecer a ella.

La socialización requiere de componentes tales como los actos y patrones característicos del contexto social. Por esto último, nos referimos a las reglas, normas y conductas que rigen en una sociedad, las cuales son establecidas para la convivencia y mantenimiento de un orden.

En ese sentido, Parsons menciona que la socialización es “el aprendizaje de toda clase de orientaciones de significación funcional para el funcionamiento de un sistema de expectativas de rol complementarias”<sup>21</sup>. Así, el proceso de socialización implica la adaptación al medio social.

Así que no sólo en lo externo el individuo se ve rodeado de elementos que organizan su visión, sino que a nivel interno, también, recibe, una serie de informaciones las cuales debe asimilar, para luego concebirlas, y por último, manifestarlas en una variedad de comportamientos con el fin de adecuarse al ambiente en donde se desarrolla. Ejemplo de ello es un jugador novato de fútbol, el cual tendrá la necesidad de adaptar las políticas de los directivos, así como las estrategias y las instrucciones del entrenador para encontrar un acoplamiento con sus compañeros en la cancha.

A la socialización también se le relaciona con ciertas condiciones de presencia inmersos en el *habitus*. El *habitus* son percepciones, apreciaciones y acciones que proveen un marco de sentido común ya sea en lo individual o en lo colectivo, propio de un grupo social.

De acuerdo con Bourdieu, el *habitus* se va objetivando (interiorizando) y se relaciona con las condiciones de lo social, lo económico y del capital cultural<sup>22</sup>, de tal forma que brinda identidad a un grupo. Tal es el caso de la familia, la cual refleja un estilo de vida propio dependiendo del grupo social al que pertenezca.

El *habitus* se observa con mayor detenimiento en lo económico y en lo social, ya que influye en las condiciones de vida de todo individuo, lo que a su vez genera situaciones particulares de socialización. Es con apoyo del *habitus*, que la socialización responde a la continuidad, a lo largo del tiempo, de dicha práctica de forma objetivada<sup>23</sup>.

---

<sup>20</sup> *apud.* Sánchez de la Yncera, Ignacio, *La mirada reflexiva de G.H. Mead. Sobre la socialidad y la comunicación*, Madrid, CIS-Siglo XXI, 1994, p.202 (subrayado nuestro).

<sup>21</sup> Parsons, Talcott, *El sistema social*, Alianza, Madrid, 1986, p.197.

<sup>22</sup> Por capital cultural se entenderá la serie de experiencias y conocimientos propios de un grupo social específico. Brinda insumos y recursos culturales heredados y acumulados por la familia a la que se pertenece. *ibidem*, p. 20.

<sup>23</sup> *cfr.* Bourdieu, Pierre, *La distinción*, Madrid, Taurus, 1988, p.96.

Socializar es aprender. Para comprender la importancia de la socialización es necesario analizar su ausencia, sin estos conocimientos un individuo carecerá de acciones que le permitan desenvolverse en la sociedad.

En el proceso de socialización existen dos momentos:

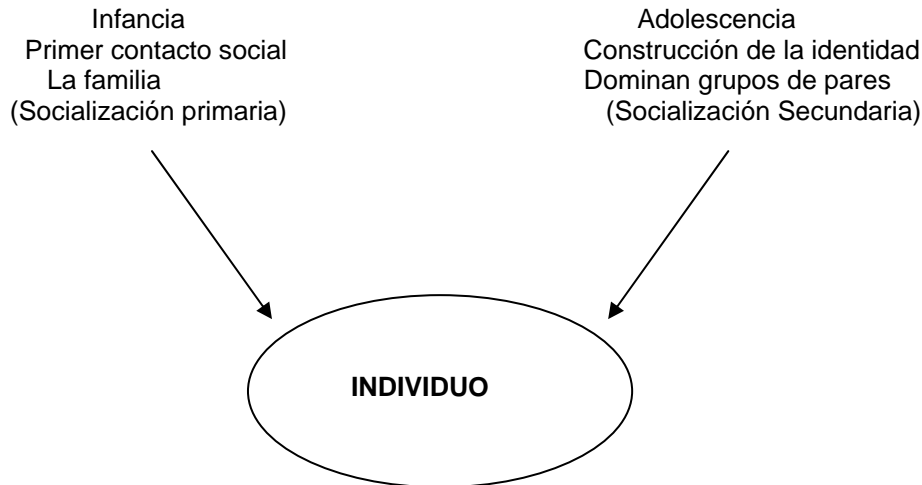
1. El de orden primario en donde se ubica a la familia, uno de los agentes más importantes del aprendizaje político y social. En esta relación primaria, de índole tradicional e informal, se transmite la cultura de una generación a la siguiente.
2. Dentro de la socialización secundaria, se ubican como agentes y espacios al grupo de pares, la escuela, los medios masivos de comunicación; el trabajo y las nuevas tecnologías, van ocupando o supliendo a los de formato tradicional, y se van presentando a lo largo de la vida social del individuo.

En la socialización se presentan fases en donde el individuo se apropia paulatinamente de formas de conducta, valores, conocimientos, orientaciones, representaciones y modos de interacción social característicos de los grupos que existen en una sociedad, en donde tiene una movilidad y aprendizaje por la cual es importante diferenciar los elementos que se manifiestan en las etapas de tal proceso.

### *1.3.1 Las etapas de socialización y su papel*

Dentro de una etapa se exhibe un avance parcial en el desarrollo de una acción u obra. En el proceso de socialización se presentan dos etapas que van dando forma a la percepción del mundo en un individuo: la socialización primaria y la socialización secundaria.

## FASES DE LA SOCIALIZACIÓN EN LAS PRIMERAS ETAPAS DEL INDIVIDUO<sup>24</sup>



### 1.3.1.1 La socialización primaria

Si partimos de la idea de que socialización es aprender e interactuar con otros sujetos -en diferentes ámbitos y fases- que se van presentando a lo largo de la vida, la *socialización primaria* es la primera etapa por la que atraviesa una persona. El individuo, desde pequeño, comienza a socializar en el ámbito familiar, en donde se le dan ciertos elementos, como lo son las normas a seguir y roles a desempeñar, también en esta etapa se forma la actitud.

La socialización primaria suele ser uno de los procesos importantes para el individuo, ya que lo va preparando para los mecanismos de la sociedad. Es en este momento cuando recibe las formas sociales y culturales de su entorno. Además se crean los fundamentos identitarios de un sujeto, siendo que en la vida cotidiana, los objetos ya tienen designado un orden, por lo cual es importante que la socialización primaria proporcione las bases para comprender el medio en donde se interactúa.

Así, en esta fase primaria, el niño va descubriendo la relación específica que desempeña con su entorno; va integrando a su percepción una serie de cualidades, habilidades, capacidades que requiere para su desenvolvimiento en la sociedad. Esta enseñanza permite manifestar un comportamiento de interacción y comunicación.

---

<sup>24</sup> Cfr Almond y Verba op cit. P 31. Si bien estos autores mencionan tres tipos de socialización, para los objetivos de este trabajo, solo se mencionan las dos primeras fases, puesto que la siguiente fases se presenta en la edad adulta..  
Nota de la autora

Dentro del proceso de socialización primaria desarrollado en el seno de la familia, el individuo adquiere conocimientos que predisponen su configuración de valores, actitudes y opiniones, las cuales se fortalecerán, a través de nuevos agentes y/o espacios que interfieran, y que podrían ser modificados en el futuro o a lo largo de su vida. Lo primordial en esta fase es la gestación de la identidad del sujeto, lo que le permitirá enfrentarse al exterior.

Por lo menos existen cuatro medios por los cuales las personas aprenden modos de conducta apropiados:

1. Asociación, cuando se relaciona un castigo o un premio a una acción.
2. Imitación, cuando se observa que un comportamiento es eficaz.
3. Comunicación. Es una forma para manifestar y exponer la pertinencia de una conducta. A través de la comunicación se construye el sistema de significación que define nuestro propio yo.
4. Persuasión. Es una actividad consciente, en donde se demuestra e intenta modificar la conducta mediante la interacción simbólica.

La *asociación* y la *imitación* son actividades de aprendizaje que se observan en la etapa primaria de socialización. Por su parte, la *comunicación* y la *persuasión* requieren de niveles cognitivos y de conciencia más desarrollados<sup>25</sup>, estos modos de conducta se presentan en la socialización secundaria, en donde los individuos aprenden conductas pertinentes y conocen las razones de esa conducta.

Lo interiorizado está fuertemente vinculado con lo aprendido en la fase primaria, porque se relaciona con la “aprehensión o interpretación inmediata de un acontecimiento objetivo en cuanto expresa significado”<sup>26</sup>, y el cual se torna significativo para el individuo, es decir, toma un carácter subjetivo o emotivo. Así, por internalizado o interiorización entenderemos el proceso en el cual el individuo asimila los contenidos culturales de la sociedad en la que nace y vive<sup>27</sup>.

En la socialización primaria, el sujeto interioriza elementos culturales básicos: uso de la lengua, roles sexuales, formas de sociabilidad, comportamiento no verbal, criterios estéticos, criterios de adscripción étnica, etcétera; que posteriormente en la fase de la socialización secundaria, etapa de adolescencia-juventud, se empleará en la elaboración de estilos de vida propios<sup>28</sup>, los cuales dependerán de los agentes de socialización que predominan en su entorno.

---

<sup>25</sup> cfr. Reardon, Kathleen K., *La persuasión en la comunicación*. Teoría y contexto, p. 27.

<sup>26</sup> Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Argentina, Amorrortu, 1999, p. 164.

<sup>27</sup> Tomás R. Austin Millán, *Fundamentos sociales y culturales de la educación*, p.2.

<sup>28</sup> cfr. *Jóvenes Mexicanos del Siglo XXI*. Encuesta Nacional de Juventud 2000, p. 18.

### 1.3.1.2 La socialización secundaria

En la fase secundaria de la socialización, el individuo, se ve inmerso en nuevos ámbitos del mundo. Se integran nuevas realidades que varían a las accedidas en la etapa primaria y comienzan a intervenir diferentes instituciones, ya sean políticas, religiosas y laborales.

La socialización secundaria es una etapa que continúa a lo largo de la vida, teniendo diferentes momentos de interiorización en un individuo y en la cual intervienen otros agentes y espacios durante dicho transcurso. En las sociedades con una gran división del trabajo y una distribución social de conocimiento, tiene gran relevancia esta fase debido a que se contrasta la información obtenida en la socialización primaria. Ejemplo de ello es que comienza a tener predominio la información recibida del grupo de pares, así como de instituciones como la escuela, y comienza a darse una disminución en el interés que genera el ámbito familiar<sup>29</sup>.

Se puede mencionar que las características de la socialización secundaria son las siguientes:

- Se desarrolla en la etapa denominada de madurez, donde el sujeto tiene nuevas perspectivas de vida.
- Para este momento el proceso de internalización del individuo ha perdido fuerza, es decir, ya inculcados los valores, normas y reglas que rigen en la sociedad, comienza por analizar y percibir a su comunidad desde su propio punto de vista.
- La fuerte carga emocional que se tenía en la etapa primaria y en donde la familia era la institución que mayor peso tenía, pasa a tener la característica de prescindible. Ahora se está en busca de nuevos espacios dónde desarrollarse, así como comenzarán a intervenir nuevos agentes de interacción: los pares, el trabajo, la escuela, los medios de comunicación.
- En la socialización secundaria el presente se interpreta de modo que se halle en relación continua con el pasado.

Los partidos políticos, los sindicatos, las instituciones educacionales y los medios de comunicación se presentan como entidades secundarias que coadyuvan a la socialización.

---

<sup>29</sup> Más adelante se analiza el influjo de los diversos agentes y espacios que se presentan en la etapa secundaria de socialización: el grupo de pares, la escuela, los medios de comunicación.

Otro momento de la socialización secundaria es cuando en los individuos se adopta como grupo de referencia a un grupo al que no pertenecen, pero aspiran a pertenecer en el futuro, tal es el caso de l@s jóvenes quienes andan en la búsqueda de espacios donde puedan desarrollar y sentirse a gusto.

En la fase secundaria los grupos se forman en torno a diferentes actividades: los juegos, las charlas, los gustos. A medida que l@s jóvenes confían más en su capacidad para elegir, los grupos se vuelven más permanentes y más estructurados. Además los intereses en común se hacen más estables. Otro momento en la socialización secundaria es crear disposiciones internas y durables que contribuyan a formar la conciencia cotidiana de los individuos.

En resumen, el proceso socializador tiene como fin introducir a los individuos a que formen parte de una comunidad. A través de la socialización aprendemos a vivir dentro de un grupo, a ser miembros componentes de la sociedad en que se ha nacido y que vincula a entender formas más complejas de interactuar y participar dentro de una cultura.

Cabe mencionar que en el aprendizaje secundario del individuo, se desarrolla en cierto sentido, el cambio social. Este proceso se manifiesta principalmente en l@s jóvenes<sup>30</sup>: 1) Se observa cuando el sujeto socializado, en un primer momento, recibe pasivamente la acción socializadora, esto es en la etapa de socialización primaria. 2) Durante la socialización secundaria, el individuo comienza a cuestionar las normas y reglas impuestas por el grupo familiar y por la sociedad<sup>31</sup>.

#### 1.3.1.2.1 *La socialización anticipatoria*

La socialización anticipatoria se ubica en la etapa de socialización secundaria. Es una forma de socialización que tiene lugar cuando los individuos se adoptan como grupo de referencia a un grupo al que no pertenecen, pero al cual aspiran a pertenecer en un corto plazo. En este sentido observamos a jóvenes quienes buscan información del grupo juvenil al que aspiran ingresar, ya sea que se identifiquen a través de la música, la forma de vestir o los estilos de vida.

Para Merton, la importancia de la socialización anticipatoria se centra en que puede generar procesos de movilización social o manifestaciones de diversa índole dependiendo del tipo de grupo al que se pertenezca y a la facilidad de expresión que se permita en la sociedad. Por tanto, la socialización anticipatoria es funcional sólo dentro de una estructura social relativamente abierta.

---

<sup>30</sup> *vid infra* cap. 2.

<sup>31</sup> Este punto lo desarrollaremos más adelante debido a la importancia del tema, *vid infra* cap. 2, brecha generacional.

La socialización anticipatoria permite que el individuo adopte nuevos valores, actitudes y opiniones del grupo al cual no pertenece. Esta acción ayuda a acceder al grupo, así como a facilitar la adaptación al interior una vez que ha llegado a formar parte de él.

#### 1.4 *La socialización política*

Para la reflexión sobre el proceso de socialización política, es importante comprender lo arriba expuesto como un aspecto introductorio. No se puede explicar la cotidianeidad de un actor social sin comunicarse y correlacionarse con otros sujetos; por lo cual, la socialización dura toda la vida.

Lo anterior nos lleva a mencionar que no solo el estudio de la participación política y por tanto de la conducta electoral, se entiende o investiga a través de la ciencia política, sino que la socialización política nos permite tener otras perspectivas -a partir de los diversos agentes que la conforman y las áreas de estudio que la analizan, como la sociología y la comunicación- teniendo como fin comprender el ejercicio ciudadano, ya sea en momentos electorales o en la construcción cotidiana de la opinión pública.

La expresión socialización política, explica Bobbio<sup>32</sup> *“se ha adoptado para indicar el conjunto de experiencias que en el curso del proceso de formación de la identidad social del individuo contribuyen en particular a plasmar la imagen que tiene de sí mismo en los enfrentamientos con el sistema político y al definir la relación que instauro con las instituciones políticas. Las orientaciones, las emociones, las actitudes hacia los diversos objetos de la política, las capacidades cognitivas y expresivas necesarias a cada acción política son por lo tanto consideradas como el resultado de un proceso de formación-aprendizaje social...”*

*La identidad política que se genera en la socialización política de los individuos se mueve casi exclusivamente dentro de un universo que tiene como punto de referencia fundamental la forma democrático-representativa de gobierno.*

Por lo anterior, la socialización política es estudiada como la percepción que un individuo conforma y modifica acerca del mundo de la política, al igual que el proceso de socialización, también se desarrolla en etapas y participan agentes y espacios.

Dawson y Prewitt entienden por *socialización política* como el “nombre que se le da al proceso a través del cual el ciudadano adquiere su propia visión del mundo de la política” ... “la socialización política es la forma en la cual una generación pasa o traslada sus estándares políticos y creencias a las siguientes generaciones”.<sup>33</sup>

Para el caso de esta investigación, *la socialización política*, es entendida como *la construcción que se hace un individuo de lo que percibe como ámbito político. Se*

---

<sup>32</sup> Bobbio, Norberto; Matteucci, Nicola y Pasquino, Gianfranco. Diccionario de política, México, Ed. Siglo XXI, 2000, p. 1514-1519

<sup>33</sup> *cf.* Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *Political socialization*, Boston, Little, Brown and Company, 1969, p.6.

*desarrolla en tiempo-espacio, y en donde la visión de dicho ámbito es transmitida de una generación en generación.*

Parte de la socialización política tiene relación en el proceso de **cómo** el individuo se adentra en los temas de la política, por medio de **qué** procesos y **con qué** resultados logra las prácticas políticas<sup>34</sup>.

Además, la socialización política está ligada a la configuración de cómo se van creando las actitudes y valores, con respecto a las instituciones, a la participación, a los partidos. En fin, a todo aquello que tenga que ver con el mundo de la política.

También se le relaciona con el aprendizaje político formal e informal que se desarrolla a lo largo de la vida de un individuo. La enseñanza formal la ubicamos en instituciones como la escuela, y la informal en ámbitos como la familia.

De lo anterior se desprende que la socialización política se ve desde dos perspectivas: una desde el aspecto de transmisión cultural y generacional, esto es, la relación de padres a hijos. Y la segunda, se interesa en conocer cómo los agentes de socialización intervienen en el aprendizaje del individuo.

Como ya se mencionó, la socialización política es un fenómeno para analizar las conductas políticas de los individuos en los diferentes espacios y agentes con los que se ven involucrados. Por ello es importante entender el cómo interiorizan los valores de una determinada sociedad: ya sea a través de la identidad étnica, de la lealtad, del orgullo nacional, de la tolerancia. Además, permite ubicar las razones que llevan a un ciudadano a elegir un partido dentro de la gama de opciones electorales, es decir la socialización política permite tener un acercamiento a la construcción y asimilación que el individuo hace de su relación con la esfera política.

El proceso de socialización política está constituido por dos aspectos subjetivos:

1. Los aspectos simbólicos, que son las diversas manifestaciones en común de un grupo. Tales manifestaciones pueden ser culturales, identitarias y sociales. En resumen, es todo aquello que los identifica.
2. Los valores son las creencias o convicciones acerca de algo, sea desde un punto de vista positivo o negativo, los cuales se llevan a cabo en la cotidianidad y se comparten con otros, principalmente, la familia y el grupo de pares<sup>35</sup>.

Es importante observar que dentro del proceso de socialización política se presentan ciertos patrones dentro de una sociedad, que es útil analizar, con la finalidad de conocer la movilidad política o analizar las manifestaciones de los cambios en el

---

<sup>34</sup> *idem.*

<sup>35</sup> Por grupo par (o pares) se concebirá a aquellos individuos cercanos a un sujeto y con el cual existe un entendimiento, ya sea por la edad, por tener gustos o afinidades, o también pueden ser los compañeros de escuela y/o trabajo.



comportamiento electoral de una nación o de un grupo de la población. Una de las áreas que expone este momento es el vinculado a los estudios sobre participación política, lo cual significa un análisis sobre el comportamiento electoral, y que los sondeos de opinión<sup>36</sup> pretenden dar una aproximación.

Dentro de los aspectos que diversos estudios<sup>37</sup> han tratado sobre la socialización política, independiente de las fases primaria y secundaria, están relacionados con la edad de los sujetos. Esta variable permite observar los cambios de opinión presentados en las diferentes etapas de la vida que llegan a tener los ciudadanos de su país, ciudad o región.

Las investigaciones hechas por Dawson y Prewitt muestran que la socialización política concede, el reajuste en la información que adquiere un individuo con los cambios que se presentan en el ámbito de la política, por ejemplo los momentos hacia la transición democrática de una nación, -como en el caso de México. Por un lado, se mantiene un equilibrio, por el otro lado existe una transformación en la forma que modifica la perspectiva del ciudadano.

La socialización política, como otras formas de aprendizaje social, está conformada por una serie de procesos psicológicos y sociales. Esto ocurre cuando los individuos conocen y se interrelacionan con otras personas y responden a los símbolos e instituciones de una sociedad. Desde esta perspectiva, la socialización envuelve al individuo<sup>38</sup> en una transmisión de valores y patrones de comportamiento. En resumen, permite la relación de un individuo con la sociedad.

Entender el fenómeno de la socialización política, faculta el conocer y el hacer una aproximación a lo que sienten, piensan y creen los ciudadanos sobre sus líderes políticos y sus estructuras. A su vez, permite analizar las representaciones que se tienen sobre la vida política, así como los valores que orientan las actitudes de los individuos. También, asume que las diferentes actitudes de los ciudadanos afectan a la política, la cual está ligada a los valores, modos y formas de los patrones culturales de cada nación.

#### *1.4.1 Los agentes que concurren en la socialización política.*

En un sentido amplio del término, todos podemos ser agentes de socialización, al producir un efecto o ejercer un poder sobre otro. Un agente<sup>39</sup> se encuentra

---

<sup>36</sup> Los sondeos, estudios o encuestas de opinión serán vistos más adelante.

<sup>37</sup> Como el de Dawson y Prewitt, el de Hyman por nombrar los pioneros en el análisis de la socialización política.

<sup>38</sup> *cfr.* Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *Op.Cit.*, p. 37.

<sup>39</sup> Un agente de socialización es una influencia para los sujetos sociales que les brinda un marco de referencia en la adopción de normas, percepciones y actitudes. Nota de la Autora

representado por las instancias o vías, mediante las cuales se efectúa la transmisión de conocimientos y valores.

En el proceso de socialización política intervienen diferentes agentes en su debido momento para la construcción de la percepción que el individuo, en este caso del joven, hace del ámbito político, generando bases o nuevas perspectivas sobre los fenómenos que acontecen día con día en esta esfera, principalmente, al realizar un proceso de reinterpretación de la información transmitida por los medios de comunicación, el contexto social y los valores adquiridos.

Los agentes pueden ser múltiples y, en teoría, refuerzan sus efectos, pero también provocan discontinuidades y problemas en el proceso de socialización política. Los agentes que se constituyen como los principales en dicho proceso son: la familia, el grupo de pares, la escuela y los medios de comunicación de masas.

Los dos primeros agentes, se presentan en la etapa primaria de socialización, aunque cabe señalar que el grupo de pares tiene una continuidad en la fase secundaria, el cual tiene mayor preponderancia en el impacto que ejerce en la población juvenil, y como ya se mencionó, la familia pierde terreno. Sin embargo, la información obtenida en el seno familiar deja cierta influencia.

#### *1.4.1.1 La familia como agente tradicional en la socialización política*

Entendemos por familia a “la más universal de las instituciones sociales, pero sus formas históricas han sido demasiado diversas para poder subsumirlas en un único concepto. Designa a un grupo social constituido por personas vinculadas por la sangre, el matrimonio o la adopción, caracterizado por una residencia común, cooperación económica, reproducción y cuidado de la descendencia<sup>40</sup>”.

La familia es la unidad primaria de una sociedad. La mayor parte de los habitantes del país vive en familias, y éstas constituyen uno de los ámbitos de la vida a la que la mayoría de los mexicanos confiere gran importancia. El hogar familiar es lugar común para la convivencia cotidiana.

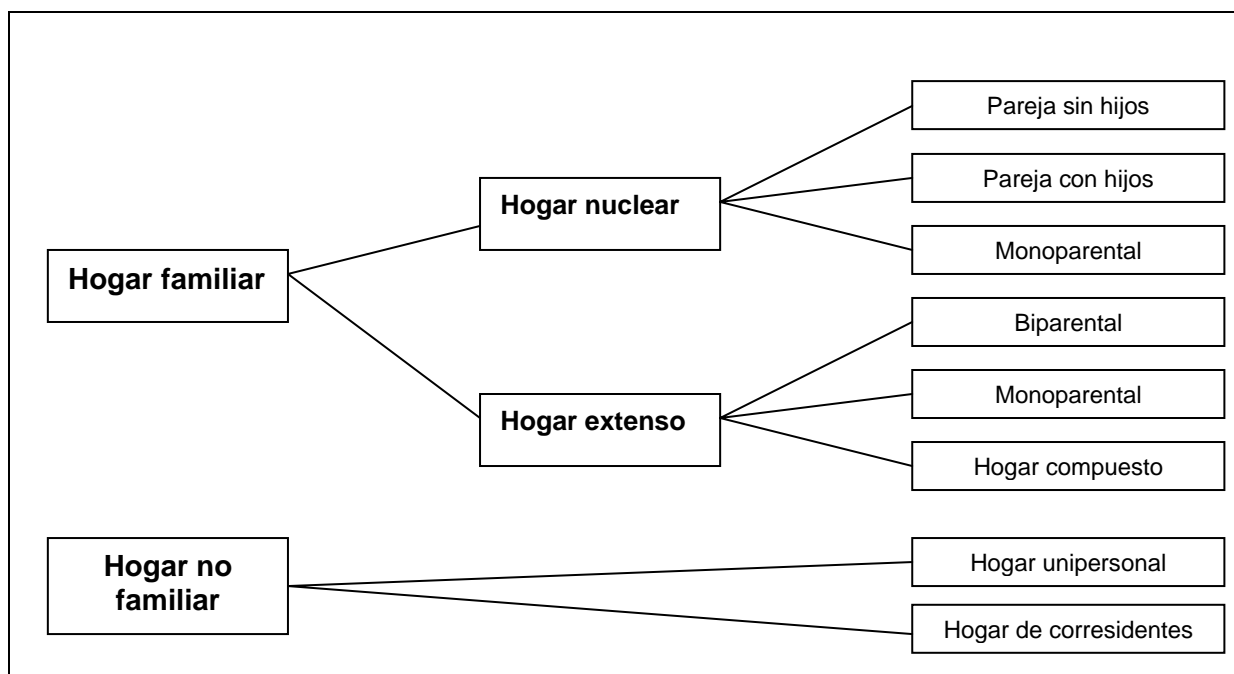
En México, se piensa que los jóvenes viven en compañía de sus padres y hermanos. Si bien esta idea es cierta en la mayoría de los casos, no existe un modelo único. También se presenta una gran diversidad de hogares en donde habitan, tanto en lo que se refiere a la relación de parentesco que establecen con el seno familiar, como con el tipo de hogar en el que residen.

---

<sup>40</sup> Picó, J. y Sanchis, E., *Sociología y Sociedad*, Madrid, Tecnos, 1996, p. 132.

Así, los hogares en la actualidad se clasifican en nucleares y no nucleares. Con el fin de entender como se componen las actuales familias de l@s jóvenes, véase Cuadros *Tipo de Hogares*.

**Cuadro Tipo de Hogares (CONAPO)**



Fuente: CONAPO, Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica, 1997.

En los hogares nucleares se incluyen a los matrimonios, tengan hijos o no. Por hogares extensos entenderemos los que se forman al añadir a un hogar nuclear una o más personas emparentadas con el jefe(a) de familia. En tanto que los compuestos integran en un hogar nuclear o extenso a una o más personas no emparentadas con el jefe(a). Los hogares no familiares son aquellos en donde habitan personas solas (unipersonales), o que comparten el mismo techo sin estar emparentadas entre sí (corresidentes).

**Cuadro Tipo de Hogares en el D.F (INEGI)**

Hogares familiares				Hogares no familiares		No especificado
<i>Nucleares</i>	<i>Ampliados</i>	<i>Compuestos</i>	<i>No especificado</i>		<i>Unipersonales</i>	
1,433,358	517,043	22,346	9,838	179,483	15,963	2,212
65.7%	23.7%	1.0%	0.5%	8.2%	0.8%	0.1%

Fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Hogares y su población por municipio y sexo del jefe del hogar, y su distribución según tipo y clase de hogar. El total de hogares en el D.F. es de 2,180,243.

En el caso de la tipología propuesta por el INEGI, podemos observar que los hogares ampliados los podemos ubicar en los de índole familiar y que serían algo parecido a los extensos que sugiere CONAPO. Los resultados nos dejan ver que la mayor parte de la población capitalina aun se encuentra viviendo en hogares de tipo nuclear (**65.7%**). Sin embargo, se aprecia que una buena parte de la población habita en hogares ampliados -o extensos- y podemos observar un incremento de porcentaje considerable -Véase Cuadro *Población* con respecto al número de hogares ampliados (**23.7%**) que existen en la ciudad y la población habitando esa vivienda (**31.8%**).

**Cuadro *Población* en Hogares  
(INEGI)**

Hogares familiares				Hogares no familiares		No especificado
Nucleares	Ampliados	Compuestos	No especificado		Unipersonales	
5,366,798	2,686,764	119,018	53,734	179,483	38,797	6,741
63.5%	31.8%	1.4%	0.6%	2.1%	0.5%	0.1%

Fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Hogares y su población por municipio y sexo del jefe del hogar, y su distribución según tipo y clase de hogar. El total de población en los hogares en el D.F. es de 8,451,335.

Como vemos, los datos son un reflejo de lo que está sucediendo entre más de la mitad de los hogares familiares de la capital. La falta de oportunidades para obtener una vivienda propia, es resultado de las pocas posibilidades laborales que existen tanto en la capital como en el resto del país. Esto da como resultado que cada vez haya un número mayor de individuos habitando en una vivienda<sup>41</sup>. De tal forma que esto nos deja ver que muchos de l@s jóvenes residen en este tipo de hogares, por lo cual su proceso de socialización es más complejo o pudiera no haber un proceso en condiciones normales debido a la variedad de individuos con los que convive.

Teniendo los tipos de familia que en la actualidad se presentan en el país, es importante concluir que en la sociedad mexicana aun domina el modelo de la familia conformada como hogar familiar o nuclear, y por ende se le sigue considerando como institución tradicional, como la encargada en retransmitir costumbres, información y ritos, comunicándolas de padres a hijos y sucederse en las generaciones. Pero también se percibe que esta institución va cediendo terreno a formas más complejas de socialización.

<sup>41</sup> El INEGI distingue vivienda de hogar. La primera es el espacio físico. En ella vivienda pueden cohabitar uno, dos o más hogares, diferenciándose cada uno de los hogares por no compartir gastos entre ellos. Cada uno se mantiene por separado.

Tenemos así que en la fase primaria, la familia como agente tradicional desempeña dos funciones importantes en el proceso de la socialización política:

- 1) La familia es un agente tradicional que tiende a aproximarse a un monopolio, principalmente cuando el niño está desarrollando y configurando su punto de vista sobre política. Durante la niñez, la familia tiene una considerable, y casi exclusiva influencia, siendo esta etapa la más importante en el aprendizaje social. Es la primera proveedora de las necesidades físicas y psicológicas de un individuo a través de un aprendizaje afectivo y cognoscitivo.
- 2) La familia es importante en el desarrollo de la personalidad y de las actitudes y valores sociales que no se relacionan con lo político. También es el espacio en donde el individuo va construyendo su propia identidad.

De acuerdo con lo propuesto por Dawson y Prewitt, es importante señalar que existe una correspondencia entre las orientaciones políticas de los padres y de los hijos, lo cual hace pensar en otra faceta importante de la familia como agente de socialización política. Cuando los padres no tienen una participación política activa, o nunca han tenido una discusión sobre el tema con sus hijos, es un hecho que el niño es menos probable que se interese por el ámbito de la política<sup>42</sup>.

La importancia de la familia en la socialización se destaca en los siguientes puntos:

- La familia es el primer agente en la vida del individuo y en ella se inicia el proceso de socialización política.
- La influencia de la familia es profunda porque acompaña al sujeto a lo largo de la vida.
- Es el agente que actúa más íntimamente en la socialización.

Con el fin de tratar de hacer una aproximación<sup>43</sup> al tipo de familia en la que pueden desarrollarse los individuos, la clasificaremos en conservadora y liberal. Por una familia conservadora<sup>44</sup> se entenderá, en esta investigación, aquellas que presentan una actitud prudencial frente a las cosas, un deseo de preservación de lo existente y una actitud escéptica frente al cambio y la innovación.

---

<sup>42</sup> Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *op.cit.*, p. 112.

<sup>43</sup> Es importante esclarecer que con el fin de darle un sentido y una definición operacional, es decir tener un referente empírico observable en nuestro trabajo se brindan dos tipologías de familia, la liberal y la conservadora, sin embargo, sabemos que en la complejidad social pueden presentarse más. Pero que estas dos nos permitirán un acercamiento para entender (sabemos que de forma modesta) el tipo de familia donde se desarrollan los jóvenes de nuestro país.

<sup>44</sup> Cfr. Nisbet, R., *Conservadurismo*, Madrid, Alianza Editorial, 1996

Por liberal<sup>45</sup> se interpretará, en esta investigación, aquellas que presentan una actitud abierta frente a las cosas, la autoridad es necesaria pero no sobre las bases de la imposición, sino sobre las bases de la negociación, de concebir que la familia es una institución donde se genera la participación de todos sus miembros en las decisiones, de los derechos y deberes de cada uno<sup>46</sup>.

Dentro de las experiencias cotidianas y de la transmisión cultural de valores y creencias, la familia juega un papel preponderante, ya que es la primera institución en donde el niño va obteniendo conocimiento, valores y actitudes hacia la política. Ello, tiene relación directa con la representación sobre el respeto y admiración vinculado a las figuras paternas que representan un símbolo de autoridad.

La preponderancia que la familia ejercía en el proceso de socialización política, ha tenido un deterioro, en el caso de l@s jóvenes, destacándose -a últimas fechas- a otros agentes como los de mayor influencia. Ejemplo de ello es la Encuesta Nacional de Valores: *Los Mexicanos de los Noventa*, realizada en 1994, en la cual se observa un cierto dominio de la familia entre l@s jóvenes al momento de hablar sobre el ámbito político. Los resultados a la pregunta *¿Con quién habla más de política?*, fue el **29%** indica que lo hacían con la *familia*, los entrevistados oscilaron entre los 18 a 25 años. Por su parte, el **25%** de ese mismo grupo de edad dio la respuesta *no hablo*. En tanto, el grupo de jóvenes entre 26 a 35 años manifestó similar situación: con la *familia* hablaba el **28%** y el **27%** señaló que *no hablaba* del tema con nadie<sup>47</sup>.

Así podemos observar que la familia ha ido perdiendo terreno en la transmisión de información sobre la esfera política en nuestro país. Además podemos observar que va en incremento entre la juventud el evitar hablar del tema con cualquier agente que se encuentre en su entorno: llámese escuela, trabajo, vecinos, amigos, pareja.

#### 1.4.1.2 *La socialización política en el grupo de pares*

Otro de los agentes que intervienen en el proceso de socialización política, es el grupo de pares, es una relación de tipo primario compuesta de miembros educados, en cierta medida, en iguales condiciones. Por ejemplo: los vecinos, los amigos de escuela, pequeños grupos de trabajo.

El grupo de pares o el grupo de edad homogénea es un complemento a la socialización de la familia en las complejas sociedades modernas. Juega un papel

---

<sup>45</sup> El concepto de liberal se elabora como antípoda del concepto que retomamos de conservadurismo

<sup>46</sup> <http://www.oecumene.radiovaticana.org/SPA/Articolo.asp?c=28406>

<sup>47</sup> "Los mexicanos de los noventa", Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM; México, 1996, p. 130.

significante en la socialización. Los pares constituyen una forma básica de relación social, son un grupo de referencia<sup>48</sup>.

La particular fuerza de influjo en la socialización política, por parte del grupo de pares, se relaciona fundamentalmente con dos puntos, y que también se manifiestan en la estructura y dinámica familiar:

- 1) la importancia de pertenecer al grupo par por parte de sus miembros, y
- 2) la carga emocional y las relaciones personales existentes entre ellos<sup>49</sup>.

El grupo par provee continuamente de elementos por medio de los cuales los individuos entienden y ajustan día con día los cambios que se presentan en el mundo cotidiano así como en el político. Los amigos, los miembros de la familia y los compañeros cercanos del trabajo son efectivos agentes socializantes. La fuente de ello se debe en gran parte a que se cuenta con un desarrollo afectivo, así como con una convivencia habitual en donde se involucra, en cierta forma, el aspecto emocional.

Los motivos de influencia del grupo par en la orientación política de un individuo, obedece a dos aspectos: 1) es uno de los agentes de aprendizaje social y 2) deviene como canal de comunicación a través del cual el conocimiento y las normas son transmitidas, interiorizadas y evaluadas en el intercambio cotidiano de ideas.

En la escuela y con los amigos se tiene un poco más de participación, con respecto a los otros agentes, al tema político. De los jóvenes entrevistados en *Los Mexicanos de los Noventa* que tenían entre 18 a 25 años, señalaron que charlaban del tema con sus amigos (15%), en tanto que el 17% de los encuestados, de 26 a 35 años, también comentó que habla con sus amigos de política<sup>50</sup>. Aunque no hay un porcentaje alto de intercambio de información política con los pares, se observa que el tema está presente. En dicho momento, el grupo par es un importante agente de influencia sobre la política, puesto que se transmiten, nutren y modifican las orientaciones políticas del sujeto.

Para reafirmar lo antes mencionado, Dawson y Prewitt señalan el efecto de los grupos pequeños en las actitudes y comportamientos sociales, reafirmando la propuesta acerca de la influencia del grupo par en la orientación política de sus integrantes: "Se ha visto que los miembros de un grupo pequeño piensan y actúan de acuerdo con los valores que predominan a su alrededor"<sup>51</sup>.

El grupo de pares es más factible de servir como agente de socialización política cuando esta esfera es importante para ellos y cuando el grupo deliberadamente

---

<sup>48</sup> Son grupos que la gente valora positivamente y al cual les gustaría pertenecer. El grupo de referencia influye sobre las personas modificando opiniones, actitudes, marcos de referencia y conductas. *Diccionario de Sociología*, p. 337.

<sup>49</sup> Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *op.cit.*, p. 131.

<sup>50</sup> "Los mexicanos de los noventa", Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM; México, 1996, p. 130.

<sup>51</sup> Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *op.cit.*, p. 133.

procura transmitir las normas de la política. También influye cuando existe una fuerte unión del individuo con el grupo<sup>52</sup>.

Lo arriba expuesto nos deja ver el dominio que ejerce sobre una persona y las reciprocidades que conlleva el grupo par, incluye la transmisión y refuerzo de las normas políticas de una sociedad dada, puesto que se desarrollan en un mismo espacio y tiempo. Tal efecto llega a formar parte de un sistema a través del cual los individuos en la sociedad adquieren actitudes y convicciones, y aprenden cuándo y cómo modificarlas.

Existen dos aspectos para distinguir el influjo de los pares en la socialización. La primera, es resultado en gran medida del nivel de educación en la que se encuentra el individuo. La segunda es la posición socioeconómica<sup>53</sup>, elemento de impacto en los grupos de pares, ésta determina la perspectiva de vida, la cual también es un punto primordial para el comportamiento y actitudes políticas.

El grupo par es probablemente el que facilita los cambios en la orientación política<sup>54</sup>, es un agente tradicional de socialización a través del cual hay un aprendizaje político que puede mediar en la vida, en el momento en que la preponderancia de la familia ha disminuido y el individuo establece una más directa y participante en relación con el ámbito político. Pero no se debe olvidar que los vestigios de lo aprendido al interior del núcleo familiar se pueden conservar en menor medida.

Además, el grupo par es un elemento determinante en la construcción de la identidad del joven. Es copartícipe en la elaboración de ideales, sueños y aspiraciones. La convivencia generada permite producir formas de expresión, manifestaciones culturales.

Más adelante se tomará la influjo que ejerce la escuela y los medios de comunicación ya que éstos forman parte de los espacios tradicionales y nuevos en los que se desarrolla la socialización política.

El objetivo de este apartado fue detallar el concepto de socialización, lo cual permitió diferenciar los momentos por los que atraviesa un individuo a lo largo de su vida. Es decir se apreció las fases que tradicionalmente componen este proceso, permitiendo comprender los contextos por los que atraviesa un sujeto y que se verán reflejados en su percepción sobre la esfera política. Hasta este momento, nos encontramos con un ente en proceso de maduración (social y fisiológica), y que al entrar en la etapa de juventud desarrollará y aplicará su conocimiento y vivencia sobre el ámbito de la política.

---

<sup>52</sup> *ibidem*, p. 137.

<sup>53</sup> Ambos puntos no serán analizados en esta investigación, por ser elementos que en lo individual son complejos y requerirían de un estudio específico.

<sup>54</sup> Esto se analizará más adelante.



La población juvenil es un segmento de la población que es poco estudiado y que nos remite a pensar en el importante porcentaje que representa en la sociedad mexicana. También, representa un nicho de oportunidad para los candidatos que quieren obtener su voto. Por último, son para los siguientes años, a quienes el mercado político buscara atraer a las urnas. Así que la juventud es un referente a estudiar para comprender los escenarios políticos en lo futuro.

Por lo anterior, para comprender los elementos que van construyendo la identidad de l@s jóvenes en todos los ámbitos de su vida es necesario conocer cómo va elaborando esa identidad y cuáles son los elementos que predominan en ella, así que en el siguiente apartado se introduce a la concepción de juventud así como a su proceso de construcción identitario.

## ***SEGUNDA PARTE***

### ***La construcción de la identidad política en I@s jóvenes***

## **SEGUNDA PARTE: LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD EN L@S JÓVENES**

El presente apartado contiene los elementos teóricos que nos introducen al análisis de la identidad joven. Con el fin de dimensionar a nuestro objeto de estudio y conocer cuáles son las características que lo conforman como un grupo diferenciado de la sociedad. Para ello, es necesario conocer los enfoques que se han elaborado sobre el concepto juventud y que pretenden explicarlo.

Dentro de las diversas categorías de estudio que encontramos en las investigaciones sobre juventud, se hallan las expresiones juveniles como la música, el baile, el estilo de vida y de vestir. También, se analizan las diferencias presentadas en la brecha generacional, es decir, la comparación de formas de vida y percepción entre padres e hijos.

“Somos un país de jóvenes y, paradójicamente, no existen estadísticas ni estudios sistemáticos que den cuenta de la entraña juvenil que recorre y tensa la economía, la política, la sociedad y la cultura; ni tampoco existen aquellos que refieran las condiciones ocupacionales, educativas y de bienestar de grupos específicos; o que den cuenta periódica de los valores, aspiraciones y actitudes sociopolíticas de los jóvenes. Estas ausencias se reflejan en el entramado institucional pues de ahí derivan, sin duda, las carencias, duplicidades y la desarticulación que generalmente exhiben las políticas de atención”<sup>55</sup>.

El tema de la juventud es motivo de una inquietud constante. Su discusión es muy importante para conocer no sólo su magnitud, sino, sobre todo, para encontrar las oportunidades y las carencias que se presentan en una sociedad a través de sus jóvenes. Ello nos lleva a plantear *¿qué se entiende por joven?, ¿cuáles sus características?, ¿cómo se conforma la identidad juvenil?*

### *2.1 ¿Qué es la juventud?*

Conceptualizar a l@s jóvenes o definir sus características esenciales no es tarea fácil, hay quienes la definen a través de la edad, otros lo hacen a partir de ciertas actividades específicas que los describen, sin embargo, todos los señalan como una categoría, un segmento o una población con ciertas particularidades.

A la juventud se le ha analizado desde diversas teorías y momentos que han intentado explicarla. En un primer acercamiento se le percibió como un estado transitorio de la niñez al mundo adulto, en donde se manifiesta una crisis de identidad. Posteriormente, fue estudiada por la gran participación política y social que l@s jóvenes desempeñaron en la década de los 60 en México, en la década de los ochenta la investigación sobre jóvenes se centró en el surgimiento de las bandas juveniles urbanas. Para los años noventa, el estudio de este segmento de la población gira en

---

<sup>55</sup> Pantoja Morán, David, “*Juventud, divino conflicto*”, El Nacional, 1992, p.16-17.

torno a la exteriorización de sus valores hacia la libertad, así como la equidad de género<sup>56</sup>.

Desde la perspectiva estructural-funcionalista, la juventud se ha examinado como un elemento de integración social, al desaparecer las fronteras de clase y aflorar nuevas culturas y formas de consumo.

Aunque siempre han existido jóvenes, el enmarcar a la juventud en un determinado rango de edad no significa explicarla, debido a que muchas veces se considera que delimitándola entre rangos de edad se podría definir de una mejor manera, sin embargo creemos esta variable en el mejor de los casos, ayuda a nombrar situaciones que se viven.

Hay quien ve a la juventud solo como un término social, entendiéndola como el conjunto de estatutos y funciones que ejerce un grupo de individuos en la sociedad. Desde esta perspectiva, para el sujeto, la condición social es un sistema de valores y límites para atenerse a reglas y a imposiciones establecidas en la sociedad<sup>57</sup>.

Sin embargo, en el ámbito social, laboral o estudiantil, lo juvenil no se puede definir claramente, y no es fácil de lograrse, principalmente porque en dicho sector confluyen diversos mundos en los que se encuentra inmerso el y la joven y en donde se manifiesta una gran heterogeneidad en aspectos como la educación, la cultura, el nivel socioeconómico.

Si bien desde el ámbito teórico, la juventud es entendida como un concepto integrador de una serie de calificativos como la edad, la actitud y el estilo de vida, en la práctica no se puede generalizar, porque existen heterogéneas maneras de vivirla y experimentarla, en los diferentes ámbitos en donde se desarrollan l@s jóvenes como son las grandes urbes, las zonas marginadas, las ciudades industriales, las provincias de un país, el ámbito rural, etc.

El concepto de juventud, tal y como se conoce, se ha construido recientemente en la historia. Autores como Hobsbawm<sup>58</sup> lo ubican posterior a la Segunda Guerra Mundial quien lo denomina como principio social, diferenciándolo de la significación biológica como lo sería la pubertad y parte de la adolescencia.

Otra idea sobre el surgimiento del concepto de juventud, tiene su origen a partir de la separación institucional que se hace entre familia y escuela, resultado de la necesidad de tener una etapa de preparación para la incorporación al trabajo<sup>59</sup>.

Se debe tomar en cuenta que la edad es un dato "maleable". Con esto nos referimos a que, dependiendo de las necesidades de explicar la situación de l@s jóvenes,

---

<sup>56</sup> cfr. Flores Dávila, Julia Isabel, *Tipos de identidad y generaciones en México*, México, Porrúa, 2000, p. 74, 76-77.

<sup>57</sup> apud. Enrique Martín Criado, *Producir la juventud. Crítica de la sociología de la juventud*, España, Istmo, 1998, p. 59.

<sup>58</sup> Hobsbawm, Eric, *Historia del siglo XX*, Bs. As., Argentina, Crítica, 1998

<sup>59</sup> José Antonio Pérez Islas. "Historia de un amor como no habido otro igual..." en *México Joven. Políticas y propuestas para la discusión*, México, UNAM, 1996, p. 81.

organismos e investigadores emplean diferentes rangos etarios (de edad). Otro de los motivos de manejar diversas edades, es resultado de la prolongación en la esperanza de vida en una población.

Por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI) considera a l@s jóvenes en México como la población entre los 15 y los 29 años de edad. Para el Consejo Nacional de Población (CONAPO), el ser joven se ubica entre los 15 y los 24 años. Para el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ), significa tener entre 12 y 29 años de edad.

Para comprender porqué este rango de edad, algunos autores señalan que se debe a que en esta etapa el sujeto ha obtenido cierta preparación educativa, además, se presenta la incorporación a las actividades económicas y se comienza la formación de la propia familia<sup>60</sup>.

La OCDE por su parte distingue una fase de la vida, situada entre la adolescencia y la edad adulta: la juventud. Califica como tal a quien es innovador y que se encuentra en los institutos o universidades. Fueron las revueltas juveniles de finales de los años 60 y principios de los 70 las que hicieron concretar la atención sobre lo que, entonces, apareció como una cosa nueva<sup>61</sup>.

Por otro lado Keniston define la juventud en relación a los temas que dominan la percepción, el comportamiento y el desarrollo de l@s jóvenes durante esta fase, así como en relación con los cambios específicos que entonces se producen en ellos en diferentes planos: moral, intelectual, sexual, etcétera. Al igual que el adolescente, este autor encuentra que en la juventud se debate con el problema de la identidad<sup>62</sup>.

Rafael Montesinos por su parte conceptualiza a la juventud como la “etapa donde los individuos comienzan a entrenarse ejerciendo ciertos derechos y cumpliendo obligaciones que un adulto no podría soslayar en su interacción con los demás<sup>63</sup>”

En otra línea, Anna M. Fernández menciona que “...la sociedad industrializada moderna, identifica a la juventud como aquella etapa en el tramo de edad que corresponde a la educación secundaria y superior, cuando se transita de la edad infantil a la adulta. Esto es, se trataría de jóvenes urbanos, de clase media y universitarios, por lo que millones de jóvenes campesinos sin educación y en condiciones de desventaja no estarían contemplados<sup>64</sup>”.

---

<sup>60</sup> Ricardo Rodarte, “Un perfil socioeconómico de l@s jóvenes” en *México Joven. Políticas y propuestas para la discusión*, UNAM, México, 1996, p. 34.

<sup>61</sup> James S. Coleman y Torsten Usen. *Inserción de l@s jóvenes en una sociedad de cambio*, Narcea, Madrid, 1989, p. 21.

<sup>62</sup> Idem.

<sup>63</sup> Montesinos, Rafael, “La construcción de la identidad” en *Sociología de la identidad*, México, Porrúa-UAM I, 2002, p. 173.

<sup>64</sup> Anna M. Fernández Poncela, *Cultura política y jóvenes en el umbral del nuevo milenio*, México, IFE-SEP-IMJ, p. 19, 2003.

Por su parte, Pérez Islas menciona al respecto que: “En México el concepto de juventud identificaba a un sector de la población plenamente diferenciado en que estaban presentes dos factores indispensables desde el punto de vista teórico:

- Su asignación dentro de la estructura social como un sector en formación para la plena y funcional inserción a dicha sociedad.
- La identificación de una praxis específica, que le conferirá significado ante el resto de la misma sociedad”<sup>65</sup>.

También en ese sentido afirman Coleman y Torsten que: “En una sociedad en la que las edades no están confundidas, se olvida, frecuentemente, el espíritu creador que la juventud podría aportar en el cumplimiento de nuevas tareas. En efecto, l@s jóvenes están menos llenos de ideas antiguas y son más receptivos a las ideas y a los métodos nuevos y, por consiguiente, mas innovadores”<sup>66</sup>.

Una vez revisadas estas definiciones, nosotros consideramos que la juventud se encuentra definida por:

1. El rango de edad que comprende entre los 18 y 29 años de edad, debido a que para fines políticos, es un segmento que ya puede ejercer su voto.
2. La manifestación de ciertas percepciones y actitudes frente al mundo que le rodea, como resultado del proceso de internalización que ha desarrollado a lo largo de su vida como son:
  - Actitudes
  - Formas de vida
  - Formas de consumo
  - Preferencias musicales
  - Actividades de entretenimiento
  - Preferencias culturales
  - Sus apreciaciones del ámbito político
  - Percepciones de la política

La figura del y la joven se ha ido transformando con el paso de las décadas y con los contextos ha evolucionado.

## 2.2 *Construcción de la identidad juvenil*

Definir cuándo comienza la construcción de la identidad juvenil, cómo se va formando y qué la va definiendo, nos lleva también a cuestionarnos, cuándo inicia y cómo termina la juventud, dando paso a un nuevo ciclo generacional y cuáles son los elementos o circunstancias que determinan tal momento En ese sentido, se dificulta el

---

<sup>65</sup> José Antonio Pérez Islas, “Historia de un amor como no ha habido otro igual...” en *Op.Cit.*, p.83.

<sup>66</sup> James S. Coleman y Torsten Usen. *Op. Cit.*, p. 46.

análisis de la problemática aquí expuesta, principalmente, porque no se puede determinar cuándo es el momento en que deja el sujeto la adolescencia y entra en la fase de juventud; y/o en qué etapa de sus vidas ya no se consideran jóvenes.

Por otro lado, en las sociedades modernas parece estarse dando un notable problema respecto de la formación de la identidad, resultado de factores como la globalización y la multiculturalidad.

La identidad entendida como propone Gilberto Giménez, es el “conjunto de propiedades y atributos específicos y estables, considerados como constitutivos de entidades que se mantienen constantes y sin mayores variaciones a través del tiempo” (...) “formas interiorizadas de la cultura (...) por parte de los actores sociales”<sup>67</sup>.

Nosotros proponemos la construcción de la identidad en l@s jóvenes como aquella que se adquiere por medio de sus actividades, de sus espacios, la reunión en las escuelas, en la calle, el compartir tiempo y espacio, diferenciándose de otros y permitiendo los procesos de integración. Por tal motivo, la praxis del sector juvenil se constituye como un modo de ser, una forma de vida.

El resultado de la influencia de los pares y amigos en l@s jóvenes, conlleva a perpetuar la cultura de la cual son miembros para reafirmarse a través de diversos mecanismos<sup>68</sup>, y también tiene impacto en la conformación de la identidad juvenil. El y la joven están inmersos en la configuración de identidades que varían con la situación histórica, social y cultural. Estos procesos contextuales, también se ven reflejados en la socialización.

Para la juventud es importante tanto dominar como compartir el entendimiento de los símbolos<sup>69</sup> y de los rituales del grupo al que pertenece, ya que son parte de la identidad que está construyendo para sí mismo y para los otros. Al reconocerse como parte de un grupo y/o clase social se distingue de los otros grupos juveniles. Esto constituye la denominada *pertenencia*, ya sea a un grupo, un clan, una banda y todo tipo de agrupaciones a las cuales pueden pertenecer, en los cuales van construyendo la identidad.

Para ser parte de un grupo, es necesario reconocer las siguientes características:

- Que exista una interacción recíproca. Es decir, que las relaciones entre los miembros se llevarán a cabo bajo ciertos estatutos establecidos y que sean respetados.

---

<sup>67</sup> Gilberto Giménez Montiel, “Paradigmas de identidad” en *Sociología de la Identidad*, México, Porrúa-UAM-I, 2002, P. 37-38.

<sup>68</sup> Por mecanismos nos referimos a las diversas etapas por las que atraviesa el y la joven y en donde el ámbito simbólico tiene gran peso. Los diferentes símbolos, conducirán de manera inevitable hacia una discriminación o una aceptación por parte del círculo con el cual desea ser relacionado.

<sup>69</sup> Los símbolos son las diversas manifestaciones en común de un grupo. Dichas manifestaciones pueden ser culturales, identitarias, sociales, etc., es aquello que los identifica.

- Que se presente una conciencia de grupo. Con esto nos referimos a que entre ellos se identifiquen como tales, como una unidad y diferenciándose de los otros.
- De lo anterior se desprende que existen objetivos, valores y actividades compartidas, hay una identidad.
- Por último, es importante que se manifieste al interior del grupo una estabilidad y una duración en el tiempo.

Con respecto a la elaboración identitaria, Gilberto Giménez nos dice que: “La identidad se construye y se reconstruye constantemente en el seno de los intercambios sociales, por eso el centro de análisis de los procesos identitarios es la relación social”<sup>70</sup>.

“Los jóvenes no son *per se* al margen de la sociedad, están sumergidos en el mundo de las relaciones con otros sectores y con la sociedad en su conjunto. Como actores sociales conforman un universo social discontinuo y cambiante, sus características son fruto de una suerte de negociación-tensión entre la categoría sociocultural asignada por la sociedad particular y la actualización subjetiva que sujetos concretos llevan a cabo a partir de la interiorización diferenciada de los esquemas de la cultura vigente”<sup>71</sup>.

Por ello, no se debe caer en la generalización de los diferentes comportamientos juveniles bajo una sola visión. Entendiendo que la identidad no se constituye homogéneamente, sino que se manifiestan diversidades en su construcción “...la mayoría de las interpretaciones sobre (...) fenómenos juveniles, se han basado mucho en el sentido común y poco en un conocimiento profundo de todos los aspectos que implica ser joven en una determinada época y lugar”<sup>72</sup>.

La heterogeneidad manifiesta en I@s jóvenes se puede analizar desde dos puntos de vista:

- 1) En las diversidades juveniles, con ello nos referimos a los diferentes subgrupos existentes, que se identifican a través de la cuestión simbólica y las normas conformadas a su interior.
- 2) La percepción tanto cognoscitiva como formativa, así como el proceso de socialización y en el contexto donde se desenvuelven o se desarrollaron I@s jóvenes.

Al construir su propia identidad, el y la joven se ven inmersos en la multiplicidad de factores del contexto actual, lo que permite explicar algunas de las contradicciones en

<sup>70</sup> Giménez, Gilberto, Op. Cit., p. 42.

<sup>71</sup> Fernández Poncela, Anna M. Op. Cit., p. 20.

<sup>72</sup> *Jóvenes Mexicanos del Siglo XXI*. Encuesta Nacional de Juventud 2000, México, 2000, p. 10.



las opiniones que manifiesta, en donde se contraponen su pasado y su presente. Confronta el pasado, lento y reiterativo y la actualidad, en donde todo es más rápido; sin embargo, pierde pronto validez.

Una de las causas que se encuentra relacionada con la preponderancia y gran impacto que los medios de comunicación masiva ejerce sobre las instituciones tradicionales como la familia o la escuela en el proceso socializador de l@s jóvenes, es la inmediatez de la información que difunden y el aspecto visual.

Existe un elemento fundamental en el análisis de los procesos de formación de identidades o identificaciones juveniles: la construcción de umbrales simbólicos de adscripción o pertenencia y que crea identidades históricas, situacionales, representadas, selectivas, relacionales, cambiantes, cotidianas, imaginadas, pero sobre todo, transitorias<sup>73</sup>.

En las sociedades modernas, el y la joven exaltan los beneficios del momento presente, donde el bienestar actual y la calidad de vida que posee no tienen comparación con el de generaciones anteriores. También hay que agregar que se ve retroalimentado por una infinidad de flujos de información y comunicativos, resultado de las nuevas tecnologías que en la sociedad actual existen.

Por tal motivo, los *media* se constituyen como una herramienta persuasiva que permite informarse sobre los distintos sucesos sociales, económicos y políticos tanto a escala nacional como internacional. Por ello, son factor de impacto en la construcción de la identidad, como resultado de la cantidad y diversidad de información que se recibe a nivel global. Las sociedades modernas se encuentran en permanente comunicación; en ellas, los medios tienen el poder de conectar las partes dispersas, desempeñando un papel importante en la promoción y formación cultural.

Para l@s jóvenes en la actualidad, el compromiso social de apegarse a un orden establecido y a crear expectativas, tanto en lo colectivo como en lo individual, les permite conformar su identidad dentro del marco del contexto cultural. De tal manera que la identidad concede al individuo una serie de características que le permiten reconocerse como parte de un grupo o clase social y diferenciarse de los demás.

En este sentido se habla ahora de las culturas juveniles o subculturas, que en el ámbito de lo urbano son visibles al percibirse en los diferentes agrupamientos. También aquí podría hablarse de los estereotipos que cada uno de éstos presenta y están vinculados en gran parte a su consumo cultural y que a su vez, tiene que ver con el estilo de vida, de ahí que no se pueda hablar de la identidad juvenil como un todo, sino de la gran variedad de identidades que existen.

---

<sup>73</sup> Jóvenes Mexicanos del Siglo XXI, p. 18.

Entre más diferentes sean ellos del resto de la sociedad, más a gusto e identificados se sienten consigo mismos, así como con su grupo y generación. Es a través del comportamiento diferenciado como construyen sus propios espacios simbólicos. Dotan de sentido a la identidad que están formando.

Cabe agregar que en el caso de la construcción de la identidad juvenil, se captan algunas de las nuevas formas de pertenencia a este sector de la población: el estilo de vida, los valores en común, los mismos gustos. Todos estos van conformando espacios propios que les permiten construir la identidad y diferenciarse de generaciones anteriores, así como de otros grupos de jóvenes<sup>74</sup>: los *fresas*, los *punks*, los *darketos*, los *skatos*, etcétera.

Los diversos grupos juveniles tienen sus propios símbolos de identificación, que también se manifiestan en los espacios territoriales (o simbólicos) que van ocupando. Acuden a la colonia Condesa diferentes grupos juveniles a los que visitan en fin de semana el tianguis del Chopo, ello dependerá del grupo identitario, de los gustos y de la perspectiva de vida con el que se identifican.

### 2.3 *La identidad política de la juventud*

El vínculo entre jóvenes y política en el Distrito Federal en la actualidad es un tanto complicado de explicar. El voto juvenil es difícil de persuadir, por ello se torna delicado ubicar la conformación de la identidad política en la juventud. La aproximación a este fenómeno se puede analizar desde dos perspectivas:

1. Resultado de los cambios que se están generando en las estructuras e instituciones de la sociedad y del ámbito político.
2. El análisis que se lleva a cabo de la noción de juventud, resultado de los cambios en su percepción.

A fines de los años 60, y la década de los setenta, se ubicaba a l@s jóvenes, desde la identidad de estudiante, como una figura protagónica en los cambios de la sociedad, los cuales estaban estrechamente relacionados con la política. En los últimos años se manifiestan diversas formas para analizar la juventud. A las actuales generaciones de jóvenes no se les define a partir de los espacios socio-políticos, sino a través de un gran mosaico de referentes culturales o de diferentes ejes de acción de lo social, donde conforman sus identidades y proyectos.

La juventud vive (y ha crecido) en una situación de crisis en varios sentidos: la desintegración familiar, el insuficiente mercado laboral, las transformaciones políticas,

---

<sup>74</sup> Las diferencias e identificación se generan también por escuchar cierto tipo de música.

los cambios sociales, lo cual ha venido a repercutir en su percepción de lo social y político. Estos aspectos intervienen también en la construcción identitaria.

La percepción que l@s jóvenes tienen de la esfera política en el Distrito Federal no es ajena a las demás ciudades del país. En México existe un distanciamiento entre ellos y la política, resultado tanto de las crisis y la pérdida de credibilidad de este ámbito.

Otro elemento que configura la identidad política de l@s jóvenes es el espacio en el que se desenvuelven, la ciudad es un gran ente en donde existe una variedad de submundos que son parte vital de la elaboración identitaria de la población juvenil urbana, en la cual se manifiestan contrastes sociales.

La ciudad cuenta con la característica de lo urbano, en ella se manifiesta el sentido de globalidad. Esto quiere decir mezcla de culturas, informaciones, relaciones. También se caracteriza por la complejidad en las formas, agentes, espacios y tiempos de socialización entre los individuos.

“L@s jóvenes *capitalinos* forman parte de un contexto dinámico. En este escenario, las condiciones laborales y educativas, aunque favorables para algunos, se rigen por lógicas que generan desigualdad y polarización de oportunidades (...) la entidad favorece el acceso a diversos bienes materiales para el consumo cultural<sup>75</sup>”.

Otro aspecto que se debe tomar en cuenta en la elaboración de la identidad está relacionado con los cambios que se están llevando a cabo en la cultura política del país. El paso de la transición hacia la democracia está creando nuevos referentes. La juventud es crítica de su realidad. Muchos jóvenes consideran que el ejercer su voto es un derecho y que a través de él pueden participar y elegir a sus gobernantes<sup>76</sup>.

“La cultura política de la población de jóvenes confirma la necesidad de profundizar en las reformas políticas y de impulsar una cultura de la democracia. La cultura política, *en la actualidad*, se centra en la búsqueda del bienestar y la calidad de vida, manifestando desconfianza hacia los referentes de lo público y lo político y generando opciones de socialidad en los ámbitos de los estilos de vida y las culturas juveniles<sup>77</sup>”.

Para la mayoría de l@s jóvenes la percepción de la política se ha convertido en algo ajeno a su realidad, no les gusta hablar de ello o manifiestan no entenderla. Se puede afirmar que en el amplio marco de identidades que existen entre la juventud, la constante es el desaliento que les genera la política del país, resultado del poco

---

<sup>75</sup> Monsiváis Carrillo, Alejandro, *La democracia ajena. Jóvenes, socialización política y constitución de la ciudadanía en Baja California*, Center for US-Mexican Studies, University of California, San Diego, Cuaderno de Trabajo No. 4, 2002, p. 11. El subrayado es nuestro.

<sup>76</sup> Vid supra, capítulo 4.

<sup>77</sup> Monsiváis Carrillo, Alejandro, *La democracia ajena. Jóvenes, socialización política y constitución de la ciudadanía en Baja California*, Center for US-Mexican Studies, University of California, San Diego, Cuaderno de Trabajo No. 4, 2002, p. 3. el subrayado es nuestro.

interés que las autoridades, instituciones y políticos han demostrado hacia las respuestas que esta población desea obtener.

Para reafirmar lo antes mencionado, tenemos los datos de la encuesta nacional de Cultura y Participación Política realizada en 1996 por el Grupo de Estudios de Opinión<sup>78</sup> en donde el grupo erario de 18 a 29 años respondió a la pregunta sobre *¿qué interés tienes de la política?* El **38.5%** de los entrevistados dijo tener *poco* interés en la política. En tanto el **28.1%** afirmó contar con un *regular* interés por el tema. El **24.5%** comentó estar *nada interesado* en la política. En tanto, solo el **8.9%** respondió estar *muy interesado en política*. Lo anterior deja ver que más de la mitad de l@s jóvenes no están interesados en la política (**63.0%**).

La identidad política de la juventud es resultado de los contextos en los que se ha desarrollado, están estrechamente vinculados a su proceso de socialización, los *habitus* y su cultura, así los nuevos agentes y espacios que confluyen van modificando valores, percepciones y actitudes. La familia pierde terreno en la formación de conductas y valores. Sin duda, como se mencionó en el capítulo primero en la socialización, el seno familiar ocupa un papel vital en la fase primaria de socialización pero en la etapa secundaria deja de tener preponderancia. De igual forma la escuela, en un primer momento es un agente importante, pero en la segunda etapa ya no se considera el templo del saber. Dichos agentes están siendo sustituidos por los medios de comunicación, principalmente la televisión como nuevo agente en el aprendizaje<sup>79</sup> de temas que antes eran distintivos de la familia como el caso de la política. Por tanto, nos enfrentamos a transformaciones en lo social y cultural, afectando directamente en la construcción de la(s) identidad(es) política juvenil.

Como se ha visto, el tema de la identidad no se puede generalizar, es un proceso complejo que advierte diversas identidades. Esto quiere decir que dependiendo de la situación se antepone una u otra identidad, ejemplo de ello es cuando alguien se ubica en diferentes momentos como: “joven”, “mujer”, “estudiante”, “madre soltera”, “desempleado” o “sin identificación partidaria”. Ello nos habla de la representación que tiene de sí mismo el y la joven ante la otredad.

No se debe dejar de lado el papel que en la actualidad representan las culturas juveniles, éstas también crean identificación entre l@s jóvenes: los punks, los darks, los grafiteros, los fresas. Por culturas juveniles nos referimos a las formas de manifestación, de actitud, de percibir y vivir la vida. Son formas de socialización y expresión cultural que desarrolla el sector juvenil desde su propia percepción de la sociedad, y en donde el ámbito político está incluido. Estas manifestaciones culturales

---

<sup>78</sup> Fernández Poncela, Anna M., Op.Cit. p. 15. El levantamiento fue realizado durante el 7 y 10 de junio de 1996.

<sup>79</sup> Esto se verá en el capítulo siguiente.

nos advierten la búsqueda de los propios espacios de expresión política, cultural, social.

En México, la cultura política ha venido cambiando como resultado de diversos momentos, uno de ellos es la pérdida en la hegemonía del PRI. Ejemplo de esto lo observamos cuando en 1989 por primera vez, un partido diferente, en este caso el PAN, gana la gobernatura del estado de Baja California, lo cual fue un elemento que coadyuvó a un eco en otras regiones del país, y desde ese momento hasta los resultados obtenidos el 2 de julio de 2000, donde, en el Distrito Federal el PRD ganó y a nivel federal el PAN obtuvo la presidencia, lo que muestra un fenómeno de voto diferenciado.

Anna Fernández Poncela señala al respecto "(...) lo que queda claro es que los nuevos electores tienden a votar más por lo que entonces era oposición, y también podría suponerse que la mayoría de ellos son jóvenes que ingresan al padrón electoral y ejercen el sufragio por primera vez. Con ello se puede especulativamente concluir que el aumento de la participación electoral es paralelo al crecimiento de los grupos de edad más jóvenes que acceden por primera vez al ejercicio de su derecho y que votan más por la oposición, en concreto por el PAN y también, aunque en menor proporción, por el PRD". Además agrega que "los datos estadísticos del padrón electoral de 1997 muestran una importancia cuantitativa notable de la juventud y de los 53, 022, 198 habitantes inscritos que lo componen: 19, 854,023 estaban comprendidos entre los 19 y 29 años de edad, con lo cual la proporción de jóvenes en dicho registro era 37.4%, lo que significaba más de un tercio de la población con posibilidad de sufragar"<sup>80</sup>.

Desde 1997, l@s jóvenes capitalinos comenzaron a manifestar una preferencia partidaria diferente y otorgaron su voto al PRD. En ese año, el partido obtuvo el **33.0%** de los sufragios juveniles. La juventud capitalina ubicada entre los 19 y 27 años significó la tercera parte del voto potencial<sup>81</sup>.

En el momento electoral del 2 de julio de 2000, l@s jóvenes conformaban el **32.0%** del padrón electoral, lo que transformado en números representa la cantidad de más de 2 millones 100 mil votos. Uno de cada tres votos fue expresado por jóvenes de 18 y 29 años que habitan el Distrito Federal<sup>82</sup>. La identidad de l@s jóvenes capitalinos que optaron por el cambio de partido, fue resultado del proceso de transición a la democracia que vive el país.

### 2.3.1 *Los espacios de expresión*

Desde los años cincuenta, pero más marcado a fines de los años sesenta y principios de los setenta, es cuando se comienza a generar a nivel mundial la presencia de una generación que juzga el comportamiento de los adultos. L@s jóvenes emprenden la

---

<sup>80</sup> Fernández Poncela, Anna M, Op. Cit. P. 80.

<sup>81</sup> En el año 1994, el voto juvenil, para ese partido, solo había obtenido el 15% de su preferencia en las urnas.

<sup>82</sup> Baltasar, Elia, "D.F. jóvenes, un tercio de electores" en La Jornada, 26 de junio de 2000.

apertura de nuevos espacios de expresión rompiendo con los cánones hasta el momento establecidos. El caso más conocido fue el movimiento cultural y político que se vivió en el año de 1968. Esta fecha da significado e importancia a la juventud mundial. A partir de este momento comienza a percibirse una entidad diferente entre la población: el y la joven. Asimismo, nace una forma de expresión: la cultura juvenil.

La cultura juvenil nace y se comienza a diferenciar de la adulta con un hecho: el surgimiento de la música rock, logrando así un espacio de expresión que acontece en la época de la posguerra, siendo l@s jóvenes sus mayores consumidores. Otro aspecto que marca la diferencia con adultos es el vestir. Dando pie a la formación de nuevos mercados de consumo: “el descubrimiento de este mercado juvenil a mediados de los años cincuenta revolucionó el negocio de la música pop y en Europa el sector de la industria de la moda dedicado al consumo de masas”<sup>83</sup>.

Es en los diversos espacios de expresión donde las culturas interiorizadas, adoptadas y creadas por l@s jóvenes se pueden manifestar. Además, en estos espacios continúa desarrollándose el proceso de socialización. En ese sentido, Maffesoli señala que están inmersos “todos aquellos elementos dispersos microsociales (formas de comer, de vestir, de sexualidad, rituales domésticos, en fin, todo aquello que compone la vida cotidiana)”<sup>84</sup>.

Las culturas juveniles son el espacio particular de lo urbano y que ciertos grupos hacen visibles para expresarse. Carles Feixa propone que la articulación social de las culturas juveniles puede abordarse desde tres escenarios:

- a) La *cultura hegemónica* en donde se refleja la distribución del poder cultural a escala de una sociedad más amplia. La relación de l@s jóvenes con la cultura dominante está mediada por las diversas instituciones en las cuales este poder se transmite y se negocia. Los espacios son la escuela, el sistema productivo, el ejército, los medios de comunicación, los órganos de control social, etcétera. Frente a estas instituciones, l@s jóvenes establecen relaciones contradictorias tanto de integración como de conflicto, que cambian y maduran con el tiempo. Las culturas juveniles provenientes de una misma cultura parental pueden negociar de forma diferente sus relaciones con la cultura hegemónica: las culturas juveniles obreras pueden optar por soluciones adaptativas (el ‘buen estudiante’, el ‘chico laborioso’) o disidentes (el ‘bandolero’); las culturas juveniles de clase media pueden seguir itinerarios normativos (‘situarse’) o contestatarios (‘rebelarse’)
- b) Las *culturas parentales* pueden considerarse como las grandes redes culturales, definidas fundamentalmente por identidades étnicas y de clase, en el seno de las

---

<sup>83</sup> Hobsbawm, Eric, *Historia del siglo XX*, p. 329.

<sup>84</sup> Chihu Amparán, Aquiles (coordinador), *Sociología de la identidad*, p. 27.

cuales se desarrollan las culturas juveniles, que constituyen subconjuntos. Además, rigen las normas de conducta y valores vigentes en el medio social de origen de l@s jóvenes. Pero no se limitan a la relación directa entre ‘padres’ e ‘hijos’, sino a un conjunto más amplio de interacciones cotidianas entre miembros de generaciones diferentes, en espacios como el seno de la familia, el vecindario, la escuela local, las redes de amistad, las entidades asociativas, etcétera, tiene más vínculo al proceso de socialización

- c) Las *culturas generacionales*, refieren a la experiencia específica que l@s jóvenes adquieren en el seno de espacios institucionales (la escuela, el trabajo, los medios de comunicación), de espacios parentales (la familia, el vecindario) y sobre todo de espacios de ocio (la calles, el baile, los locales de diversión). En estos espacios circunscritos, el y la joven se encuentra con otros jóvenes para empezar a identificarse con determinados comportamientos y valores diferentes a los vigentes en el mundo adulto<sup>85</sup>.

L@s jóvenes no están acostumbrados a identificarse con un mismo estilo, sino que reciben influencias varias y, a menudo construyen la propia. Todo ello depende de los gustos estéticos o musicales, pero también de los grupos secundarios con quienes el y la joven se relacionan<sup>86</sup>. Las llamadas culturas juveniles no son homogéneas ni estáticas, en ellas se presentan fronteras e intercambios entre las numerosas y diversas conductas que puede apropiarse la juventud.

Por ello debemos explicarnos a la juventud capitalina que se encuentra inmersa en una ciudad llena de contrastes, y en donde a su vez se constituyen diversas formas de vida, espacios y tiempos que convergen<sup>87</sup>. Este sector se encuentra en movimiento constante el cual cumple un papel determinante en diferentes actividades de la sociedad. Son la voz de una población que se encuentra en continuos cambios.

#### 2.4 *La brecha generacional*

Como hemos mencionado, la etapa de la juventud se caracteriza por romper con la orientación tradicional que se recibe de los padres, adoptando diferentes orientaciones políticas, culturales y sociales. Dentro de la familia, los adultos, al compararse con l@s jóvenes pronuncian un juicio pesimista y negativo contra ellos, sobrevalorando en un sentido romántico su propia etapa juvenil. Se critica la ausencia de valores, ideales,

---

<sup>85</sup> *Jóvenes Mexicanos del Siglo XXI*. Encuesta Nacional de Juventud 2000, México, 2000, p. 18

<sup>86</sup> *ibidem*, p. 19.

<sup>87</sup> Ver resultados del siguiente capítulo.

iniciativas. Por lo anterior, es en esta etapa cuando aparece la llamada brecha generacional.

En una sociedad coexisten individuos nacidos en momentos diferentes, por brecha generacional o lucha entre generaciones entendemos la pugna de ideologías, valores, formas de vida entre padres e hijos, es la discusión de las diversas perspectivas al enfrentarse adultos con jóvenes, es en resumen el eterno “conflicto estructural entre grupos de edad”<sup>88</sup>.

Los individuos del mundo moderno, se encuentran inmersos en una disyuntiva, entre dos referentes culturales representativos: lo nuevo y lo viejo. En ese sentido se habla de la esperanza en el futuro, en donde l@s jóvenes son representantes, sin embargo constituyen el punto de divergencia, cuentan con identidad cultural de los antepasados (abuelos) y la identidad que ellos mismos están generando, a partir de sus actitudes y comportamientos, las cuales son resultado de la información obtenida tanto de padres como de abuelos.

El ser parte de una generación contempla algunos de los siguientes factores: pertenencia a un grupo de edad, pero principalmente, convivencia en espacio y tiempo. Es aquí en donde las experiencias significativas y de identificación toman sentido: son representativas de una generación. Los contemporáneos tienen un desempeño definido por sus experiencias y pretensiones.

La generación comparte un conjunto de representaciones, mandatos y prácticas como resultado del proceso de socialización política. Así, una generación política se constituiría como un grupo de individuos sometidos a idénticas o equivalentes experiencias en sus años de formación, dando como resultado que su interlocución con otras resultaría un tanto complicada. Cabe señalar que se presentan variaciones en cuanto a la internalización de los sucesos políticos, dando como resultado que cada generación se exprese de manera muy heterogénea.

Es en este sentido que aparece la lucha entre la brecha generacional, en la cual por las mismas condiciones contextuales no se tiene la misma percepción del entorno: “...hasta la década de los setenta persistía en el imaginario social, que el tránsito de las nuevas generaciones hacia la adultez tenía que ver con el circuito que empezaba en la familia, continuaba en la escuela y de ahí al empleo y a la participación social y política. Si este *meta-destino* se producía sólo en ciertos sectores sociales o competía únicamente a un grupo muy particular de jóvenes, no importaba, en el horizonte significativo de la mayoría de la nación, se aceptaba que éste era el camino más adecuado para obtener la certificación social”<sup>89</sup>.

A l@s jóvenes se les ha considerado promotores del cambio social resultado de los cambios tecnológicos y económicos que permiten que una generación pueda

---

<sup>88</sup> cfr. Flores Dávila, Julia Isabel, *op.cit.*, p. 76.

<sup>89</sup> *Jóvenes Mexicanos del Siglo XXI*, p. 15.



capacitarse más y de manera diferente a la realizada por sus padres para desempeñarse en la vida enfrentándose a nuevos retos y moviéndose en diversos contextos<sup>90</sup>.

En ese mismo sentido, las transformaciones sociales rápidas crean, en general, entre la juventud y los adultos, tensiones que finalmente conducen a conflictos. Tenemos la prueba de ello en las sociedades tradicionales, en donde los modernos medios de comunicación irrumpen y se convierten en los nuevos agentes socializadores, al revelar a la juventud costumbres desiguales a las de su grupo, por medio de las películas, videoclips y noticias. También muestran formas de vida y cultura diferentes a la propia, brindando a la juventud de diversos marcos de referencia, lo que da paso a discusiones con las figuras de autoridad, con las cuales entran en disyuntiva.

Los símbolos que representan a l@s jóvenes como grupo son un componente, para identificar a una generación; manifestándose en ciertos modos de vivir, de vestirse, de trabajo, de actuar que son característicos y que los identifican. Pero también se presenta en personas que tienen 30 o incluso 40 años y, en pequeño número, a cualquier edad, es decir la relación de lo juvenil tiene que ver con el estilo de vida adoptado frente a la vida: **esto se conoce como la actitud.**

En la brecha generacional, las generaciones precedentes intentan imponerse a las siguientes ubicando a l@s jóvenes como dependientes de ellos. Por ejemplo un terreno en donde se presenta una especie de pugna de l@s jóvenes (principalmente adolescentes) con otra generación, es en la casa, con los padres. Aquí se da por entendido que no “*agarran la onda*” o que no los comprenden porque “*éstos no son sus tiempos*”. Dichas figuras de autoridad, en algunos de los casos, pasan de ser sujetos de admiración, a antes que son cuestionados y criticados. Esta situación también se presenta con el profesor y se le critica su posición y actitud. Sin embargo, en la resocialización o socialización terciaria, es cuando se pasa a una fase de madurez y el profesor vuelve a obtener admiración.

Por lo general, son los adultos quienes se encargan de estereotipar a l@s jóvenes como irresponsables, anárquicos, apáticos y desinteresados, entre otros aspectos. Todas estas puntualizaciones son un mecanismo de defensa de la sociedad adulta como resultado de enfrentarse a las innovaciones que ellos plantean, ejemplo de esto es que no permiten cambios en el *status quo*.

Es por lo anterior, que en la realidad juvenil actual se presentan dos contradicciones:

---

<sup>90</sup> cfr. Fernández Poncela, Anna, *Jóvenes y Política: Balance y Perspectivas*, en <http://deceyec.ife.org.mx>

1° En comparación con otras generaciones, y sobre todo en otros tiempos, l@s jóvenes en la actualidad tienen más libertad para decidir, pero a su vez cuentan con una dependencia económica y material,

2° Las presentes juventudes son las que mayor acceso tienen a la información, sin embargo son las que más desprovistas y menos informadas están.

Además, existe una preocupación y malestar por parte de l@s jóvenes acerca de la dependencia familiar en la que están inmersos en la actualidad que se ve reflejada en compartirse por más tiempo espacios físicos y en donde los recursos son cada vez más escasos<sup>91</sup>.

Por tanto, la condición de lo juvenil no es solo una etapa que se pierde con el tiempo, es una elaboración dada por el aspecto sociocultural y el histórico, y va adquiriendo importancia en el contexto de las relaciones generacionales. A últimas fechas son ellos quienes dicen lo qué son y no lo que los adultos afirman de ellos.

### 2.5 *La participación política de l@s jóvenes*

En la actualidad, la juventud es la más numerosa de todos los tiempos, como resultado de los comportamientos de natalidad y fecundidad. L@s jóvenes son actores centrales de sus sociedades. Por ello, se analizan sus acciones, sus experiencias cotidianas, las funciones que realizan a través de los grupos a los que están adheridos, su vinculación, la diferencia manifiesta entre la realidad a la que se enfrentan y las satisfacciones que desean alcanzar.

L@s jóvenes en la actualidad asimilan que los diferentes espacios donde se desenvuelven y desarrollan, son modificados continuamente. Las contradicciones propias de cada sociedad están reflejadas en su población.

Con lo anterior nos referimos a la actitud de exclusión que el Estado mantiene ante ciertos sectores de la sociedad. Al respecto, Rafael Montesinos señala: “La juventud aparece como el límite que impide a l@s jóvenes incorporarse, en igualdad de circunstancias, a las estructuras de poder o de manera más real, al mercado de trabajo. En ese sentido (...) el término joven se convierte en equivalente a prefuncional<sup>92</sup>”.

Entre las razones que explican la menor participación en el ámbito político de l@s jóvenes, se encuentra el desinterés o apatía por este ámbito como resultado de la poca significación que tiene para su vida cotidiana, lo sienten ajeno a su realidad, así como del poco compromiso que sienten del ámbito hacia ellos.

---

<sup>91</sup> Ver supra cap. 4

<sup>92</sup> Montesinos, Rafael, *op.cit.*, p. 177.

A l@s jóvenes se les ha juzgado por la desconfianza y poca intervención que manifiestan hacia la política y los políticos. Esto como consecuencia de la escasa información política que reciben en sus hogares<sup>93</sup>, así como de una precaria integración a la cultura política del país<sup>94</sup>. Es por ello que deben orquestar acciones para que las y los jóvenes sean capaces de diferenciar, apreciar y disfrutar lo que su propia sociedad les ofrece.

En este tenor, para que l@s jóvenes se involucren más con la sociedad, José Antonio Pérez Islas propone los siguientes elementos:

- *“Tener objetivos personales*, las más de las veces arrancados por el sistema de producción y de consumo de masas, donde la principal dificultad es la transformación de deseos oníricos en proyectos realistas. La institución que proporciona esta confianza es fundamentalmente la familia, pero también los educadores.
- *Capacidad de comunicarse con los demás*, donde el problema es de lenguaje pero también de información; el y la joven deben aprender cuál es su propio espacio y reconocer con quién puede establecer alianzas, negociar o contra quien debe defenderse. El papel de la escuela aquí es definitivo.
- *La conciencia de ciudadanía*, que implica no sólo conocimiento de la historia, la geografía del país en que se vive, sino sobre todo que l@s jóvenes perciban que influyen en las decisiones que afectan su vida colectiva, que pueden hablar y ser escuchados. Aquí las instituciones públicas tienen la responsabilidad principal”<sup>95</sup>.

En este último punto acerca de la responsabilidad ciudadana, cabe mencionar que las nuevas generaciones no se ven involucradas en los aspectos políticos, y en ese sentido, mantienen una posición subordinada respecto a las generaciones de adultos, esto es, aún no se sienten involucrados, ni creen estar considerados en las tomas de decisiones, ni son invitados a participar de manera más abierta. L@s jóvenes manifiestan orientaciones radicales en aspectos culturales<sup>96</sup>, pero son moderados en el plano político, tienen un cierto rechazo a la participación política<sup>97</sup>, no se percibe en la sociedad mexicana una lealtad hacia un determinado partido.

Los resultados de las encuestas, que más adelante se analizan, nos señalan que en la identidad de la juventud se manifiesta una necesidad de profunda inclusión a ciertos

---

<sup>93</sup> Estos datos pueden ser confirmados en el siguiente capítulo.

<sup>94</sup> Que hasta hace algunos años, la cultura política resultaba ser hegemónica.

<sup>95</sup> Pérez Islas, José Antonio (coordinador), *Jóvenes e Instituciones en México 1994-2000. Actores políticas y programas*, México, IMJ, 2000, p. 154.

<sup>96</sup> Nos referimos a cuestiones como en lo musical que puede ir del pop a el rock pesado o punk

<sup>97</sup> *cfr.* Flores Dávila, Julia Isabel, *op.cit.*, p. 93.

grupos, pero no está considerado el de relacionarse a instituciones como lo son los partidos políticos o la iglesia, sino que desean pertenecer a grupos más actuales, más modernos, aunque estos resulten menos estables en tiempo. En ellos encuentran compartir los mismos gustos, estilos de vida, tipo de música, así como los valores orientados hacia la visión de vivir en un ámbito urbano (o semirural<sup>98</sup>), y por ello, toman el lugar de reunión como un espacio simbólico en donde se llevan a cabo las nuevas relaciones sociales, esto es, se están socializando.

Dentro de los elementos que toman l@s jóvenes para acceder a la inserción en la sociedad se toman en cuenta cinco factores:

- 1) “Las circunstancias personales,
- 2) Las relaciones con los demás,
- 3) Los centros educativos,
- 4) Los grandes medios de información, una parte muy importante del tiempo es absorbido en especial la televisión, que se convierte en un agente cada vez más poderoso de inserción en la sociedad,
- 5) La sociedad”<sup>99</sup>.

Es en esos espacios de socialización donde se puede fortalecer la capacidad de acción colectiva de l@s jóvenes, contribuyendo a su desarrollo personal, es decir, intensificando la integración de su experiencia y la vinculación de esa experiencia a proyectos específicos, donde se reconozca que las nuevas prácticas de l@s jóvenes como individuos o como grupo, están transformando el concepto de ciudadanía a través de una renovada preocupación por la colectividad, más allá de la política formal, del ambiente del hogar o de los patrones de consumo, y que se genera sobre todo, en sus espacios cotidianos y en su ámbito local<sup>100</sup>.

L@s jóvenes de hoy nacieron y crecieron en un ambiente político- social de cambios, de transformaciones en el país, por ejemplo:

- En el año 2000, los que contaban con 18 años<sup>101</sup>, nacieron en 1982, en ese año se manifiesta un momento contextual importante: el PRI comienza a tener pérdida de control distrital en el país.

---

<sup>98</sup> No olvidemos que en la capital, aún se encuentran delegaciones que son consideradas por el INEGI como zonas semirurales: xochimilco, tlahuac, milpa alta, por el tipo de actividad económica que se desarrolla.

<sup>99</sup> cfr. James S. Coleman y Torsten Usen. *Inserción de l@s jóvenes en una sociedad de cambio*, p. 35.

<sup>100</sup> Pérez Islas, José Antonio (coordinador), *Jóvenes e Instituciones en México 1994-2000. Actores políticas y programas*, México, IMJ, 2000, p. 154.

<sup>101</sup> Edad mínima para votar en el país

- La política se vio marcada por diversas transformaciones resultado de las reformas políticas de 1979<sup>102</sup>. Además, para esas fechas, se comienza a manifestar la pérdida en las urnas del partido hegemónico.
- Las familias mexicanas comienzan a tener mayor nivel de estudios, lo cual se refleja en algo de interés por la política, y se comienza a desarrollar una visión crítica de la situación que predomina en el país. Por tanto las familias empiezan a plantearse nuevas opciones en su vida política, pudiendo este factor ser transmitido a niños y jóvenes.
- En el período electoral de 1988<sup>103</sup>, año en que la oposición logró un avance significativo, los entonces niños nacidos en 1982, contaban con 6 años, edad en la que se ingresa al sistema escolar y comienzan a tener un vínculo más cercano a las actividades cívicas.
- Cabe señalar también que 1988, es cuando el estudio de la opinión a través de las encuestas empieza a ser considerado en el ámbito político<sup>104</sup>. Surge la inquietud por conocer lo que la opinión pública piensa y quiere. Las encuestas se convierten en herramienta para las estrategias, la información que generan es importante para la toma de decisiones.
- Los cambios realizados en el 88, se acrecentaron cuando en las elecciones de 1989, en el estado de Baja California, el PRI perdió por primera vez una gobernatura, siendo el PAN el triunfador. A partir de ese año, algunos estados de la república mexicana han ido optando por diferentes posturas políticas.
- Para 1998, en el estudio realizado por María de las Heras se midió la relación de los electores y su vínculo con algún partido, se presentó el hecho de que el PAN era el partido que se estaba fortaleciendo. Los grupos de la población que se encontraban relacionados a este partido eran: la clase media, *l@s jóvenes* y las amas de casa<sup>105</sup>.

De esta manera, tenemos que desde las elecciones de 1988, 1991 y 1994 la participación juvenil ha ido en incremento, resultado de su gran presencia en la población del país, lo que a su vez se refleja en el crecimiento de este sector en el padrón electoral, siendo lo más significativo el resultado de a dónde se van esos votos. “Al parecer y comparando los datos de 1991 y de 1994, los resultados favorecieron en 10 puntos porcentuales al PAN y en 9 al PRD, mientras el PRI retrocedió con un

<sup>102</sup> Tema que no será visto aquí, por no ser de competencia para este estudio, habiendo bibliografía al respecto.

<sup>103</sup> De las elecciones de 1988 se habla del fraude electoral del PRI, siendo el triunfador de esas elecciones el candidato Cuauhtémoc Cárdenas del partido del Frente Democrático Nacional en alianza con el Partido Popular Socialista, Partido Frente Cardenista de reconstrucción Nacional y el Partido Mexicano Socialista.

<sup>104</sup> Aunque anteriormente, ya se habían realizado algunas que no eran difundidas.

<sup>105</sup> De las Heras, María, *Uso y abuso de las encuestas*, p. 151.

margen de 8 puntos<sup>106</sup>". Lo anterior nos demuestra que el segmento juvenil es un promotor del cambio que se ha venido generando en el país, a través de la manifestación de su voto por lo que hasta ese entonces se consideraba oposición.

"Los datos estadísticos del padrón electoral del 97 muestran también una importancia cuantitativa notable de la juventud y de los 53 millones de habitantes inscritos que lo componen, 19 estaban comprendidos entre los 19 y 29 años de edad, con lo cual la proporción de jóvenes en dicho registro era 37.4%, lo que significaba más de un tercio de la población con posibilidad de sufragar<sup>107</sup>". Estos datos nos demuestran que el sector de l@s jóvenes es parte del ejercicio de la democracia en México, es parte de la expresión política del país.

Desde las campañas políticas de 1994 y 1997, la figura del y la joven ya comenzaban a ser tema en las plataformas políticas, y conforme se avanza en el tiempo se reitera su importancia, siendo que representan uno de los sectores de más peso en las contiendas electorales. Lo anterior es resultado del elevado porcentaje de población juvenil que hay en la actualidad dentro de la pirámide poblacional. En el cuadro 1 se observa el total de jóvenes que entre los 18 y 29 años estaban inscritos al padrón electoral en el año 1997: 19,854,023 que en términos relativos significaron el 37.44% de jóvenes en el padrón electoral.

**Cuadro 1**  
**Población inscrita en el padrón electoral y en la lista nominal,**  
**México, 1997**

<b>Grupos de edad</b>	<b>Padrón Electoral</b>	<b>Lista Nominal</b>
18-19	2 614 158	2 510 417
20-24	8 895 520	8 677 760
25-29	8 344 345	8 198 715
30-34	7 107 039	7 003 376
35-39	5 940 120	5 867 057
40-44	4 866 981	4 816 217
45-49	3 803 605	3 768 428
50-54	3 076 752	3 051 256
55-59	2 446 099	2 427 653
60-64	2 012 841	1 998 434
65 o más	3 914 738	3 889 650
<b>TOTAL</b>	<b>53 022 198</b>	<b>52 208 966</b>

Fuente: Coordinación de Informática del Registro Federal de Electores, junio de 1997.

En el año 2000, el 35.53% de l@s jóvenes entre los 18 y 29 años estaban en padrón electoral representando un importante segmento de votantes para invitar a participar. (Véase Cuadro 2)

<sup>106</sup> Fernandez Poncela, Anna, op. cit. p. 9.

<sup>107</sup> Ibidem, p. 10.

**Cuadro 2**  
**Población inscrita en el padrón electoral y en la lista nominal,**  
**México, 2000**

Grupos de edad	Padrón Electoral		Lista Nominal	
	Ciudadanos	Porcentaje	Ciudadanos	Porcentaje
18-19	2 096 302	3.65	1 646 080	2.99
20-24	9 013 402	15.68	8493 498	15.42
25-29	9 314 593	16.2	8 924 472	16.2
30-34	7 775 030	13.53	7 488 725	13.6
35-39	6 637 277	11.55	6 422 127	11.66
40-44	5 425 468	9.44	5 268 501	9.57
45-49	4 307 098	7.49	4 195 819	7.62
50-54	3 398 295	5.91	3 315 462	6.02
55-59	2 749 754	4.78	2 687 481	4.88
60-64	2 189 187	3.81	2 140 245	3.89
65 o más	4 567 987	7.96	4 492 465	8.16
<b>TOTAL</b>	<b>57 483 393</b>	<b>100.00</b>	<b>55 074 875</b>	<b>100.00</b>

Fuente: [www.ife.org.mx/RFE/estadist/html/nnal.html](http://www.ife.org.mx/RFE/estadist/html/nnal.html) año 2000

Gabriel Molina González, en *Cómo ganar las elecciones*, describe que l@s jóvenes quienes afirmaban que votarían por un candidato que representara un cambio para el país. Y así se manifestó el día de las elecciones del 2 de julio de 2000, cuando un 48.5%<sup>108</sup> de la población menor a los 30 años indicó haber votado por el candidato de Alianza por el Cambio en las encuestas de salida<sup>109</sup>.

Los resultados de la encuesta de salida realizada por Consulta Mitofski el día 2 de julio de 2000 nos demuestra que el 29.5% de l@s jóvenes votantes entre los 18 y 29 años ejercieron su derecho al voto<sup>110</sup>. Lo que significó que la gran mayoría de jóvenes participó en dichos comicios.

En las campañas de 1994 y 1997, la figura juvenil ya comenzaba a ser tema en las plataformas políticas, y conforme se avanza en el tiempo se reitera la importancia, debido a que representan uno de los sectores de más peso electoral en las contiendas.

El análisis del comportamiento electoral se ha analizado desde varias perspectivas: algunas relacionan voto e indicadores socioeconómicos. Otras determinan que la decisión electoral está vinculada a los grupos primarios o a la influencia del estrato social. Hay que agregar que a estas visiones les falta tomar en cuenta los nuevos espacios que median en el proceso de socialización, como lo son los *medios de comunicación*, las condiciones sociales del sujeto y los grupos de referencia. Sin

<sup>108</sup> Este dato se obtuvo del promedio entre el 50% de votantes comprendidos entre los 18 y 24 años, y el 47% del grupo de entre 25 y 29 años, que fueron los resultados que obtuvo el periódico Reforma en su encuesta de salida el día de la elección y fue publicada el 3 de julio de 2000, p. 8-A.

<sup>109</sup> La encuesta de salida ( o exit –polls), se realiza en el momento de que el elector ha salido de la casilla y ha emitido su voto. Esto se hace seleccionando a una muestra del total de las casillas. La finalidad de dicha encuesta es saber la tendencia de la votación y hacer una proyección del posible ganador de la contienda electoral.

<sup>110</sup> Cabe señalar que hay quien considera una forma de demostrar su insatisfacción con los partidos o con los candidatos anulando su voto o depositar la boleta en blanco. Esto también es parte del derecho de voto.

olvidar la evaluación que de los gobiernos realiza una población durante su desempeño.

## 2.6 *La condición de ser joven en la actualidad*

La población en la República Mexicana comenzó a transformarse dramáticamente y pasó de ser un país rural a uno con preponderancia urbano, como resultado de ese cambio tenemos la explosión demográfica en el Distrito Federal. “Se prevé que México continuará progresando en su perfil urbano para los próximos años. (...) la urbanización seguirá teniendo profundas consecuencias y ramificaciones en la vida económica, social, política y cultural del país”<sup>111</sup>. L@s jóvenes son y serán quienes vivan estos resultados.

En los tiempos actuales, la mayoría de l@s jóvenes ha transcurrido su vida en un mar de incertidumbre, no hay grandes esperanzas y ven con matices grises el futuro que les espera. Para ellos el contar con un empleo ocasional o eventual es normal, un trabajo estable o fijo es escaso, debido al modelo económico preponderante en el país y a las crisis derivadas de él y otros momentos.

“En los últimos años dos conceptos íntimamente ligados entre sí han sido definatorios en las sociedades contemporáneas: crisis y cambio. Ambos han marcado a la última generación joven del siglo XX o, visto de otra manera, a la primera del siglo XXI”<sup>112</sup>.

José Antonio Pérez Islas menciona que: “El panorama del sector juvenil en el México de umbrales del siglo XXI muestra que, en el año 2000, este sector constituye alrededor del 35% de la población nacional y se caracteriza por su dinamismo y movilidad. Debe destacarse que l@s jóvenes en la actualidad cuentan con un mayor nivel de instrucción respecto a generaciones anteriores, permanecen ahora más tiempo en la escuela”<sup>113</sup>.

De lo anterior se desprende que es importante identificar el proceso de incorporación y desarrollo de la juventud en las actividades productivas, sociales, políticas y culturales del país, que se encuentran sumergidas, precisamente en una profunda crisis en la cual han crecido y se han formado. Por otro lado, se presenta un acelerado cambio en diversos ámbitos: el uso de nuevas tecnologías, el paso de la transición democrática, la conciencia de la identidad de género, las profundas crisis económicas, el desempleo e inestabilidad laboral, entre otras cosas.

---

<sup>111</sup> CONAPO, *México en el siglo XXI*, p. 139, Publicaciones en línea: [www.conapo.org](http://www.conapo.org)

<sup>112</sup> Luis I. Sánchez Gómez, “Elementos para una política juvenil” en *México Joven. Políticas y propuestas para la discusión*, UNAM, México, 1996, p. 71.

<sup>113</sup> Pérez Islas, José Antonio (coordinador), *Jóvenes e Instituciones en México 1994-2000. Actores políticos y programas*, México, IMJ, 2000, p. 11.



Cabe mencionar que la población juvenil del país, se ubica, principalmente, en los sectores urbanos. CONAPO señala que más del 80% de l@s jóvenes se concentran en las siguientes entidades: Distrito Federal, Nuevo León, Baja California, Coahuila, Estado de México, Morelos, Colima, Tamaulipas, Quintana Roo, Sonora, Jalisco, Tlaxcala y Yucatán<sup>114</sup>.

En la actualidad, la población juvenil es el estrato más numeroso del país<sup>115</sup>. Por ello la importancia de analizar, estudiar y comprender las necesidades, inquietudes, propuestas y problemáticas de quienes se hallan en esta etapa de la vida. En la actualidad, las características de la socialización son representadas por nuevas imágenes, resultado de los tiempos en que viven l@s jóvenes urbanos. No se debe olvidar que en la actualidad desarrollan un papel de inclusión como individuos sociales, por ello buscan espacios de expresión que les permitan concretar sus sueños y aspiraciones.

La condición de lo juvenil, ha sido cuestionada al vincularse con temas de violencia o de movilizaciones masivas. Se habla de su actitud, de su comportamiento y de la falta de valores que presenta la nueva generación. También es importante evaluar el conflicto que entre generaciones se presenta y que pone a discusión la visión de los adultos.

Así que debemos entender que el análisis sobre la población juvenil requiere de mayores especificidades como se señaló más arriba. No es fácil describir en un concepto el ser joven, el entender la búsqueda y la construcción de la identidad a partir de las diferentes realidades en las que se encuentra inmerso, permitiendo entender que no existe una identidad juvenil, sino identidades juveniles que se proyectan y desenvuelven en espacios diversos. Por lo que nuestras definiciones tratan de ser una aproximación para razonar lo que conlleva a lo que se ha denominado juventud.

---

<sup>114</sup> CONAPO, *Situación actual de l@s jóvenes en México*, p. 13.

<sup>115</sup> Las proyecciones de CONAPO no son nada alentadoras, ya que dentro de 30 a 50 años la pirámide poblacional se irá modificando, y la población mexicana se irá convirtiendo en una población de adultos mayores.

***TERCERA PARTE***  
***Espacios nuevos y tradicionales de la***  
***socialización***

### **TERCERA PARTE: ESPACIOS NUEVOS Y TRADICIONALES DE LA SOCIALIZACIÓN**

En la actualidad podemos hablar de dos tipos de espacios y agentes que convergen en la socialización política de I@s jóvenes: los denominados tradicionales como la familia y la escuela, y desde hace unos 50 años a la fecha, los medios de comunicación, los cuales están siendo cada vez más un nuevo agente de socialización. También se puede ubicar a las nuevas tecnologías que están inmersas en la vida cotidiana de las generaciones actuales.

Los medios de comunicación masiva en la actualidad ocupan un papel preponderante debido a que proporcionan informaciones, generan juicios sobre acontecimientos, además de ofrecer modelos de comportamiento. También hay que señalar que los contenidos transmitidos repercuten en un gran volumen de la población, y su impacto es mucho mayor que la información inculcada por otros agentes o espacios socializadores.

Los medios de comunicación son considerados en esta investigación como *nuevos* agentes del proceso de socialización al proporcionar información que tradicionalmente la familia y la escuela proporcionaban. Por ello se hace mención que en la actualidad ya no tienen relevancia, sin embargo, hay ciertos tópicos en los que continúan siendo agentes primordiales pero en otros están siendo sustituidos, y que podemos apreciar en los resultados de la Encuesta de Juventud el ámbito político es uno ellos.

Se ha demostrado que con la llegada de los medios de comunicación al interior de las vidas de las personas, es decir al instalarse en sus hogares, como lo ha hecho la televisión, hábitos y costumbres han venido a transformarse por lo que ahora los temas de discusión giran en torno a lo que se ve.

En este punto es importante señalar que es la **Comunicación Política**, Meadow la define como "el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencias para, el funcionamiento de los sistemas políticos"<sup>116</sup>.

Una visión institucionalizada de la comunicación política, es la de D. Nimo cuando sostiene que "una comunicación (actividad) puede ser considerada política en virtud de las consecuencias (actuales y potenciales) que regulan la conducta humana bajo ciertas condiciones de conflicto"<sup>117</sup>.

**La comunicación política para el caso de esta investigación se define como el efecto comunicativo que informa a la población sobre el ámbito de la política.**

---

<sup>116</sup> MONZON, Cándido. 1996. "Opinión pública y comunicación política". Madrid, España. Editorial Tecnos S.A. p. 218

<sup>117</sup> Ibidem

### 3.1 Los espacios en dónde se genera la socialización política

Un espacio contiene a todos los objetos y/o sujetos que coexisten en un tiempo dado. Por lo que son aquellos lugares o zonas, en donde los individuos pueden acceder y/o encontrar a otros individuos y/o información para interrelacionarse, los cuáles les brindaran nuevos marcos de referencia.

Por Participación política entenderemos las situaciones en las cuales el individuo contribuye directa o indirectamente en una situación política.

<b>Diferencias entre Participación y Espacio de Socialización</b>	
<b>Participación</b>	<b>Espacio de Socialización</b>
Afiliación a un partido político	Hogar
Asistencia a actos políticos	Escuela
Ejercer el derecho a votar	Trabajo
	Espacios públicos <sup>118</sup>

### 3.2 La escuela

La educación representa una de las bases más sólidas en las que sustenta el progreso una nación, así como la superación individual. En México, la educación es un derecho constitucional, y esta condición presupone entre l@s jóvenes mejores oportunidades de vida.

Tradicionalmente, la escuela tiene un papel importante en la transmisión de los valores preponderantes de la sociedad. La educación sirve para potenciar y socializar las cualidades humanas: cívicas, morales, ciudadanas, objetivas, concretas, transformadoras<sup>119</sup>.

Anteriormente, se señaló que los pares son considerados como una fuerza crítica para mantener el complejo balance entre estabilidad y cambio en la orientación política, tan importante para el individuo como para su comunidad política. Uno de los lugares donde se genera este ejercicio es en la escuela.

La comunidad escolar actúa como transmisora de actitudes sociales y políticas. Es la educación que se inculca en el salón de clase la encargada de propagar y perpetuar los valores dominantes en la sociedad.

<sup>118</sup> En este trabajo se entienden por espacios públicos aquellos lugares en donde se congregan y confluyen grupos numerosos de personas, donde pueden interactuar entre ellas, como parques, plazas, centros de entretenimiento, etcétera.

<sup>119</sup> *cfr.* Cajas, Juan y Ubaldi, Norma, *Las experiencias de educación cívica: programas y campañas*, en <http://deceyec.ife.org.mx>, p.1.

Marcia Smith-Martins define su perspectiva acerca de la importancia de los procesos de socialización política que se viven en la escuela: “son vistos como fundamentales para la formación de una cultura ciudadana y participativa, inseparable del desarrollo social, pues están vinculados con las formas de interpretar, relacionarse y experimentar la vida política y el poder”<sup>120</sup>.

La escuela es una importante institución en el proceso de socialización debido a que transmite patrones estables de comportamiento y valores de preparación desde la niñez hasta la juventud, para que posteriormente los individuos asuman los roles que ha establecido la sociedad. También proporciona algunas herramientas y habilidades necesarias para operar en el mundo adulto las cuales se van reafirmando con la edad.

Después de la familia, es en los centros escolares, donde los niños comienzan a convivir con otras figuras de autoridad. Las sociedades educan y enseñan a través de una amplia variedad de agentes como son: la familia, la iglesia, los medios de comunicación, entre otros.

Un objetivo del centro escolar es inculcar normas culturales para permitir ser miembros de un orden social, a esto se le llama enseñanza. La enseñanza tiene consecuencias en la vida política, sin embargo, representa solo una parte de lo que se entiende por socialización política, al formar las orientaciones de los niños y jóvenes estudiantes, ello se debe a que los programas de educación proveen de los valores políticos que se presumen como “adecuados” para desarrollar una visión propia del orden sociopolítico.

Un elemento importante que la escuela ofrece en el proceso de la socialización política es el plan de estudios. Este refuerza y orienta los valores culturales de una determinada sociedad y permite la formación de ideología.

En ciertos países, con un régimen político dominante, los planes de estudio, nos permiten observar cómo se presenta de manera dirigida el espacio donde se establece la ideología. Además, el plan de estudios contiene cierta información para el conocimiento acerca de la vida política, así como la lealtad a su nación.

En algunos planes educativos se promueve una identificación con el sistema democrático, a través del conocimiento de la Constitución, de las funciones de la sociedad la historia de una nación: los mitos y leyendas, las políticas y programas actuales<sup>121</sup>, y que son pensadas selectivamente para mantener un sistema político.

Para ello, en la escuela y en el salón de clase se presenta una especie de ritual, en donde los valores políticos son transmitidos a través de actos como el saludar a la

---

<sup>120</sup> Smith-Martins, Marcia, *Educación, socialización, política y cultura política. Algunas aproximaciones teóricas*, en *www. Educación formal/cultura política/ conflicto social/ reproducción social/ formación ciudadana*.

<sup>121</sup> *cfr.* Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *op.cit.*, p. 152.

bandera, cantar el himno nacional, hacer honores a los héroes nacionales y festejar los actos conmemorativos. Desde la niñez, el sujeto está expuesto a símbolos patrios, lo que va construyendo el respeto a la nación y sus instituciones.

Es en la niñez cuando la escuela y la familia tienen una alta influencia en el individuo. En esta etapa se está más receptivo para adoptar dichos rituales, actos que son imitados por los niños que observan que esas orientaciones son muy valoradas por los adultos: sus padres y maestros a los que respeta y admira.

Es en los salones de clase donde se van construyendo los puntos de vista de los que serán los nuevos ciudadanos, en este momento el proceso de socialización se ubica en la fase de socialización secundaria.

Uno de los objetivos de la educación es educar al hombre en el arte de convivir con los demás, es decir, de socializar su experiencia en el seno de la comunidad política; de educarlo en los valores, normas y costumbres de determinada cultura nacional<sup>122</sup>. El conjunto de todas estas acciones ayuda a proveer al estudiante de habilidades apropiadas para integrarse en la pluralidad que implica el mundo político de los adultos. A su vez, le permite desarrollar sus orientaciones políticas.

Para Almond y Verba la relación entre educación y orientación política es de suma importancia. Así lo demuestra el estudio que realizaron entre los años de 1959 y 1961, que aplicaron a cinco países: Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Italia y México<sup>123</sup>. Los resultados fueron:

1. La persona más educada está más atenta al impacto causado por el gobierno que un individuo menos educado.
2. El más educado es más probable a afirmar que da seguimiento a la política y pone atención a las campañas electorales que una persona con menos educación.
3. El sujeto con más grado educativo tiene mayor información política.
4. La persona más educada cuenta con una visión más amplia de la problemática política.
5. El educado está más dispuesto a discutir del tema.
6. El individuo con mayor educación discute el tema con un número de sujetos más amplio, a diferencia del menos educado, que solo recurre a ciertas personas.
7. Los más educados se sienten capaces de influir en el gobierno.
8. Manifiestan que pueden ser miembros de alguna organización.

---

<sup>122</sup>. cfr Cajas y Ubaldi, *op.cit* p.5.

<sup>123</sup> México fue seleccionado en ese momento por considerarse un país con una democracia no integrada. Contar con un elevado índice de industrialización y urbanización, así como un aumento en el nivel educativo. Almond, Gabriel y Verba, Sidney, *La Cultura Cívica. Estudio sobre la percepción política en 5 naciones*, Euramérica; Madrid, España, 1970.

9. La persona más educada expresa su confianza en el ambiente social que le rodea<sup>124</sup>.

Dicho estudio fue realizado a fines de los años sesenta, en donde las condiciones socioeconómicas y políticas de México eran otras. A últimas fechas se ha visto que la persona con mayor nivel educativo no necesariamente está más vinculada a la esfera de la política. Esto también aplica para l@s jóvenes, quienes en la actualidad permanecen mayor tiempo en la escuela sin que se vean inmersos en organizaciones que promueven la participación política.

Por un lado, el nivel escolar de una persona influye en su forma de entender el mundo de la política; así como las representaciones que tiene sobre ésta. Por ello, los individuos con un alto grado de educación generalmente perciben el ámbito político y tienen una posición diferente a los que tienen un nivel educativo bajo. Esto en el supuesto de que el individuo más educado está más informado. Pero, en l@s jóvenes esto no siempre es cierto. La educación escolarizada significa, para ciertos individuos, una ventana a mejores oportunidades laborales que se ve reflejado en un mejor nivel y calidad de vida, aunque esto también sea considerado una aspiración entre la juventud.

En el mismo sentido a lo propuesto por Almond y Verba; V. O. Key en *Opinión Pública y Democracia Norteamericana (1961)*<sup>125</sup> menciona al respecto cuatro dimensiones para el rol del ciudadano que es influenciado por su nivel de educación:

- a) Las personas mejor educadas tienen un fuerte sentido de obligación a participar en la vida política de la nación que las personas con menor educación;
- b) El ciudadano educado tiene un gran sentido de la eficacia política, siente que puede influir en los procesos políticos y que tiene acceso a los canales del poder;
- c) El ciudadano mejor educado está más involucrado en la problemática política, y
- d) La educación está fuertemente relacionada a la probabilidad de que el ciudadano pueda ser políticamente activo<sup>126</sup>.

Por lo anterior, podemos entender que la conducta cívico-política de los individuos se deriva en primera instancia de elementos adquiridos durante el proceso de

---

<sup>124</sup> cfr. Almond y Verba, *op. cit.*, p.380-381.

<sup>125</sup> Cfr. Dawson y Prewitt, *op cit.* p. 176.

<sup>126</sup> apud. Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *op.cit.*, p. 176.

socialización y luego en las actividades educativas ex profeso, como pueden ser la educación en la escuela, la enseñanza del civismo y la educación política<sup>127</sup>.

Además de los agentes de socialización mencionados, las actividades extracurriculares que se desarrollan a partir de la convivencia en la escuela, como los equipos deportivos, los círculos de estudio, las agrupaciones teatrales, las comunidades religiosas, los grupos políticos de estudiantes, son formas de socialización secundaria. Estas asociaciones afectan también en las orientaciones políticas, ya sea en forma directa o como formadores de ideología, debido a que proporcionan experiencia y preparación para ser partícipes en actividades colectivas. También son grupos de referencia política al influir en ideas y valores.

“Para resumir, la educación y los grupos pares permanecen consolidados alrededor de la familia. Es lógico asumir que las percepciones de autoridad que se generan en la familia, conservan, generalmente, su preeminencia a pesar de las modificaciones y refinamientos provenientes de las experiencias con los compañeros y la exposición a los medios<sup>128</sup>”.

De tal forma que desde esta perspectiva podemos advertir la influencia de la escuela como uno de los espacios que se presentan en el proceso de aprendizaje político durante la niñez y la juventud. Es la escuela como espacio de socialización quien transmite valores y actitudes, es aquí en donde la socialización política toma otra dimensión, a diferencia de la familia y del grupo de pares. También se le asocia a la idea de generador de un “espíritu cívico” dentro de los ciudadanos. Dicho espíritu cívico es, en términos antropológicos una cuestión de lealtades o al menos un sentido de pertenencia identitaria con una sociedad en particular<sup>129</sup>.

Por ello, la escuela debe evolucionar y ser el espacio que proporcione el aprendizaje que permita distinguir, discriminar, revalorar y seleccionar concepciones que permitan la asimilación de la cultura, de la sociedad, de la política.

### 3.2.1 *El Profesor*

El profesor participa como un agente más en el proceso de socialización política, tiene considerable peso en las orientaciones políticas de los individuos desde la niñez, resultado de su importancia en la colectividad, y es uno de los modelos de autoridad política. El educador es visto como un representante de la sociedad y compañero en la

---

<sup>127</sup> cfr Cajas y Ubaldi, *op.cit* p.17.

<sup>128</sup> Sydney Kraus y Dennis Davis, *Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político*, México, Trillas, 1991, p. 28.

<sup>129</sup> .cfr Cajas y Ubaldi, *op.cit* p.5.



tarea de educar a los niños y jóvenes, es respetado y se espera que sea un guía tanto en las conductas como en los valores sociales.

El maestro es a menudo uno de los modelos de autoridad política con el que se llega a identificar un estudiante. Por lo cual, influye en el crecimiento político del alumnado, al establecer algunos tipos de aprendizaje cultural o del sistema social en el salón de clases: la obediencia y la competitividad son aspectos de importancia en el aprendizaje del ámbito político.

Se ha visto que en la escuela se obtienen conocimientos sobre actitudes, valores y ritos que se desarrollan en la cotidianidad de un país. A su vez, existe la figura de autoridad y respeto que, entre los estudiantes, representan algunos profesores. Por último, tenemos que en ese espacio de socialización existe una convivencia con el grupo de pares que como ya se vio pueden llegar a ser modificadores de opiniones y comportamientos.

La escuela, la familia y la iglesia en épocas anteriores eran los principales agentes y espacios de socialización política tradicional. En la actualidad se van ubicando nuevos agentes y espacios en donde los jóvenes se informan del ámbito político, es el caso de los medios de comunicación quienes tienen una fuerte influencia en hábitos, actitudes y consumo entre la juventud.

### 3.3 *El impacto de los medios de comunicación en la socialización política de los jóvenes*

Entorno al tema, existe una larga discusión. Por un lado, hay quienes manifiestan que los medios de comunicación generan una influencia entre los individuos. En contra parte, los críticos de la influencia de los medios de comunicación, señalan que hay un ser pensante que analiza la información recibida de ellos por lo que selecciona y discute lo que recibe. En tanto, la discusión continúa. Para ello, primero debemos conocer qué se entiende por comunicación.

La comunicación requiere de un emisor quien elabora el mensaje con códigos identificables por el receptor, lo emite a través de un canal o medio y quien recibe y da respuesta a la información transmitida es un receptor. La comunicación es una forma de constituirnos como individuos y como sociedad.

Existen diferentes tipos de comunicación como la *interpersonal*, esta es una relación que se crea entre dos o más sujetos y que se puede señalar que es cara a cara. Por su parte, la comunicación *grupal* se genera entre miembros de una colectividad o grupo en donde se desarrollan símbolos propios que permiten la identificación grupal.

En la comunicación *masiva* o colectiva, el receptor es una gran colectividad, en su mayoría dispersa, que recibe mensajes a través de los medios de comunicación,

también conocidos como *mass media* o *media*. La comunicación masiva acompañó el surgimiento de las sociedades modernas.

En este caso hablamos de la comunicación masiva que nos transmiten sobre política o lo que se conoce como comunicación política. Por comunicación política entendemos cuando la comunicación interviene o difunde información del ámbito político. De ahí surge la cuestión *¿En qué grado o medida hay un impacto de los medios en la decisión del voto, principalmente en I@s jóvenes electores?*

“El individuo no es solamente un consumidor que merece alguna opción al seleccionar los objetos de consumo; es partícipe también de una comunidad o comunidades políticas donde la formación de la opinión y el ejercicio del juicio dependen hoy, en cierta medida, de la disponibilidad de información y de la expresión de diversas ideas a través de los medios de comunicación masiva<sup>130</sup>”.

En las sociedades actuales los medios de comunicación desempeñan un papel importante en la información, promoción y formación. Sea en función de entretenimiento, como agente socializador o en su función informativa, tienen impacto en las creencias, opiniones y valores de los individuos. Por ello, son considerados un poderoso agente de socialización política, principalmente la televisión. Invaden nuestros espacios vitales y modifican nuestras experiencias sobre el mundo; por ende, tienen cada vez mayor influencia en la esfera política. Son parte constitutiva de la vida política y su impacto crece junto con la construcción de la democracia. También permiten mantenernos informados de los sucesos sociales, económicos y políticos, tanto de escala nacional como internacional. Al respecto, Raúl Trejo comenta: “en el terreno de la política, los medios electrónicos desde hace rato han sido imprescindibles y cada vez más dejan de ser instrumentos, para convertirse en actores de los procesos políticos, con agendas e intereses propios<sup>131</sup>”.

La prensa, la radio, la televisión, las revistas, internet, en la época actual son agentes de socialización política. Inciden en las percepciones de los diferentes grupos de la población que consume cada uno de los medios, principalmente en lo relacionado al ámbito político. Modelan sentimientos, identidades, creencias, valores, es decir, impactan en ciertas elaboraciones cognitivas que posteriormente se ven reflejadas en los diversos comportamientos. En ese sentido los medios van modernizando las costumbres y son agentes importantes en los cambios sociales.

Al respecto Giovanni Sartori enfatiza: “las noticias de mayor repercusión, de mayor importancia objetiva, son las que tratan de información política, (...) saber de política

---

<sup>130</sup> Thompson, John B., *Ideología y cultura moderna*, México, UAM-X, 1998, p. 379.

<sup>131</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001, p. 20.

es importante (...) porque la política condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia”<sup>132</sup>.

En el caso de l@s jóvenes capitalinos, es importante ver que a través de los medios de comunicación, sobre todo en lo transmitido por televisión se informan de lo que acontece en la actualidad, constituyen así en uno de los segmentos de la población que más los consume<sup>133</sup>. Sin embargo, existe una manifestación generalizada entre la juventud mexicana, es su apatía al tema política, el cual evitan o procuran no charlar.

En la actualidad l@s jóvenes tienen otras formas de comunicación a través de las nuevas tecnologías, tales como internet y en donde existe un espacio denominado chat, ahí se relacionan con otros jóvenes de diferentes partes del país o del mundo, en una conversación inmediata pero sin contar con una identificación física, es decir persona a persona. Es una nueva forma de socializar y conocer gente de otros lugares.

La aceleración del ritmo de vida, la rápida renovación y diversificación del conocimiento, así como el continuo flujo de información, han dado paso a la denominada sociedad de la información. En ese sentido, las innovaciones tecnológicas han provocado transformaciones en todos los ámbitos que rodean al individuo, esto se ve claramente en la evolución que han tenido los medios de comunicación, a través de los satélites, internet, los teléfonos celulares, etcétera. De tal forma que las sociedades han cambiado sus percepciones, y la manera en que la información llega a ellas. El proceso de la socialización política, en los últimos años no ha escapado a estos cambios.

Desde 1961 Schramm, Lyle y Parker ya señalaban la importancia que se estaba dando de los medios de comunicación, primordialmente de la televisión, por parte de los políticos, con la creencia de que en los *media* se favorece la asimilación y desarrollo de actitudes políticas<sup>134</sup>.

En este tenor Raúl Trejo afirma que: “Los medios de comunicación de masas contribuyen cada vez más a moldear las preferencias políticas, son instrumentos indispensables en la creación y destrucción de consensos, se han vuelto escenarios pero también protagonistas (...) Son referente indispensable para ciertos sectores de la sociedad, si lo vi o escuche en los medios de comunicación” *es verdad*”.<sup>135</sup>

---

<sup>132</sup> Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 9ª reimpresión, 2000, p. 65.

<sup>133</sup> L@s jóvenes son uno de los segmentos de la población que más consume los productos que la televisión anuncia, son grandes consumidores de la imagen de sus ídolos y de la música (de lo que se desprende la industria musical tanto en discos compactos, revistas, videos musicales o videoclips)

<sup>134</sup> *apud.* Sydney Kraus y Dennis Davis, *Op. Cit.*, p.21.

<sup>135</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001, p. 51.

Es en los *media* donde se obtienen intervenciones de los eventos políticos que van fluyendo en sus distintos formatos. Por tanto, en la actualidad, se les considera un eficaz agente dentro del proceso de socialización política, en el entendido de que la información transmitida por ellos facilita la interiorización de valores, formas de pensar y de actuar; de tal manera que también permiten ir transformando las orientaciones hacia la política de sus públicos.

José María Canel menciona cuatro puntos relevantes en torno al papel de los medios de comunicación como agente de socialización política.

- 1° A menudo son los medios quienes actúan como transmisores de indicadores políticos.
- 2° La información transmitida por los medios se lleva a cabo en un “flujo en dos pasos”; esta teoría comunicativa presupone que los medios masivos de comunicación tienen efectos directos sobre sus usuarios.
- 3° Los medios tienden a reforzar las orientaciones políticas existentes, pero también crean unas nuevas.
- 4° Los mensajes de los medios de comunicación son recibidos e interpretados en el marco social y en el contexto socialmente condicionado por predisposiciones<sup>136</sup>.

Se puede afirmar entonces que los medios actúan como mecanismos que refuerzan las lecciones aprendidas en el seno familiar, la escuela, los pares y otros agentes de aprendizaje político. Así, los medios de comunicación afectan el desarrollo de las actitudes y de las opiniones, primordialmente, en conjunción con otros agentes de socialización, especialmente la influencia de los grupos pequeños o personales como los pares.

En ese mismo sentido, Wolton señala que “los medios llegan a ser el único patrón de legitimidad. (...) La comunicación llega a ser el criterio último, en virtud del siguiente silogismo: lo que se conoce se mediatiza y por lo tanto lo que es legítimo se mediatiza. Lo que no es mediatizado, no sólo no se conoce, sino que definitivamente no es legítimo<sup>137</sup>”.

Arriba fueron mencionados los avances tecnológicos, porque permiten a los medios de comunicación llegar en todo momento, circunstancia y acontecimiento. La señal vía satélite o microondas facilita la inmediatez de la información. Los ciudadanos se

---

<sup>136</sup> cfr. Canel, José María; *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Madrid, Tecnos, 1999, p. 24-26.

<sup>137</sup> Wolton, Dominique, “Las contradicciones de la comunicación política” en *Comunicación y política*, Barcelona, Gedisa, 1998, p 119-129.

enteran de lo que sucede justo en el momento en que se está llevando a cabo, de tal forma que le permite crearse una visión de los hechos.

Asimismo, los medios de comunicación se están convirtiendo en un elemento primordial en las sociedades actuales. Ellos representan un papel clave en la rápida transformación de los individuos.

La incidencia que tienen los *media* en la formación de actitudes y comportamientos de niños, adolescentes y jóvenes<sup>138</sup>, es relevante ya que juegan un rol muy importante en los procesos de enseñanza, estos sectores de la población, son de los grupos que más consumen los distintos productos que los medios les ofrecen, y tienen efectos en sus conductas.

En México, más del 95%<sup>139</sup> de la población prefiere informarse de lo que acontece a través de la televisión. Por ello se puede afirmar que los medios, principalmente la televisión, ocupa una parte importante de sus pasatiempos y atención. Es a través de ella como se enteran de lo que sucede en la actualidad, dando como resultado un efecto de socialización entre estos sectores de la población. Asimismo influye en los valores y los modelos idealizados que presenta con una fuerte carga emotiva.

### 3.3.1 *La televisión*

Dentro de los protagonistas de la comunicación política y que impactan en la socialización política de la población se encuentran la radio, la prensa, y sobre todo, la televisión, que a fines de los años cincuenta cambió radicalmente hábitos de ocio, de consumo y comenzó a contar con un lugar privilegiado al interior del hogar.

Los grupos de la población, al contar con nuevos agentes y espacios en su percepción, van otorgándoles cierta preferencia a aquellos que proporcionen una información más inmediata.

La televisión tiene una preponderancia como nuevo agente de socialización, penetra con mayor facilidad en los hogares. También cuenta con un gran poder de difusión y su impacto se genera básicamente por que se dirige a la esfera emocional más que al racional del público. Además expone tanto a niños como jóvenes a temas y comportamientos que los adultos habían intentado ocultarles. Por ello, es el medio que provoca más cambio y produce mayor sensación de movilidad en la sociedad. Muestra los cambios de costumbres, indica lo que es la moda, señala formas de vida, genera estereotipos, y por ello, se ve involucrada en la construcción de la identidad en muchos sectores de la población como es el caso de l@s jóvenes.

---

<sup>138</sup> A últimas fechas otro medio que ha despuntado es la internet y los video juegos como nuevas formas de entretenimiento, conocimiento y socialización.

<sup>139</sup> Resultados de la Encuesta Nacional de Consumo y Prácticas Culturales realizada por la UNAM para CONACULTA en 2004.

Neil Postman sostiene que los medios de comunicación y en especial la televisión están alterando el proceso de socialización de niños (y jóvenes), puesto que el acceso a la información supone el desvelamiento a lo que antes era considerado como secretos, sobre todo en los temas de sexualidad, violencia y la competencia de los adultos para dirigir el mundo<sup>140</sup>.

A través de la televisión nos transportamos a una infinidad de mundos distintos al nuestro, que en la realidad serían inaccesibles. Crea una facilidad para entrar y guiarse en la complejidad de la información, a su vez genera una fascinación por las imágenes, la velocidad en que se proyecta, la inmediatez. Para I@s jóvenes estas formas narrativas son fáciles de interpretar y crean identificación con su forma de vida. En ese sentido es importante ubicar cómo se refleja o como se percibe la juventud a través de los medios.

Por su parte, los noticieros televisivos, son importantes transmisores de numerosos mensajes, todos los días comunican acerca de los sucesos que acontecen en la esfera de la política. En este sentido Bourdieu afirma que “la televisión, que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea una realidad. (...) el mundo social está descrito-prescrito por la televisión (...) se convierte en el árbitro del acceso a la existencia social y política”<sup>141</sup>. El cambio en el individuo se produce por el hecho de informarse viendo.

Como resultado de ese reflejo de la realidad, la población presta atención a los mensajes de los *media*; pero sólo atiende con mayor ahínco a la información cuando está de acuerdo con la perspectiva de los hechos. Así, cada ciudadano cuenta con su visión de la esfera política, social, económica, resultado de la experiencia que ha acumulado a lo largo de su vida. Tiene sus propias actitudes, creencias y sentimientos con referencia a cada uno de esos ámbitos. En ese sentido, en lo que respecta a I@s jóvenes, reciben información reflejo de la globalización la cual asimilan resultado del dominio que tienen por convivir con esa complejidad audiovisual y con su coexistencia mediática. De ahí que se vayan apropiando de ideas, costumbres y hábitos diferentes a los que se desarrollan en su ambiente cultural.

De acuerdo con lo que comenta Mouchon, nos referimos a que los medios están supliendo la enseñanza tradicional de ciertos segmentos de la población; tales como los niños, I@s jóvenes, siendo estos sectores de los mayores consumidores en la sociedad mexicana<sup>142</sup>. Así, en muchas naciones, la población se informa mirando las

---

<sup>140</sup>Neil Postman en Sánchez, Elena y Rodríguez Diéguez, José Luis; “Familia y medios de comunicación de masas” en Revista Comunicar, número 10, 1998, p. 54.

<sup>141</sup>Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 3a. Edición, 2000, p. 28.

<sup>142</sup>*vid supra*. La ausencia de interés de la sociedad mexicana por la lectura la acerca a consumir formas más simples y que exigen menor implicación racional, como la televisión.

noticias televisadas, porque para buena parte de ella, la imagen es garantía de la verdad<sup>143</sup>.

Además, el papel que está jugando la televisión como agente socializador es el de acelerar o retardar una acción en la sociedad y/o de llevar al extremo movimientos que ya están presentes en ella, tales como: la desintegración familiar, las condiciones de trabajo, la inserción laboral de la mujer, la tasa de fecundidad, el promedio de vida, la cuestión de género. Por ello hablamos de su papel como nuevo agente de socialización política entre la juventud.

Ejemplo del impacto que tienen los *media*, tenemos el comportamiento político, que influenciado por el manejo de la información, los debates televisivos, los “spots”, es decir, todo lo relacionado con las campañas, los procesos electorales, y lo relacionado con la administración gubernamental, puede impactar en ciertos sectores de la población –como se mencionó anteriormente, afecta en aquella con menor nivel de información.

Algunos de los alcances persuasivos de la televisión, sobre todo en política son:

- Crear opiniones o actitudes entre las personas.
- Reforzar actitudes ya existentes.
- Disminuir las ya existentes, sin llevar a cabo una transformación.
- Generar en las personas un punto de vista opuesto al que mantenían.

Existe una preferencia de las audiencias por la televisión frente a otros medios. En ese sentido, Mouchon señala las siguientes consecuencias que este medio ha traído a las sociedades:

- Señales vía satélite y transmisiones en vivo.
- Noticias como espectáculo y espectáculo como noticias.
- La competencia bajo las mismas reglas, en este sentido señala a la publicidad como campo a imitar.
- Se presenta una nueva estructura en el ejercicio periodístico, considerada como una acelerada manufactura y en donde la más importante es la búsqueda de imágenes impactantes.
- Existe un predominio de la imagen como influjo en las emociones del espectador.
- Se manifiesta una pérdida de credibilidad.
- *Se percibe a la información como una mercancía más.*

---

<sup>143</sup> cfr. Mouchon, Jean, Política y medios. *Los poderes bajo influencia*, España, Gedisa, 1999 p. 26.

- *La política como un tema más de los medios*<sup>144</sup>.

Si hablamos de un distintivo de la televisión frente a la política, es la producir noticias como espectáculo y espectáculo como noticias. Así, al insertarse la política en ese medio se modifica su propia estructura para dar preponderancia al medio: la televisión.

Autores como Alejandro Muñoz (1999) señalan que la televisión es “el medio que marca el ritmo de la actualidad, no sólo influye en los otros medios a los que, de alguna manera, somete a su imperio, sino que ha transformado a fondo el modo de hacer política imponiendo su dictado al proceso democrático. La política depende ahora más que nunca de los medios y sobre todo de la televisión. Más que el parlamento, la televisión es el gran foro público donde se debate lo que a todos atañe y donde se libran las batallas por el poder. El acceso y el control de los medios son en la actualidad el máximo recurso estratégico, y tanto los líderes como los partidos políticos consideran a los tiempos y espacios que logran ocupar en los medios como las divisiones con que cuentan para vencer a sus adversarios. Porque la televisión ya no es sólo la cancha en la que dilucidan las batallas políticas, sino también el arma que se utiliza para asegurarse la victoria en las mismas<sup>145</sup>”.

Con lo anterior se pone a juicio el debate público y el control de los medios quienes son vitales para las nuevas formas de acuerdo político, por lo que sólo aquellos que tienen acceso a los medios pueden obtener una mayor cantidad de votos. La comunicación política se ha visto afectada por la televisión debido a que se privilegia este medio frente a los otros en la transmisión de información, resultado de ello es el gasto excesivo que se realiza en medios de comunicación durante los periodos de campañas políticas.

Kraus y Davis afirman en lo que respecta al impacto de la televisión en el proceso de socialización política “contamos con razones para asumir que los medios masivos, especialmente la televisión, juegan un papel decisivo en la socialización política. Actualmente, los niños (*y jóvenes*) crecen en un mundo que ha sido transformado por la comunicación masiva. Es de esperarse que continúe esta transformación en tanto los medios masivos... se desarrollen y den servicios de importancia creciente en la vida cotidiana de los niños (*y jóvenes*)”<sup>146</sup>.

También en ese sentido se ubica la propuesta de Sartori cuando menciona que: “La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideía* \* ”.

En el caso de México, los medios de comunicación comenzaron a ser utilizados con fines políticos en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari, se puede decir que se empezó a hacer uso de la comunicación política, a través de los spots de televisión que hacían referencia al *Programa Solidaridad* que se ejecutó durante ese gobierno. El

<sup>144</sup> *cf.* Mouchon, Jean, Política y medios. *Los poderes bajo influencia*, España, Gedisa, 1999 p. 9-71. Los subrayados son nuestros.

<sup>145</sup> Muñoz, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio; *Democracia mediática y campañas electorales*, Barcelona, Ariel Comunicación, 1999, p. 89.

<sup>146</sup> *cf.* Sydney Kraus y Dennis Davis, *op. cit.*, p. 23 (las cursivas son nuestras).

\* *Paideía*, de origen griego, denomina el proceso de formación del adolescente (pais, piadós), en Sartori, Giovanni, *op. cit.*, p. 36



tema de los anuncios (o spots) era demostrar las virtudes del programa y de los beneficios que se podían obtener si se solicitaba el apoyo. Es así que se da inicio a una nueva forma de informar del quehacer político a la población.

También, en ese periodo, se inició el uso de las encuestas de opinión pública en el país para contar con un clima de opinión y conocer las percepciones, actitudes y opiniones de los mexicanos.

“En una sociedad en transición como sucede con la que tenemos en México, nos encontramos ante una crisis de credibilidad, entre otros atributos decadentes, de los partidos e incluso de la política misma. Los medios masivos no crean nuevas realidades, pero sí amplifican las distorsiones o los contrastes de la diversificada realidad social. Y, en el plano de la cultura política o de la cultura ciudadana, llegan a tener efectos desorientadores o distorsionadores en los segmentos que conforman a la opinión pública...

Los medios de comunicación, de tal forma, no forjan nuevas actitudes, pero sí contribuyen a matizar, a exagerar o a confirmar las que ya existen: una sociedad predispuesta a la desconfianza, encontrará verificadas sus certidumbres en medios de comunicación que documenten o que cuestionen la animosidad, por ejemplo, contra las instituciones o el quehacer públicos<sup>147</sup>”.

Resultado de la unión entre lo público y lo privado que se desvanece, los medios de comunicación hoy en día juegan uno de los papeles más importantes en la formación de la opinión pública. Se cree que tienen el poder de cambiarla. Aunque otro papel notable es que ponen en la agenda los temas a discutir.

### 3.4 *La opinión pública*

La opinión pública es un espacio en donde converge el proceso de socialización política y en donde se aprende de dicho ámbito.

En torno al concepto de opinión pública, autores como Price, señalan que es resultado del manejo de dos visiones antagónicas. En primera, el término de *opinión* nos refiere a una racionalización de carácter individual sobre un hecho, un tema o un asunto. En tanto que la locución *pública*, se vincula con la comunidad, con la *res-pública*, con el bien común. En su conjunto, se ve a la palabra opinión pública como el resultado del ámbito de lo social<sup>148</sup>.

James Bryce en su libro *Democracias Modernas* dice que la opinión pública “es comúnmente usada para denotar la suma de perspectivas que los hombres mantienen con respecto a materias que afectan el interés de la comunidad (...) es un cúmulo de

---

<sup>147</sup> Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001, p. 66-67.

<sup>148</sup> *cfr.* Price, Vincent, *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, Paidós, 1994, p. 18-22.

todo tipo de nociones discrepantes, creencias, gustos, prejuicios y aspiraciones. Es confusa, incoherente, amorfa, que varía de día en día y de semana a semana<sup>149</sup> ”

Para James Lemert la opinión pública es un fenómeno subjetivo donde el individuo hace uso de sus procesos de percepción y de sus atribuciones para tratar de formar una imagen del estado actual de la opinión pública o de procurar anticipar una reacción pública a una medida que se tenga en mente poner en práctica<sup>150</sup>.

Por su parte G. Sartori define: “Una opinión se denomina pública no sólo porque es del público (establecida entre una cierta población o la mayoría), sino también porque afecta a objetos y materias que son de naturaleza pública: el interés general, el bien común, y en esencia, la *res pública*<sup>151</sup>”.

Murilo Kuschick con respecto a la opinión pública señala lo siguiente: “Son creencias, mitos, ideas y percepciones que los integrantes de una sociedad comparten, lo que podría significar que si las sociedades no son homogéneas, las opiniones, las creencias, tampoco lo serán<sup>152</sup>”.

**En esta investigación se entiende a la opinión pública como la construcción de ideas que suelen llegarse a ver reflejadas en una conducta y por ende, el individuo teniendo conocimiento del tema, puede estar o no de acuerdo con lo que se expresa en la sociedad.**

Investigaciones realizadas por Shaw Y McCombs demuestran que los medios de comunicación tienen el poder de establecer *agenda(s) pública(s)*. Esto significa que pasan o dan al público receptor una lista jerarquizada de temas, de tal forma que existe una coincidencia entre lo que las encuestas de opinión pública señalan como los temas y problemas que las personas consideran los más importantes que les atañen y el manejo de esos mismos temas planteados por los medios de comunicación.

En México, los medios de comunicación pretenden ser formadores de opinión pública, por ello han empleado a las encuestas o estudios de opinión para convertirla en un espacio que utilizan para generar información. Así, en cada televisora, estación de radio o periódico consiguen evaluar cómo se percibe una reforma de ley, qué candidato va a la delantera, quién tiene mayores posibilidades de obtener un puesto público. La finalidad es conocer las percepciones existentes entre la opinión pública<sup>153</sup>, esto permite tener un registro de como pueden manejar la información.

---

<sup>149</sup> apud. Price, Vincent, *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, Paidós, 1994, p. 18-22.

<sup>150</sup> Lemert, James. *Después de todo puede la comunicación masiva cambiar la opinión pública*. México, Ed. Martínez Caballero, 1983

<sup>151</sup> Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, Madrid, Taurus, 1994, p. 149.

<sup>152</sup> Kuschick Ramos, Murilo, *Modernidad y formación de la opinión pública. La utilización de las encuestas de opinión en Brasil y México en 1994*, Tesis Doctoral, México, CU, 2002, p. 26.

<sup>153</sup> La opinión pública es un concepto relacionado con el proceso y efectos de la comunicación.

El resultado del concepto tiene que ver con el interés por parte de la población en los temas de índole público, es decir, sobre los asuntos públicos, así como de la política pública, y en donde se genera una percepción acerca de lo que sucede en la sociedad.

En cierta forma, los medios de comunicación cambian de una forma u otra los procesos de formación de opinión pública, aunque estos efectos no son del todo planificados o controlables y el cambio puede ocurrir tanto por lo que se hace (bueno o malo) como por lo que no se realiza o es omitido.

También se maneja el término de opinión pública como lo expuesto por parte de los medios de comunicación y se pone a consideración de la sociedad. Esto último se pone en tela de juicio, ya que no son ellos los generadores de la opinión pública, sino más bien representan la realidad, solo la publicitan<sup>154</sup>. Sin embargo no se debe olvidar que la información es interpretada por la audiencia según sus propios esquemas cognitivos, además de su género, etnia, grupo socioeconómico, nivel educativo, ideología, entre otros factores.

#### 3.4.1 Las encuestas de opinión

Para conocer lo que la opinión pública piensa u opina sobre un tema o tópico, la técnica que más se emplea es la encuesta. Es una herramienta que permite obtener información a través de cuestionarios que miden comportamientos, valores y actitudes, con la finalidad de obtener datos y saber cómo se va a comportar la sociedad. Hay diferentes tipos de encuestas: cara a cara, por correo, telefónica, vía internet, grupos focales, pre-electorales, post-electorales, de salida (exit poll).

La encuesta electoral, por ejemplo, lleva un registro de las oportunidades de cada uno de los candidatos, evaluando constantemente a la opinión pública, se le puede ver, en México, como un nuevo espacio de información de lo que acontece en la esfera de la política, y por tanto, un ámbito en donde se aprende de la esfera de la política.

Los resultados presentados por las encuestas generan datos que son tomados como probables, esto quiere decir que son derivaciones de tendencias que pueden presentarse, y esto consigue generar una inclinación a favor de alguno de los candidatos, según se mueva el resto de la población, se vota o se está con lo que la mayoría expresa<sup>155</sup> para no quedar aislados.

---

<sup>154</sup> Esta visión es contraria a las investigaciones realizadas por Shaw y McCombs.

<sup>155</sup> En este sentido esta la propuesta teórica de Noelle-Neuman: *La espiral del Silencio*, la cual no será desarrollada aquí, pero que es importante mencionar, como una forma de entender el comportamiento social. La cual explica que los ciudadanos ocultan su decisión de voto ante una mayoría opuesta a su elección. Por tanto, al momento del voto, optan por elegir lo que la mayoría decide.

El vínculo que mantiene la opinión pública y el método de las encuestas con la socialización política se realiza por el uso (y abuso) que la televisión le da a éstas, y las pone como tema de la agenda pública. Los medios de comunicación masiva, son un agente para la conformación de la opinión pública. La opinión pública se retoma en las encuestas y se difunden en los medios, por tanto el resultado es que, tanto los medios como las encuestas de opinión se están distinguiendo como nuevos agentes de socialización política entre la población.

Las encuestas mencionaron como uno de los segmentos que marcaron la diferencia en las elecciones del 2 de julio de 2000 fue el de l@s jóvenes. En ese momento, la juventud capitalina, otorgó su voto a dos partidos diferentes, y uno de ellos, era quien iba a la delantera en las encuestas del periodo electoral del año 2000<sup>156</sup>. Este hecho genera la siguiente interrogante, *¿por qué se presentó el voto diferenciado, siendo que los ganadores en la Ciudad de México pertenecían a dos tendencias políticas opuestas?*

Aquí sugerimos dos posibles respuestas a cada una de las circunstancias presentadas: el PRD obtuvo un voto de confianza ya que los ciudadanos estaban satisfechos con el trabajo desempeñado en esos tres años de gobierno (1997-2000). La otra respuesta, la del triunfo de Fox, porque fue más a título personal que de partido dicho éxito; los estudiosos del tema señalan el gran uso que se hizo del marketing político, así como de la gran presencia que tuvo el entonces candidato en los medios de comunicación, sobre todo en la televisión y este aspecto pudo influir en el proceso de socialización política.

Para concluir en este apartado, se habló de los nuevos agentes que intervienen en la socialización política de la población y de l@s jóvenes. También mencionó que son ellos quienes en la actualidad consumen más los medios de comunicación, siendo la televisión, el medio de preferencia entre la juventud y no sólo de ellos, también de los otros segmentos de la población.

Se expuso, por otra parte, que la importancia de este medio de comunicación sobre otros, también se presenta en la preponderancia que está teniendo por ser uno de los nuevos espacios-agentes de socialización política, relegando a los de índole tradicional como la familia y la escuela. También, que la difusión de encuestas y el reflejo (manejo) de la opinión pública a través de los medios de comunicación están formando un nuevo espacio de socialización política al transmitir información de dicho ámbito y que en generaciones anteriores no se había presentado. Sin duda, las encuestas en estos tiempos, son parte necesaria para comprender el acontecer

---

<sup>156</sup> Se presentó un voto diferenciado, para Jefe de Gobierno capitalino, el voto fue a favor de Andrés Manuel López Obrador (PRD), quien tenía cierta ventaja frente a sus adversarios, y para Presidente, el voto fue para Vicente Fox Quezada (Alianza por el cambio PAN-PVEM)

político, económico y social de un país. Asimismo, permiten acercarse a las actitudes, valores, percepciones y opiniones de un sector de la población como es la juventud.

Hasta aquí hemos explicado como se constituye el proceso socialización política y lo que es ser joven con el fin de entender tanto las modalidades como las características de este proceso en la población juvenil entre 18 y 29 años, del Distrito Federal e indagar el papel que juegan los medios de comunicación como nuevos agentes de socialización política para entender el sentido del voto de esta población en las elecciones federales del año 2000<sup>157</sup>.

---

<sup>157</sup> El rango de edad seleccionado está determinado al tomar en cuenta la edad mayoritaria para votar y la edad máxima en que se considera a una persona joven (18 a 29 años), según los criterios del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ).

***CUARTA PARTE***  
***Socialización política en I@s jóvenes del año***  
***2000***

#### **CUARTA PARTE: SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN L@S JÓVENES DEL AÑO 2000**

El presente capítulo tiene el propósito de conocer las modalidades y características del proceso de socialización política en la población juvenil entre 18 y 29 años, del Distrito Federal e indagar el papel que juegan los medios de comunicación como nuevos agentes de socialización política para entender el sentido del voto de esta población en las elecciones federales del año 2000<sup>158</sup>.

Lo anterior da lugar a una serie de preguntas para conocer a este sector:

¿Cómo la población juvenil conforma su percepción y se informa del ámbito político?  
¿Cómo perciben l@s jóvenes la política? ¿Cuáles son los principales agentes y/o espacios que intervienen en el proceso de socialización política de l@s jóvenes? ¿Las nuevas estructuras familiares han permitido a agentes externos como los medios de comunicación, principalmente la televisión, que sustituya en parte, la tarea de enseñanza que tradicionalmente y sobre ciertos temas tenía asignadas? ¿Se han desarrollado nuevos espacios y/o agentes de socialización que generen información política entre la juventud o son agentes y/o espacios tradicionales? En caso de que se hayan desarrollado, ¿cuál es el impacto que tienen estos agentes y/o espacios en la socialización política en este segmento de la población? En ese sentido, ¿son los medios de comunicación, en la actualidad, un agente preponderante en la socialización política de la juventud? ¿Los medios de comunicación mantienen una preponderancia de socialización en instituciones como la familia, la escuela y la iglesia, en la construcción de percepciones sobre el entorno político de l@s jóvenes?

Los instrumentos que nos permitirán analizar, entender y alcanzar nuestro objetivo general, así como dar respuestas a nuestras preguntas de investigación, están apoyados en la investigación documental, a través del análisis de encuestas nacionales realizadas durante el periodo 1994,1999 y 2000. Lo anterior nos proporcionará los elementos para entender la percepción de la política en estos 3 momentos, por medio de la Encuesta Nacional de Valores: *Los Mexicanos de los Noventa*, (IIS-Presidencia de la República, 1994), la Encuesta Nacional *Ciudadanos y Cultura de la Democracia*, (IFE-IIS, UNAM, 1999) y la Encuesta Nacional de Juventud 2000 (IMJ, 2000). Para ello, se hará un análisis de las variables que fueron empleadas y que permitirán perfilar aspectos contextuales que nos acerquen a conocer los procesos de socialización política en l@s jóvenes.

---

<sup>158</sup> El rango de edad seleccionado está determinado al tomar en cuenta la edad mayoritaria para votar y la edad máxima en que se considera a una persona joven (18 a 29 años), según los criterios del Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ).

#### 4.1. Operacionalización de la socialización política

Partimos de los conceptos expuestos en los tres primeros capítulos, para entender y dimensionar a este segmento de la población. Es importante señalar que para cumplir con los objetivos de la investigación se efectúa una descripción,<sup>159</sup> en este capítulo, del fenómeno de la socialización política en los jóvenes del DF.

En el siguiente esquema se mostrará como se ha efectuado la **Operacionalización** del concepto de socialización política, la cual nos sirvió como primer referente para decidir cuáles serían los ítems<sup>160</sup> de las encuestas que permitirán entender el fenómeno que estamos estudiando.

Complementando el esquema, en el primer anexo se presenta la operacionalización de los conceptos que hemos desarrollado, en este estudio, el cual contiene las variables, sus definiciones operacionales, sus indicadores y las dimensiones, las cuales permitieron determinar cuáles serían las preguntas analizadas.

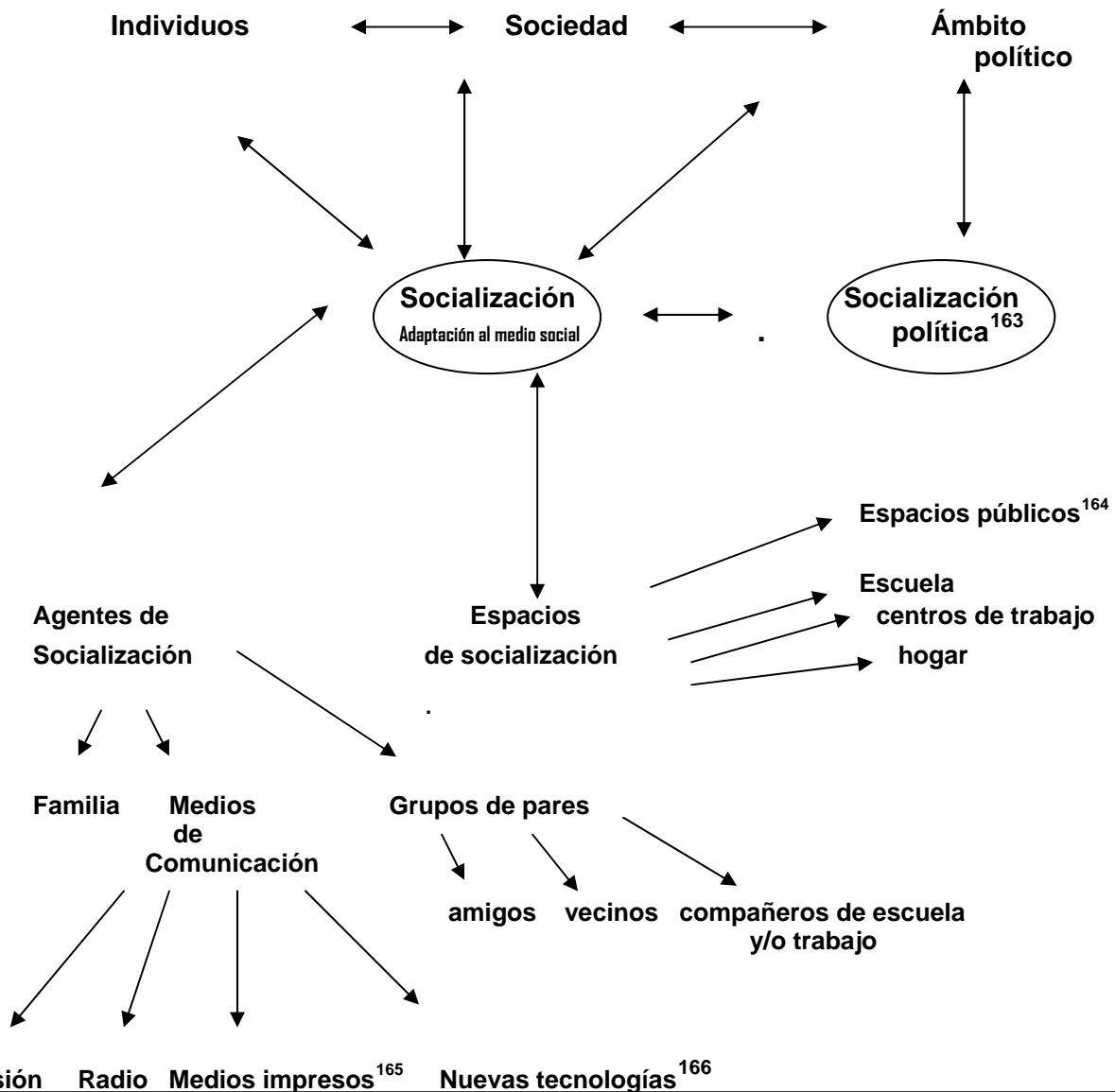
---

<sup>159</sup> “Los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refieren...En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir qué se va medir y cómo se logra precisión en esa medición. Así mismo, debe ser capaz de especificar quiénes deben estar incluidos en la medición”. Sampieri Hernández, Roberto, Metodología de la investigación p.61

<sup>160</sup> Unidad mínima de medición



## OPERACIONALIZACIÓN<sup>161</sup> DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA<sup>162</sup>



<sup>161</sup> Por Operacionalización se entiende como el proceso de traducción del concepto o constructo a observaciones. La investigación empírica sólo es posible si los conceptos utilizados tienen un referente empírico, es decir, un referente observable para mayor información ver a Sullivan, J.L., y Feldman, S., Multiple Indicators: An introduction, Londres, Sage 1979. Así que el esquema que se presenta, muestra una parte de cuáles fueron tanto los indicadores, como las variables que se necesitan de las encuestas para entender a nuestro objeto de estudio.

<sup>162</sup> En este esquema podemos observar que la socialización política, la vive y la práctica el ser humano, de manera cotidiana desde que es capaz de entender que existe el otro. Nota de la autora

<sup>163</sup> Socialización política está ligada a la configuración de cómo se van creando las actitudes y valores en los individuos, con respecto a las instituciones, a la participación y a los partidos

<sup>164</sup> En este trabajo se entienden por espacios públicos aquellos lugares en donde se congregan y confluyen grupos numerosos de personas, donde pueden interactuar entre ellas, como parques, plazas, centros de entretenimiento, etcétera.

<sup>165</sup> Medios impresos entiéndase como aquella información que se deriva de la impresión de información, en este caso política, en un papel.

<sup>166</sup> Es importante destacar que la televisión por los avances tecnológicos que usa y la capacidad de mundialización, sensación de instantaneidad y de globalización es vista hoy en día como parte de las nuevas tecnologías, cfr. Richeri, G., la transición de la televisión, Barcelona, Bosch- Comunicación, 1994. Sin embargo, en este apartado, por nuevas tecnologías se entenderá a la red, mejor conocida como la Internet.

Es necesario señalar que la población en México se ha ido modificando en los últimos 30 años. El INEGI<sup>167</sup> nos indica que en la capital de la República Mexicana existe una población total de 8, 605, 239. Este cambio es consecuencia del rápido crecimiento demográfico del pasado, dando como resultado que en la actualidad, la mayoría que habita el país son jóvenes.

La importancia de este grupo de la población no sólo es numérica<sup>168</sup>. Implica un gran reto a la nación satisfacer sus demandas y necesidades. A su vez, la juventud tendrá que desempeñar el papel de ciudadanos plenos y capaces de cumplir con su sociedad. Lo anterior se llevará a cabo siempre y cuando se cuente con las condiciones necesarias para su íntegro desarrollo. Con esto nos referimos a programas y políticas específicas que den solución a sus demandas.

Por ello, es de gran valor conocer las herramientas que la sociedad les brinda y que retoman para llevar a cabo en su proceso de socialización, el cual se puede observar en el ejercicio de su ciudadanía, de sus derechos, de su práctica política, de su soberanía, etc. En este capítulo se analiza, a partir de las principales encuestas<sup>169</sup> aspectos en dónde se contempla la opinión vertida por l@s jóvenes de:

- su situación particular en el D. F.,
- el ejercicio de su participación política
- la conformación del proceso de socialización política.

El hecho de solo seleccionar el Distrito Federal se debe a que es la entidad:

- a) Es la más poblada
- b) La de mayor contrastante entre las clases de mayores ingresos y las clases más populares
- c) La población en México paso de ser rural a urbana y el DF en su mayoría esta compuesta por jóvenes
- d) En sus espacios podemos encontrar diversas manifestaciones del ser joven que son dísimbolas entre si como el fresa, el punk, el darketo, el cholo. Si bien, en este trabajo hablaremos de generalidades del joven del DF, no por ello debe perderse de vista que quiénes contestaron las encuestas pertenecen a diversas manifestaciones que construye la juventud actualmente.

---

<sup>167</sup> INEGI ([www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)). Resultados del Censo de Población y Vivienda 2000.

<sup>168</sup> Las proyecciones de CONAPO indican que la población de 18 años y más es de 60.1 millones y que para el 2006 crecería a 69.6 millones. *La población en el siglo XXI*, "La aritmética política: el electorado mexicano en el siglo XXI", CONAPO, México, 2000, p.128.

<sup>169</sup> Para mas datos ver anexo metodologico de las encuestas utilizadas en la investigación

En la Ciudad de México, en el año 2000 vivían 2, 000, 450 de jóvenes entre los 18 y 29 años de edad, de los cuales 963,000 son hombres y 1, 037, 450 mujeres. En números relativos el dato se presenta así: **48.1%** son del sexo masculino y el **51.9%** representa al sexo femenino<sup>170</sup>. En la República Mexicana en ese año se contaba con un total de 21, 097, 208 jóvenes, de tal forma que el **52.4%** representa a la población juvenil femenina y el **47.6%** al sector masculino.

Los números arriba expuestos permiten conocer la importancia que para la Ciudad tiene el sector juvenil. De ahí que este grupo poblacional sea uno de los segmentos que buscan los partidos políticos para atraer su atención y lograr el voto a su favor. Son ellos quienes hacen la diferencia a la hora de votar.

En este apartado se explica a través de las preguntas planteadas por las encuestas cómo es el proceso de socialización política de l@s jóvenes capitalinos, y además, conocer cuáles son los nuevos espacios creados por ellos para socializar, lo que a su vez les da una identidad de grupo, de edad, de género, en fin, una serie de indicadores que nos permitirá tener un acercamiento a la opinión de l@s jóvenes del nuevo milenio. Esto permitirá vincular a través de su proceso de socialización el cómo perciben el ámbito de la política. Otro punto que se conocerá es en qué medida la socialización política interviene o no en su participación política.

Estudios realizados en México sobre el proceso de socialización política nos dejan ver el valor y el impacto que para el niño tiene la familia. Nos referimos a estudios como el de Rafael Segovia y Mariclaire Acosta los cuales están enfocados a la población infantil del país<sup>171</sup>. De ahí la necesidad de conocer qué sucede en la juventud con respecto a su apreciación de la esfera de la política.

Este capítulo explica, desde el punto de vista de las encuestas, cómo esta conformado la población juvenil, el proceso de socialización política de l@s jóvenes en espacios como la familia, la escuela, sus formas de consumo, su exposición a los medios, la socialización política con los pares, su percepción de las instituciones, actores políticos y sociales, su participación política y social, por último, cómo se percibe así mismo y su construcción de la identidad. Los resultados de las diversas encuestas permiten contar con una aproximación a la opinión generada entre l@s jóvenes en la actualidad.

---

<sup>170</sup> Dato obtenido de la página de internet del INEGI ([www.inegi.gob.mx](http://www.inegi.gob.mx)). Resultados finales por estado del censo de población y vivienda 2000. En este caso se empleó la información de población total, edad desplegada y grupos quinquenales de edad y su distribución según sexo. El total de la población joven que habita el país es de 21,097,208, de los cuales el **52.4%** son mujeres y **47.6%** son hombres

<sup>171</sup> Estos estudios fueron pioneros en el país y se realizaron a principios de la década de los setenta. Sin embargo, esta línea de investigación ha tenido poca continuidad.

#### 4.2 Conformación de la población juvenil en el año 2000

En el año 2000, el grupo de hombres jóvenes representaba el **48.1%** y el de las mujeres el **51.9%**. Cabe señalar que esta población agrupa a las edades de 18<sup>172</sup> a 29 años, es decir, el sector joven que pudo ejercer su voto el 2 de julio de ese año. El cuadro siguiente indica el grupo etario y el sexo de acuerdo al INEGI (Véase Cuadro 1).

**Cuadro 1**  
*Edad y sexo del joven*  
(Total población)

<i>Edad</i>	<i>Mujer</i>	<i>%</i>	<i>Hombre</i>	<i>%</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
18	87,820	4.4	84,159	4.2	171,979	8.6
19	80,861	4.1	74,606	3.7	155,467	7.8
20	86,388	4.3	80,171	4.0	166,559	8.3
21	77,039	3.9	72,341	3.6	149,380	7.5
22	89,569	4.5	83,952	4.2	173,521	8.7
23	88,504	4.4	81,991	4.1	170,495	8.6
24	90,093	4.5	82,469	4.1	172,562	8.6
25	94,838	4.8	87,452	4.4	182,290	9.1
26	88,072	4.4	80,678	4.0	168,750	8.4
27	87,750	4.4	80,931	4.1	168,681	8.4
28	86,800	4.3	80,154	4.0	166,954	8.3
29	79,716	3.9	74,096	3.7	153,812	7.7
Total	1,037,450	51.9	963,000	48.1	2,000,450	100.0

Fuente: INEGI-XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Datos del D. F.

Nota: Sólo se tomó en cuenta al segmento de la población considerada como joven por el Instituto Mexicano de la Juventud y que es analizada en esta investigación (18 a 29 años).

Como hemos mencionado la población mexicana se caracteriza por ser joven en su mayoría, por ello es indispensable conocer el contexto en el cual maduran sus ideas sobre el ámbito político y cuáles son las particularidades de este sector de la población, pues serán ellos los responsables del futuro en la toma de decisiones que atañen al país.

#### 4.3. La comunicación en la familia

La comunicación dentro de la familia permite la creación de lazos de confianza y estabilidad entre hijos y padres. Con el fin de ubicar el nivel de confianza y comunicación que se genera al interior del seno familiar se les cuestionó a l@s jóvenes sobre ciertas libertades que les otorgan sus padres con respecto a diferentes actividades, tales como: tener novia(o), fumar, tomar, etc.

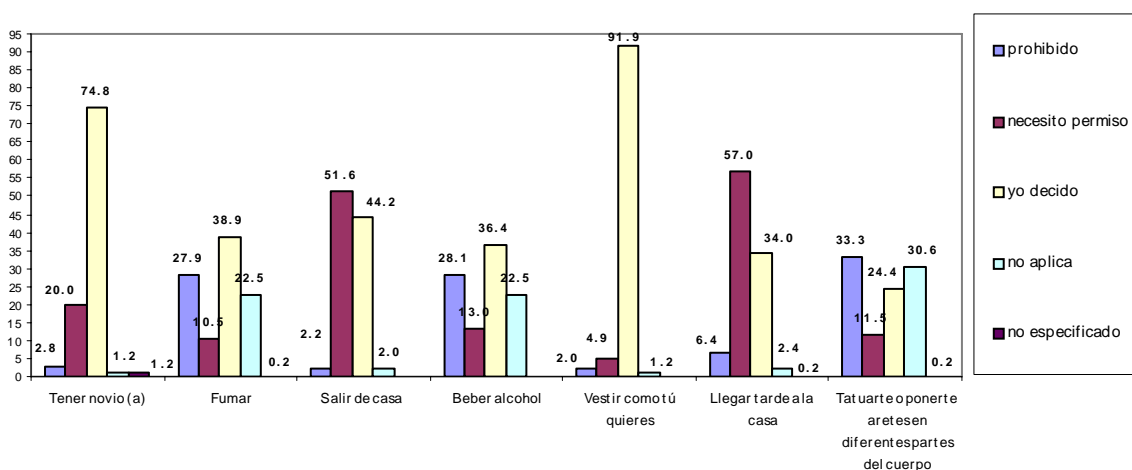
Sin embargo, las respuestas también pueden dar lectura a un indicador acerca de las aspiraciones de l@s jóvenes por llegar a realizar dichas actividades, resultado de

<sup>172</sup> L@s jóvenes que votaron por vez primera en las elecciones federales de 2000 fueron los que nacieron entre julio de 1976 y junio de 1982. Op. Cit., p.129.

las limitaciones o restricciones que se presentan en su núcleo familiar, ya que sin duda de no llevarlas a cabo lo considerarían mal visto frente al grupo de pares. Para la juventud es importante crearse la identidad frente a los otros, sobre todo el grupo par en el que se desenvuelve ( Véase Gráfica 1).

**Gráfica 1**

*¿Te dan (daban) permiso o actúas libremente o esta (ba) prohibido (por tus padres)?*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

De lo anterior, podemos ver que de las cosas sobre las cuales l@s jóvenes pueden decidir, son: el poder vestir como quieran, contar con una pareja sin tener que consultar con los padres. Le sigue salir de casa y poder fumar, lo cual es un símbolo de confianza que depositan los padres en ellos o también se puede interpretar como falta de interés en las actividades que realizan los hijos. Sin embargo, para llegar tarde a casa aún deben obtener permiso.

Dentro de la misma dinámica familiar fue importante indagar acerca del trato que dan los padres a sus hijos cuando hacen algo bueno o correcto, lo cual permitirá conocer qué tipo de valores y actitudes son inculcados, así como conocer la relación comunicativa entre ellos. Los resultados fueron los siguientes ( Véase Cuadro 2).

**Cuadro 2**

¿Cómo actuaban o actúan tu padre o madre cuando haces o hacías algo bueno o correcto?  
(Porcentaje)

<b>Actúan padres</b>	<b>Siempre</b>	<b>A veces</b>	<b>Nunca</b>	<b>No especificado</b>	<b>Total</b>
No me dicen nada	20.0	29.9	<b>49.6</b>	0.5	100.0
Me dicen palabras de aliento	<b>52.6</b>	36.4	10.3	0.7	100.0
Me abrazan y/o besan	22.0	<b>41.8</b>	35.5	0.7	100.0
Me dan un premio (regalo)	13.2	30.6	<b>55.5</b>	0.7	100.0
Me conceden algo que deseo	13.2	36.5	<b>49.6</b>	0.7	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Lo anterior nos expone que más de la mitad de los entrevistados cuentan siempre con cierto apoyo familiar e impulso en situaciones favorecedoras. En tanto la manifestación física de cariño disminuye en diez puntos con respecto a las palabras de aliento. Sin embargo, existe un porcentaje considerable de jóvenes que no son alentados ni gratificados por sus padres cuando obtienen algún reconocimiento. Esta actitud también la podemos vincular a la desintegración y falta de comunicación que se presenta en las familias de tipo urbano como las que habitan en el Distrito Federal. De tal forma que si para cuestiones simples, como son un reconocimiento por una buena calificación o comportamiento, los padres no estimulan a l@s jóvenes, no se puede esperar recibir información o discusión sobre temas del ámbito político.

Otro punto que se buscó conocer fue saber si existe una relación abierta entre padres e hijos y si existe una preferencia en la comunicación, ya sea por hablar más con la madre o con el padre ó de manifestarse con ambos en situaciones problemáticas. El conocer esta posición nos proporciona datos sobre el nivel de comunicación y, a su vez, de socialización que existe en la familia. Por ello, a la pregunta: *¿cuando tienes un problema personal, lo platicas con...?* l@s jóvenes expresaron lo siguiente: A veces lo platican con el **papá (46.5%)**; l@s jóvenes que manifestaron que *nunca* hablan de un problema con su papá (**32.0%**); en tanto, los que *siempre* lo platican fue el **20.3%**; mientras que el **1.2%** no especificó la respuesta.

El **47.6%** señaló que *siempre* platica con la **mamá** sus problemas personales; el **41.6%** dijo que *a veces* lo habla con ella; el **9.8%** comentó que *nunca* charla con su madre y el **1.0%** no especificó. Por último, l@s jóvenes que platican *a veces* sus inconvenientes con *ambos padres* es el **49.8%**; un **28.6%** nunca habla con ambos padres de sus dificultades; el **19.9%** *siempre* platica con ambos, y el **1.7%** no especificó la respuesta.

Lo anterior nos deja ver que es a la madre a quien más confianza le tienen l@s jóvenes, puesto que a ella siempre (**47.6%**) se le platican los problemas de índole personal a diferencia del padre (**20.3%**). Esta perspectiva nos deja ver que es a la

madre a quien se le pide un comentario u orientación, lo que a su vez nos deja suponer que también puede orientar en otros aspectos como el de la política.

Por ello, también fue importante analizar las respuestas dadas al cuestionamiento de la relación entre padre-joven y madre-joven ( Véanse Cuadros 3, 4 y 5)

**Cuadro 3**  
¿Cómo te llevas (bas) con tu...?  
(Porcentaje)

	Mal	Regular	Bien	No convivo con él/ella	NE*	Total
<b>Papá</b>	1.0	13.7	<b>76.8</b>	8.3	0.2	100.0
<b>Mamá</b>	0.5	6.6	<b>91.7</b>	0.7	0.5	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

\*No especificó la respuesta

**Cuadro 4**  
De las siguientes actividades, dime si acostumbras (bas) hacerlas con tus papás

Actividades...	Siempre	A veces	Nunca	Total
Comer juntos por lo menos una vez al día	<b>72.3</b>	24.6	3.1	100.0
Ir juntos al cine, teatro, paseo, etc.	26.5	<b>52.2</b>	21.3	100.0
Ver televisión	<b>65.8</b>	28.8	5.4	100.0
Ir a la iglesia	30.2	<b>45.6</b>	24.2	100.0
Salir de vacaciones	36.1	<b>44.1</b>	19.8	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

**Cuadro 5**  
¿Cómo se resuelven o resolvían los problemas o conflictos que se presentaban en tu familia?

Resolver problemas entre familia	Porcentaje
Platicando	<b>94.3</b>
Se dejan de hablar	2.9
Uno se imponen y otro obedece	1.7
Con humillaciones	0.2
Se insultan	0.2
Se golpean	0.7
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Aquí nos encontramos que la gran mayoría de l@s jóvenes lleva una buena relación tanto con el padre como con la madre, sin embargo, el hecho de que se lleven bien no implica que exista una gran comunicación entre ellos, y como vimos anteriormente no traten temas de interés para la sociedad.

En los hogares entrevistados, se presentó que la toma de decisiones que afectan al conjunto de la familia sigue siendo de ambos padres, destacando la buena comunicación que existe en acciones que impactan al conjunto familiar ( Véase Cuadro 6)

**Cuadro 6**

En el hogar de tus padres ¿quién decide o decidía sobre las siguientes cuestiones?

	Papá	Mamá	Ambos padres	Herman@s	Joven	Otro pariente	Todos	NE	Total
Cómo gastar el dinero	19.4	33.9	<b>40.6</b>	0.6	0.9	0.3	4.0	0.3	100.0
La compra de la comida	3.2	<b>77.7</b>	13.4	1.3	0.9	0.8	2.2	0.5	100.0
Compra de muebles	15.9	24.3	<b>52.1</b>	0.6	1.2	1.1	4.8	0	100.0
Dónde vivir o mudarse	19.1	17.9	<b>52.4</b>	0.2	1.1	0.6	8.5	0.2	100.0
Salir o no de paseo	15.7	18.6	<b>49.4</b>	0.8	3.5	0.9	10.9	0.2	100.0
La educación de los hijos	9.1	21.7	<b>61.8</b>	0.3	2.0	0.6	4.2	0.3	100.0
La disciplina de la familia	13.4	19.7	<b>59.2</b>	0.7	1.2	0.7	5.1	0	100.0
Permisos para llegar tarde a casa	22.2	25.3	<b>44.7</b>	0.3	3.7	0.6	2.9	0.3	100.0
Qué hacer en caso de enfermedad	6.3	33.4	<b>51.9</b>	0.8	2.2	0.5	4.9	0	100.0
Salir con los amig@s	18.6	22.8	<b>36.7</b>	0.2	16.2	0.5	4.2	0.8	100.0
Fumar o beber licor	16.8	15.9	<b>32.7</b>	0.2	18.5	0.3	5.5	10.1	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Dentro de la misma variable de la familia, se indagó entre l@s jóvenes entrevistados cuales son las cosas que les agrada de su familia este punto permitió acercarnos a ciertos aspectos de la socialización al interior del grupo familiar. Las respuestas a la pregunta *¿qué es lo que más te gusta de tu familia?* L@s jóvenes contestaron lo siguiente: el **36.1%** dijo que en su familia lo apoyan y son muy solidarios; aquellos que su familia es responsable y trabajadora representa el **21.0%**; quienes comentaron que le quieren mucho y son muy cariñosos en su familia fue el **17.3%**; en tanto un **13.6%** mencionó que respetan sus decisiones; l@s jóvenes que afirmaron que su familia es muy divertida el **5.7%**, los que dijeron que les permiten crecer fue el **3.7%**; con **1.6%** se manifestaron otras respuestas<sup>173</sup>. Hubo jóvenes que mencionaron que no les gusta nada de su familia **0.6%**, por último, se respondió que lo que gusta de su familia es por que tienen muchos contactos (**0.4%**).

De los resultados se observa que sólo el **3.7%** de l@s jóvenes entrevistados cuentan con un estímulo para ser independientes y formarse una identidad propia, lo cual nos deja ver que ellos crecieron en un ambiente de comunicación y socialización, por tanto su identidad política y su proceso de socialización política giró en torno al intercambio de ideas. Lo que a su vez es resultado de un nivel de escolaridad e información de los padres.

#### 4.3.1 Tipos de familia

Para conocer sí uno de los agentes que tradicionalmente jugaba un papel importante en el proceso de socialización política continua siendo o no, se realizó el siguiente

<sup>173</sup> En otras respuestas se agrupa el valor de diferentes menciones que en lo individual no son significativas estadísticamente.



cuestionamiento: *¿Las nuevas estructuras familiares han permitido a agentes externos como los medios de comunicación, principalmente la televisión, que sustituya en parte, la tarea de enseñanza que tradicionalmente y sobre ciertos temas tenía asignadas?*

Para ello es importante conocer las transiciones que se están llevando a cabo en las familias mexicanas, y sobre todo las del D. F. María de la Paz López y Vanía Salles señalan al respecto:

“La conyugalidad suele estar inmersa en una sólida institución, la familia, las mencionadas incompatibilidades entre los ritmos y factores tienden también a ser superadas bajo los imperativos de la continuidad familiar. Sin embargo, el afianzamiento de ciertas tendencias actuales, como el incremento de separaciones y divorcios —y, en consecuencia, el aumento de las familias reconstituidas— reflejan un tipo particular de cambios profundos en la conyugalidad y en su durabilidad, en este caso, enmarcados en las relaciones familiares<sup>174</sup>”.

Para conocer el tipo de familia en la cual se desenvuelven l@s jóvenes se les cuestionó sobre el estado civil de sus padres. El dato es analizado con la finalidad de conocer la integración familiar y la dinámica interna en la cual se desarrolla el joven. Las nuevas y más complejas formas de organización de la vida en familia dan cuenta de la gran flexibilidad y adaptación de esta institución a situaciones sociales cambiantes. Para entender esta situación elaboramos el siguiente cuadro (Véase Cuadro 7).

**Cuadro 7**  
*Estado civil*  
*Actualmente tu padre o madre ...*  
(porcentaje)

<i>Estado civil</i>	<i>Padre</i>	<i>Madre</i>
Vive en unión libre	6.9%	6.3%
Está separado (a)	<b>13.1%</b>	<b>8.6%</b>
Está divorciado (a)	<b>8.7%</b>	4.7%
Es viudo (a)	2.5%	3.8%
Está casado por lo civil	9.4%	9.4%
Está casado por la iglesia	3.7%	4.7%
Está casado por civil e iglesia	<b>41.9%</b>	<b>51.6%</b>
No específico	13.8%	10.9%
Total	100.0%	100.0%

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Los datos anteriores nos permiten ver dos aspectos. El primer aspecto: la mayoría de las familias en el Distrito Federal aún continúan con la práctica de la ceremonia civil y religiosa para conformar una familia. Esto tiene que ver con los valores tradicionales

<sup>174</sup> López, María de la Paz y Salles, Vanía, “Los vaivenes de la conyugalidad: una interpretación desde la cultura” en *Familias y Hogares en Transición*, documentos en línea de CONAPO: [www.conapo.gob.mx](http://www.conapo.gob.mx)

inculcados, siendo que la respuesta nos deja ver que es la mujer quien prefiere dicha celebración (**51.6%**), a diferencia del hombre (**41.9%**).

El otro aspecto que nos deja ver el cuadro se refiere a la respuesta *separado(a)* sobre el estado civil del padre (**13.1%**) y de la madre (**8.6%**), respectivamente, observamos que a lo que consideraron dar una respuesta adecuada, lo políticamente correcto. Aunque también podría indicarnos que en la actualidad las familias no son estables y están en continua desintegración; porque de otra forma no se entiende que si son los mismos entrevistados, por tanto, las respuestas deberían de coincidir.

Por otro lado, como se observa en el cuadro 7, la tercer índole de unión que predomina en el D. F. es la de casado(a) por lo civil (**9.4%** para cada uno de los padres), este punto nos señala que en la actualidad muchas parejas sólo consideran esta condición para la conformación de una familia. Es quizá la representación más actual de la familia moderna en el ámbito urbano.

Esto nos deja ver que existe una transformación al interior de las familias, en donde l@s jóvenes tienen que adecuarse a las condiciones de los padres, la cual como se ve en los resultados no fue la conformación de una familia estable- y en este sentido, l@s jóvenes deben permanecer en el hogar a lado de uno de los padres, debido a su imposibilidad <sup>175</sup> de poder tener su propio hogar. O visto de otra forma, la juventud actual vive en diferentes tipos de familia que se han venido gestado en los últimos tiempos, aunque continúa predominando la de tipo conservador, es decir aquel tipo de familia que prefiere regirse por lo establecido en la sociedad.

Lo anterior también es resultado de numerosos factores vinculados a los cambios sociales. La disolución en el seno familiar (entre los cónyuges) incluye la ruptura en la convivencia con los hijos, teniendo por consecuencia que uno de los padres se responsabilice de su educación. Por tanto, la socialización política de l@s jóvenes es mermada o delegada a otros agentes.

#### 4.3.2 *Situación socioeconómica*

Otro punto para acercarnos a entender las condiciones en las cuales se desarrolla el proceso de socialización política del grupo a estudiar fue indagar sobre la condición de actividad de los padres. El INEGI permite ver la situación económica de las familias en la Ciudad de México (Véase Cuadro 8).

---

<sup>175</sup> La imposibilidad a la que nos referimos es resultado de la falta de oportunidades laborales de la actualidad, por un lado, y por el otro, los bajos salarios que reciben l@s jóvenes. Sin embargo, la causa de permanencia en el hogar también puede deberse a la sencilla razón de sentirse seguros en la familia o porque no les interesa formar una.

**Cuadro 8**  
*Condición de actividad*

<b>Condición de actividad</b>	<i>Hombres</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Total</i>
Total población de 12 años y más	3,129,927 46.9%	3,544,747 53.1%	6,674,674 100%
Total población económicamente activa (ocupada y desocupada)	2,235,655 61.3%	1,407,372 38.7%	3,643,027 100%
Población económicamente activa Ocupada	2,194,543 <b>61.3%</b>	1,388,238 <b>38.7%</b>	3,582,781 100%
Población económicamente activa Desocupada	41,112 68.2%	19,134 31.8%	60,246 100%
Población económicamente inactiva	881,273 29.3%	2,127,006 70.7%	3,008,279 100%
No especificado	12,999 55.6%	10,369 44.4%	23,368 100%

Fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Base de datos del D.F.

Nota: Está considerada la población de 12 años y más.

Estos datos nos hacen ver el marcado nivel de hogares que dependen del sueldo paterno (**61.3%**). A su vez, observamos que la participación de la mujer en el campo laboral es reducida (**38.7%**) lo cual representa un incremento en la aportación al ingreso familiar por parte de la madre. Lo anterior nos permite afirmar que los hogares capitalinos del nuevo siglo son en ciertos aspectos conservadores, en el sentido que es la figura masculina la responsable de trabajar y ser el jefe del hogar, y donde la madre aun se dedica a las labores del hogar, resultado de los patrones culturales.

O la otra lectura que se puede dar es que en la capital del país, las oportunidades laborales para las mujeres aun son escasas (**70.7%** de las mujeres están ubicadas en la población económicamente inactiva). Aunque, por otro lado, cabe señalar que el aumento en los niveles de escolaridad han permitido que las mujeres se vayan incorporando, paulatinamente, a las ofertas de trabajo. “El aumento de las tasas de actividad femenina ha originado cambios en las condiciones de reproducción de la población y en las *relaciones familiares (...)*<sup>176</sup>”. Que como señalamos más arriba afecta en el proceso de socialización política de niños y jóvenes, y por ende se están supliendo los agentes y espacios tradicionales de socialización.

Lo anterior nos deja ver una parte de la transformación que se está ejerciendo al interior de las nuevas configuraciones familiares, en donde la figura masculina se percibe, todavía, como el principal proveedor, aunque va perdiendo espacio. Y en donde a la mujer se le percibe en el rol de responsable de la casa y de la atención familiar. Sin embargo como hemos visto estos papeles van cambiando y la mujer comienza a ganar terreno en la jefatura del hogar.

<sup>176</sup> López Ramírez, Adriana, *El perfil sociodemográfico de los hogares en México 1976-1997*, México, CONAPO publicaciones en línea: [www.conapo.gob.mx](http://www.conapo.gob.mx), p. 20. El subrayado es nuestro.

Los datos de la ENJ con respecto a la condición de la actividad de los padres demuestran lo siguiente ( Véase Cuadro 9):

**Cuadro 9**  
Condición de actividad de los padres

<b>Actividad</b>	<b>Madre</b>	<b>Padre</b>
Trabajó	24.8	<b>66.8</b>
Se dedicó a quehaceres del hogar	<b>50.4</b>	0.5
Jubilado o pensionado	1.5	8.6
Ya no trabaja	12.4	3.5
No sabe	10.9	20.6
<b>Total</b>	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Otro indicador que nos permite formar un perfil de la condición socioeconómica de I@s jóvenes del Distrito Federal, es conocer las principales actividades económicas o profesionales que desarrollan los padres. Datos del INEGI señalan una población ocupada de 3, 582, 781 en la que podemos ubicar las tres principales actividades: comerciantes y dependientes (**15.1%**), los artesanos y obreros significan el **12.3%** y los oficinistas el **11.0%** ( Véase Cuadro 10).

**Cuadro 10**  
Ocupación u oficio principal

<b>Oficio, puesto o cargo</b>	<b>%</b>
Comerciantes y dependientes	<b>15.1</b>
Artesanos y obreros	<b>12.3</b>
Oficinistas	<b>11.1</b>
Profesionistas	7.9
Trabajadores en servicios personales	7.1
Operadores de transporte	5.6
Trabajadores domésticos	5.3
Técnicos	4.9
Funcionarios y directivos	4.4
Jefes y supervisores administrativos	4.3
Trabajadores de la educación	4.2
Ayudantes, peones y similares	3.2
Trabajadores ambulantes	2.9
Operadores de maquinaria fija	2.8
Trabajadores en protección y vigilancia	2.6
No especificado	2.2
Trabajadores del arte	1.9
Inspectores y supervisores en la industria	1.6
Trabajadores agropecuarios	0.6
<b>Total</b>	100.0

Fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Base de datos del D.F.

En la actualidad, como se puede observar en el cuadro anterior, la actividad principal que ayuda a las familias a sostenerse es el comercio. Por otro lado, también existe un número significativo de jóvenes que pertenecen a familias de obreros y artesanos, esta

población debido a su bajo nivel educativo genera poca comunicación al interior del seno familiar de l@s jóvenes que nacieron bajo estas condiciones. Otra lectura que se puede dar es la falta de información, sobre todo a nivel político, resultado del rezago educativo que persiste en ese sector del país.

Los resultados de la ENJ se reafirman con los datos del INEGI arriba expuestos, en donde se aprecia que la situación en el trabajo de la mayoría de los padres es de empleado u obrero o trabajador por su cuenta, lo cual está muy relacionado con el comercio (Véase Cuadro 11).

**Cuadro 11**  
Situación de los padres en el trabajo

Situación	Madre	Padre
Empleado u obrero	<b>41.0</b>	<b>44.0</b>
Jornalero o peón	2.7	8.3
Patrón o empresario	7.7	11.9
Trabajador por su cuenta	<b>33.3</b>	<b>27.7</b>
Trabajador sin pago en el negocio o predio familiar	5.1	2.2
Trabajador no familiar sin pago	sd	0.7
Otro	5.1	4.5
No especificado	5.1	0.7
Total	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

#### 4.3.3 Nivel de escolaridad de los padres

Si partimos de la noción que la familia es el proveedor de conocimientos, valores, actitudes y modelos, así como de recursos materiales y afectivos para el desarrollo, uno de los indicadores que permiten conocer el grado de socialización política<sup>177</sup> del joven está estrechamente vinculado con el nivel de escolaridad de los padres, siendo el seno familiar la primera instancia en donde se comenta de temas de política. Cabe señalar que l@s jóvenes que son socializados políticamente suelen vivir en familias con características socioeconómicas, culturales y educativas que pueden limitar o propiciar este proceso.

En lo que respecta al nivel de alfabetización de la población alfabetizada del país es de 56, 841, 673. Por tanto la población alfabetizada en el Distrito Federal representa el **10.6%**, el total de la población es de: 6, 042, 370, de lo cual l@s jóvenes entre los 15 y 29 años representa el **40.5%** (de las cuales las chicas es el **20.9%** y los chicos el **19.6%**). En tanto que la población adulta de 30 y más años significa el **59.5%** de

<sup>177</sup> El análisis de Rafael Segovia nos muestra que el nivel de escolaridad de los padres es una variable que se debe considerar, porque ellos son la primera instancia con la cual los niños comienzan a tener información de ese ámbito, y el que el padre cuente con cierto nivel de estudios, determinará que el interés que se genere en el infante. Segovia, Rafael, *La politización del niño mexicano*, México, El Colegio de México, 1975.

alfabetizados y al separar por género encontramos que las mujeres es el **31.8%** y los hombres el **27.7%**<sup>178</sup>.

En la Encuesta Nacional de Juventud se les cuestionó a l@s jóvenes sobre el último año o grado cursado por el padre y la madre. Al respecto los resultados fueron los siguientes: *Padre*, el **26.3%** señaló que había cursado la primaria; el **23.1%** la secundaria; el **15.6%** indicó que el posgrado (Véase Cuadro 12). Por su parte, los resultados que arroja la interrogante enfocada a la *Madre* es: el **42.2%** dijo que su madre tenía el nivel primario; el **21.9%** indicó que la secundaria; **12.5%** afirmó que su madre tenía un posgrado (Véase Cuadro 12).

**Cuadro 12**

*¿Cuál es el último año o grado que pasó, (aprobó, cursó, asistió) a la escuela tu... (Porcentaje)*

<i>Escolaridad</i>	<i>Padre</i>	<i>Madre</i>
Ninguno	12.5	7.8
Preescolar o kinder		0.8
Primaria	<b>26.3</b>	<b>42.2</b>
Secundaria	23.1	21.9
Preparatoria, vocacional o bachillerato	5.6	0.8
Carrera técnica o comercial	6.3	8.6
Normal básica	0.6	0.8
Profesional	8.1	2.3
Posgrado	15.6	12.5
No especificado	1.9	2.3
Total	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Podemos observar que la población que habita el Distrito Federal cuenta con un importante grado de alfabetización. Sin embargo, los resultados no muestran hasta que nivel de la primaria se cursó, además el que se cuente con un grado de alfabetización no es indicativo de que se intercambie información o se dialogue sobre temas de índole político. Como se mencionó anteriormente una de las probables causas pueden ser los cambios que se están llevando a cabo al interior de lo que se como conoce como seno familiar.

En tanto en el cuadro se manifiesta que el nivel educativo de los padres de l@s jóvenes capitalinos se centra en la educación básica (primaria y secundaria), existiendo una diferencia considerable con la educación media básica superior, esto deja al descubierto el bajo capital educativo que predomina en los adultos. Pero como más adelante se verá, distinguimos un alto porcentaje de jóvenes que cuentan con educación, de tal forma que la juventud en la actualidad cuenta con más

<sup>178</sup> Fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000. Base de datos del D.F. Nota: sólo está considerada la población de 15 años y más.

oportunidades educativas de la que tuvieron sus padres creando diferentes patrones de socialización entre padres e hijos.

#### 4.3.4 L@s jóvenes y la familia

La familia conforma uno de los ámbitos de importancia para la socialización. Es el espacio para crear las bases necesarias en el individuo, desde las afectivas y emocionales, pasando por los valores y conocimientos. Es a su vez, el lugar en donde se genera la conformación de la personalidad. La familia construye actitudes, motivaciones y expectativas en diversos terrenos de la vida.

En la Encuesta Nacional de Juventud fue significativo indagar sobre el espacio de desarrollo de l@s jóvenes. Siendo importante debido a que muestra características del grupo familiar. De tal forma, nos permite entender como es la integración de la juventud con sus padres, así como la relación que mantienen con la familia como espacio de socialización política.

Se les cuestionó a l@s jóvenes que habitan en el Distrito Federal si viven con su padre, respondiendo el **52.3%** de los entrevistados que sí. El **47.2%** manifestó que no, y el **0.5%** no especificó la respuesta. En tanto que l@s jóvenes que viven con su madre representan el **62.9%**; los que no viven con ella constituyen el **36.4%** de los cuestionados y los que no especificaron fueron el **0.7%**. Lo anterior nos muestra que la mitad de l@s jóvenes vive aún en un espacio familiar. Sin embargo, cabe resaltar que la figura paterna se distancia cada vez más del seno familiar.

Por otro lado, es importante conocer la fase primaria de socialización política de la población juvenil. Así en la encuesta Ciudadanos y Cultura de la Democracia se les cuestionó a l@s jóvenes si cuando eran niños recibían información política. Las respuestas encontradas fueron: el **67.0%** respondió negativamente, el **26.0%** afirmó que en su casa se hablaba de política, el **5%** dijo que a veces y el **2.0%** no supo o no contestó.

En esa misma encuesta fue importante conocer la relación de l@s jóvenes con los miembros de la familia en cuanto a la transmisión de información política que se genera al interior. Se les preguntó a l@s jóvenes *¿con quién habla usted de política?*, las respuestas fueron las siguientes: el **37%** *no habla de política con su familia*; en tanto el **36.5%** manifestó hablar de política con sus *padres*; el **24.5%** de los entrevistados señaló a *otros* individuos con los que habla del tema; el **1%** señaló que con los *hijos* y por último el **1%** *no contestó o no supo*. Si entre los que no hablan de política con su familia y los que hablan con otros individuos En suma el **61.5%** de los entrevistados señalan, indirectamente, que la familia ha dejado de ser un agente

importante en el proceso de socialización política, dando paso a nuevos agentes y espacios que confluyen en los actuales contextos de la juventud como puede ser el grupo de pares.

Los datos hasta ahora expuestos de la ENJ nos dejan ver que la familia para la juventud ya no es el espacio en donde pueda generarse la confrontación de ideas, percepciones, valores y actitudes hacia la política. A la pregunta *¿Qué tanto platicas con tu papá de...?*, la cual indaga sobre diversos temas que a l@s jóvenes interesa, y que son comentados por ellos en sus diferentes espacios de socialización, observamos que sólo el tema del trabajo puede ser discutido o planteado con el padre. Los resultados fueron los siguientes (Véase Cuadro 13).

**Cuadro 13**  
*¿Qué tanto platicas con tu papá de...?*  
(Porcentaje)

	<i>Tus estudios</i>	<b>Política</b>	<i>Religión</i>	<i>Sexo</i>	<i>Tu trabajo</i>	<i>Tus sentimientos</i>
Nada	31.7	<b>45.6</b>	41.2	43.8	34.2	38.2
Poco	23.8	27.2	30.4	26.7	19.1	27.7
Regular	23.0	15.4	16.7	19.4	20.4	17.4
Mucho	20.8	<b>11.3</b>	11.2	9.1	25.6	14.5
No especificado	0.7	0.5	0.5	1.0	0.7	2.2
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

En el cuadro anterior podemos observar que el **45.6%** de l@s jóvenes capitalinos no platican nada de política con su padre, y sólo el **11.3%** manifestó que sí lo platican mucho. De nuevo se reafirma que la familia para este segmento de la población no es el principal espacio de socialización política. Por ello, es necesario conocer cuáles son los otros agentes y espacios en donde ellos se informan o comentan del ámbito político. Los temas acerca de los cuales l@s jóvenes entrevistados sí detallan con el padre, son el trabajo (**25.6%**) y en segundo consideración esta el tema sobre los estudios (**20.8%**).

En lo que respecta a los resultados que arroja la pregunta acerca de *¿Qué tanto platicas con tu mamá de...?* se obtuvo lo siguiente (Véase Cuadro 14).



**Cuadro 14**  
*¿Qué tanto platicas con tu mamá de...?*  
 (Porcentaje)

	<i>Tus estudios</i>	<b>Política</b>	<i>Religión</i>	<i>Sexo</i>	<i>Tu trabajo</i>	<i>Tus sentimientos</i>
Nada	15.9	<b>49.1</b>	25.4	31.8	23.5	15.4
Poco	18.8	23.2	28.9	25.7	18.6	19.6
Regular	21.8	13.0	23.0	23.7	18.3	26.6
Mucho	39.6	<b>12.0</b>	20.5	18.6	37.4	37.9
No especificado	3.9	2.7	2.2	0.2	2.2	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Aquí también podemos observar que l@s jóvenes no platican nada de política con la madre (**49.1%**), y sólo el **12.0%** de ellos llega a hacerlo con mucha frecuencia. Los resultados dejan ver que los temas a plantear con la madre son los estudios (**39.6%**), los sentimientos (**37.9%**) y el trabajo (**37.4%**).

Como se ha visto, la relación al interior de la familia de l@s jóvenes es complicada de explicar, en algunos casos ellos se sienten más cómodos de hablar de ciertos temas con su padre y/o madre como la escuela, sus sentimientos o sobre el trabajo, en cambio otros tópicos no los comentan, tal es el caso de la política. Los resultados arriba expuestos permiten observar que es la madre con quién l@s jóvenes prefieren platicar, en ella recae el influjo socializador que pueda ejercer sobre sus hijos. Sin embargo, cabe una interrogante a proponer para próximas investigaciones *¿por qué l@s jóvenes no platican de política con sus padres? ¿Se han desarrollado nuevos espacios y/o agentes de socialización que generen información política entre la juventud o son agentes y/o espacios tradicionales?*

De tal forma que, si el tema político que en algunas sociedades podría ser fundamental plantearlo al interior de la familia, no sucede en la sociedad mexicana. Aunque no queremos generalizar, sí es importante señalar que el ámbito familiar ha dejado de ser un espacio de retroalimentación en la cuestión política, y por ello es interesante conocer cuáles son los nuevos espacios en donde l@s jóvenes capitalinos buscan informarse y lograr un acercamiento al asunto político.

#### *4.4 La socialización política de l@s jóvenes*

De acuerdo con lo revisado en el capítulo 3, se puede resumir que la juventud; es una etapa que se caracteriza por los cambios manifestados en ámbitos como el familiar, el escolar, el social, por mencionar los más significativos. La importancia de investigar su

participación política<sup>179</sup>, está circunscrita en los diferentes contextos en los que se desarrolla el joven. Asimismo, nos interesa conocer en dónde y cómo se va transformando la opinión y la actitud de este sector de la población, porque en el caso de las elecciones de México en el año 2000, ellos fueron uno de los sectores que favorecieron con su voto a una nueva opción política.

Es en los cambios que se manifiestan en el proceso de socialización política y que se reflejan en la juventud actual, en el sentido de que presenta transformaciones en comparación con l@s jóvenes de generaciones anteriores. Por ello, el conocer cuáles componentes modifican su visión del ámbito político y diferenciar los elementos que están arraigados desde la etapa primaria a los cambios que se presentan en la fase secundaria de socialización permitirán un acercamiento al objetivo del estudio. Nos interesa conocer si siguen siendo los mismos o los agentes y espacios tradicionales están siendo reemplazados o se encuentran en transformación.

De las transformaciones que se presentan, ubicamos las primeras en las estructuras familiares, de donde se derivan dos situaciones: 1) El aspecto de normas y conductas a seguir de los padres que antes daba estabilidad a los individuos, se ha modificado, complicando la etapa de juventud (con las implicaciones que de por sí conlleva), puesto que el grupo de referencia en el que se asentaban se ha debilitado. L@s jóvenes tienen que ver por sí solos y llegar a la 'madurez' por méritos propios. 2) Los cambios que se presentan al interior de la institución familiar da lugar a relaciones sociales efímeras e inestables, con esto se quiere decir que sin lugar a dudas, presenciamos una transición valorativa de la sociedad que, no obstante la permanencia de elementos arcaicos, se manifiesta con una gran rapidez, y es protagonizada por el mundo juvenil.

Para entender lo que sucede en la actualidad, es importante indagar el cómo va asumiendo el joven su conducta política, y principalmente, cómo se refleja en su participación o en su abstención en las elecciones. Lo anterior, es resultado de las condiciones políticas, sociales y económicas del país, así como de la situación global. Por ello, no queda muy claro si la identidad partidaria en la juventud del país sea la que aprendieron en su etapa infantil con influjo formal como la escuela, o sea un efecto de lo aprendido en el seno familiar.

Para autores como Hess, Newman y otros, la socialización es el proceso de transmisión de patrones constantes de comportamiento, valores y de preparación de l@s jóvenes para asumir los roles de adultos que ha determinado la sociedad<sup>180</sup>.

---

<sup>179</sup> Por lo tanto, sólo serán considerados l@s jóvenes de 18 a 29 años quienes participaron en la contienda electoral del año 2000.

<sup>180</sup> *apud.* Sydney Kraus y Dennis Davis, *Op.Cit.*, p. 29.

Es durante el período de la juventud cuando en la fase de socialización secundaria se dan sentido a elementos de tipo simbólico, valorativo, así como a la relación con el grupo par. En ese momento, se presentan factores determinantes, permitiendo, que el proceso transite por un período de confrontación entre lo aprendido en un primer momento y los nuevos componentes adquiridos. De tal forma que se presenta una nueva configuración en la percepción del entorno en el que está inmerso el joven.

Dawson y Prewitt también afirman que para el momento en que una persona llega a cobrar conciencia de la política, ya están firmemente enraizadas las actitudes y convicciones. Sin embargo, es en la juventud cuando comienza la distancia de lo enseñado al interior del seno familiar. Lo anterior se debe, entre otros motivos, al hecho de que comienzan a ir en aumento la influencia de los grupos cercanos al joven: los amigos, la escuela, los profesores, la pareja ó el trabajo.

Son los grupos secundarios quienes impactan particularmente durante la juventud, esto se debe a que el influjo familiar comienza a ser más débil, puesto que el sujeto trata de romper con lo preestablecido, con el fin de moldear su propia identidad.

Lo anterior se presenta porque los valores y creencias que había interiorizado en la niñez, empiezan a ser percibidos de diferente manera, conforme se convierte en joven. Sus relaciones se vuelven más formales y comenzará a ser miembro de nuevos círculos, en donde colaborará en conjunto y en orden para conseguir algún objetivo social en común. Es en esta nueva etapa donde se manifiesta la inquietud por conocer acerca de la política, como resultado de involucrarse en nuevos ámbitos que trastocan su vida cotidiana.

Para el caso de l@s jóvenes en este país, se debe tomar en cuenta que el estado es un regulador decisivo en el proceso educativo y socializador, esto es en la formulación de la cultura política de los nuevos ciudadanos, que se entremezcla con lo enseñado en la familia, la escuela, los pares y los *medios*<sup>181</sup>.

Dawson y Prewitt hacen referencia a que los adolescentes y jóvenes, se encuentran en un periodo de rebelión contra las normas que establece la familia, así como de las preferencias políticas manifestadas en el hogar<sup>182</sup>. De tal forma, que adoptan sus propias actitudes y afiliaciones, desafiando la autoridad de los padres. Esto tiene que ver cuando el joven comienza a crearse su identidad política, social, étnica, etcétera, y rompe con lo establecido en el seno familiar, en ese momento se manifiesta el fenómeno conocido como brecha generacional, y también se observa el influjo de la socialización secundaria.

---

<sup>181</sup> *cfr.* Fernández Poncela, Anna, *Jóvenes y Política: Balance y Perspectivas* en <http://deceyec.ife.org.mx>, p. 6.

<sup>182</sup> Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *op.cit.*, p. 112.

Para el caso de los Estados Unidos, Hyman y Greenstein afirman que es en la etapa de la niñez cuando aprenden su identidad de partido y que perdura en el tiempo. En el caso de México, se torna un tanto complicado comprender cuáles son los factores que intervenían (intervienen) en la identificación partidaria tanto de niños como de jóvenes, siendo que hasta hace algunos años sólo se contaba con un partido hegemónico, así como con diferentes opciones políticas que aparecían y desaparecían en cada proceso electoral.

En el paso a la transición democrática de un país se presenta una gran cantidad de elementos integrados en el contexto del individuo, tales como los medios de comunicación, la movilidad social y geográfica, así como la inclusión de la tecnología a la vida diaria<sup>183</sup>. Dichas experiencias cotidianas, constantes y continuas van configurando o reordenando las actitudes y comportamientos políticos, de tal forma que permite hacer un acercamiento para explicar los cambios políticos de una nación desde la visión de los actores sociales.

A partir de 1988, en México, comenzó a hablarse de la pérdida de hegemonía del PRI, por ejemplo: en ese año los distritos que tendían al cambio o que contaban con una baja simpatía por el partido institucional, le otorgaron su voto al FDN (Frente Democrático Nacional). Un 66% de los distritos electorales se mantuvo con el PRI, el 34% fue para la oposición<sup>184</sup>. De tal forma que para el año 2000 los jóvenes (entonces niños), crecieron en ese marco que ya se distinguía por el cambio de partido, y en el entendido que las familias mexicanas hablaban sobre el tema.

La interpretación y el “reajuste” de los cambios en la esfera de la política, así como la preparación para la participación en papeles específicamente políticos, es la tarea básica de la socialización política en la etapa de la juventud y la adultez. Para estos períodos, la socialización del grupo de pares es más importante, ya que el aprendizaje político temprano, en la niñez, se puede cambiar o, se refuerza. Esto quiere decir, que si en esa etapa de enseñanza la socialización política fue insuficiente, la socialización del grupo de pares, puede contribuir, con otras nociones en la etapa de madurez, al adquirir las más básicas orientaciones políticas.

Se puede resumir que los eventos políticos y las experiencias en el mundo de la política son particularmente importantes para el aprendizaje político y se ejercen, principalmente durante la etapa de la adultez, siendo que en la juventud se va presentando una transformación. Por ello, es importante diferenciar lo que se aprendió durante la etapa de infancia, en el seno de la familia.

---

<sup>183</sup> Aunque no es motivo de esta investigación es importante recalcar que en los últimos años esta transformación ha sido acelerada.

<sup>184</sup> *cfr.* Pacheco Méndez, Guadalupe, *Caleidoscopio electoral, Elecciones en México, 1979-1997*, México, IFE-FCE-UAM Xochimilco, 2000, p. 65.

Muchas de las opiniones y actitudes de l@s jóvenes, descansan o se refuerzan, al justificarse en las realizadas por otros. Se puede decir que la juventud, en un primer momento, desarrolla su interés en la política y sigue los eventos políticos, sencillamente, porque sus amigos cercanos lo hacen –aunque también se puede deber, al influjo de la familia que es activa políticamente-, posteriormente, se puede ver involucrado en organizaciones de índole política. O en un caso opuesto, que, tanto familia como amigos, no estén interesados en este ámbito, y este exento a esta relación.

En resumen, los nuevos espacios de socialización política están cambiando, sin duda, la familia continúa teniendo una fuerte presencia, pero que va perdiendo su importancia conforme el niño comienza a crecer; es entonces cuando nuevos agentes aparecen, tal es el caso del grupo de pares y los *media*, principalmente la televisión. Los cuales crean en l@s jóvenes una cierta visión de lo que ocurre en la actualidad, tanto a nivel nacional como internacional. En ese sentido, los medios permiten conformar una perspectiva de forma limitada y subjetiva dependiendo del tipo de consumo televisivo que realizan, y donde se informan, principalmente, de los acontecimientos que consideran atractivos e importantes.

No se debe olvidar que las instancias del proceso de socialización, en lo general, como el de la socialización política, son los mismos agentes: la familia, la escuela, los medios de comunicación, el trabajo, la religión, el grupo de pares. Es en los anteriores espacios donde el sector juvenil se encuentra inmerso habitualmente y busca conformar su identidad, dentro de ésta, uno de los atributos personales que se adjudica a su percepción cotidiana y que establece en él un aspecto identitario, es la política.

Para este ámbito, la juventud es un grupo políticamente interesante, ya que se enfatiza sobre la potencialidad de la edad y se deja de lado las diferencias de clase<sup>185</sup>. Por ello, es un segmento de la población tan vulnerable, porque se deja, en muchos casos, identificar como un ente global, de ahí que sea un sector altamente consumista.

#### 4.5 *L@s jóvenes y la escuela*

La escuela es uno de los espacios en donde tradicionalmente socializa políticamente un individuo. En ella se gesta la formación del individuo para la vida política dentro de los valores y normas de la sociedad.

Además, la escuela se encuentra presente a lo largo de la vida de un individuo joven<sup>186</sup>. Como se vio anteriormente, en la socialización existen dos etapas: la

---

<sup>185</sup> Tema que no será tocado en este estudio.

<sup>186</sup> Siempre y cuando el individuo cuente con las posibilidades de continuar sus estudios.

socialización primaria y la secundaria, la primera se ubica en los primeros años de vida, la relacionamos con la niñez.

En tanto, en la segunda podemos ubicar a la educación escolarizada que reciben l@s jóvenes, siendo que en esta etapa se tiene una mayor percepción del ámbito político. En ese sentido Erika Tapia señala que: “el sistema escolar cumple con la función de comunicación, selección, legitimación e inculcación de una cultura que es considerada óptima. Tales funciones son realizadas con fundamento en una ideología y son presentadas como objetivas, necesarias y neutras<sup>187</sup>”.

De lo anterior se desprende que la escuela es un espacio que difunde y transmite los valores, opiniones y percepciones que se difunden en una sociedad. La información que se transmite en el ámbito escolar genera entre l@s jóvenes, inquietudes; puntos de vista y el resultado será la participación que tengan como actores sociales, lo cual dependerá del nivel de información que tengan así como del nivel escolar que obtengan.

#### 4.5.1 Nivel de escolaridad de l@s jóvenes

El apartado sobre educación ubica el nivel de escolaridad alcanzado por l@s jóvenes entrevistados, lo cual a su vez nos permitirá acercarnos al grado de socialización política con el cual se presentaron l@s jóvenes capitalinos ante las elecciones de 2000 (Véase Cuadro 15).

**Cuadro 15**

*¿Los estudios que realizaste (y/o realizas) los hiciste (o haces) en escuela pública, privada o de otro tipo?*  
(Porcentaje)

Tipo de Escuela	Primaria	Secundaria	Carrera técnica o comercial	Preparatoria, bachillerato o vocacional	Normal básica	Profesional	Posgrado
Pública/ abierta	1.4	1.4	0.5	2.6	0.5	0.2	0
Pública/ no abierta	83.2	77.3	8.9	40.7	1.9	11.7	0.2
Pública/ ambas	0.2	0	0	0	0	0	0
Pública y no específica si es abierta	0.5	0	0	0	0	0	0
Privada/abierta	0	0	0.2	1.2	0	0.2	0
Privada/no abierta	8.4	6.1	4.4	9.8	0.7	8.4	1.2
Ambas/abiertas	0	0	0	0.4	0	0	0
Ambas/no abiertas	1.9	1.2	0	0	0.2	0	0
Sin instrucción	4.4	14.0	86.0	45.3	96.7	79.5	98.6
Total	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

<sup>187</sup> Tapia Nava, Erika, *Socialización política y educación cívica en los niños*, Tesis de Maestría, Instituto Mora, México, 2000, p. 65.

En este cuadro observamos que la gran mayoría de l@s jóvenes capitalinos cuentan con el rango de estudios medio básico: la secundaria representa el **86.0%**, pero después de dicho nivel viene en detrimento el grado de estudios: el **54.7%** de los encuestados cuentan con el bachillerato, el **20.5%** se sitúa en la licenciatura. Sólo el **1.4%** es parte de un nivel de posgrado.

Se debe hacer mención que un bajo nivel de jóvenes estudia una carrera técnica o comercial (**14.0 %**), así como el **3.3%** se ubica en los estudios de normal básica<sup>188</sup>. Cuando se les cuestionó a l@s jóvenes si han tenido que dejar la escuela por más de 6 meses, el **63.3%** respondió que sí, un **35.7%** dijo que no, y el **1.0%** no especificó su respuesta.

Para completar la información generada por el IMJ , retomamos datos del INEGI, los cuales muestran que 217,471 jóvenes del Distrito Federal entre 20 a 29 años no presentan instrucción posterior a la primaria, lo cual representa el **13.0%**. La juventud que abarca ese mismo grupo etario pero que ha cursado la secundaria<sup>189</sup> constituye el **30.0%**. En tanto el **7.9%** cuenta con estudios técnicos o comerciales<sup>190</sup> o con secundaria terminada; el **25.7%** manifestó cursar o haber cursado el bachillerato o preparatoria, el **22.6%** cuenta con instrucción superior y el **0.8%** no fue específica.

Estos datos demuestran que l@s jóvenes cuentan con mayor nivel de educación del que obtuvieron sus padres, lo que presenta una fractura en las formas de percepción de la sociedad entre ambos sectores de la población. A ello hay que agregar la diferencia entre los contextos de cada uno, y que son resultado de un proceso socializador muy diferente al vivido por otras generaciones.

#### 4.5.2 *Motivos de deserción escolar*

A pesar del considerable número de estudiantes de niveles medio y medio superior, existe un porcentaje importante de alumnos que van abandonando sus estudios. Por esa razón, se le preguntó a los encuestados cuáles fueron los motivos para desertar de los estudios. El motivo principal que señalaron fue la necesidad de trabajar (**34.2%**), algunos expresaron que no les gustaba estudiar (**22.1%**), los que dieron otra respuesta a las opciones dadas fue el **9.9%**, en tanto el reprobar materia, año o semestre fue el **9.5%** (Véase Cuadro 16).

---

<sup>188</sup> Estos datos es la suma de todos los tipos de escuela, se exceptúa el porcentaje de sin instrucción.

<sup>189</sup> Es importante destacar que aquí se habla del total de jóvenes que han cursado algún grado de la secundaria, sin embargo la gran mayoría ha concluido ese nivel de instrucción. Además sólo se tomo el grupo quinquenal de 20 a 29 años por manejarlo así la fuente: INEGI, XII Censo General de Población y Vivienda 2000, apartado de Educación.

<sup>190</sup> A partir de este dato se toma en cuenta a l@s jóvenes de 18 a 29 años de edad.

**Cuadro 16***¿Cuáles han sido los motivos por los que has dejado la escuela?*

Motivos	%
Por tener que trabajar	<b>34.2</b>
No quiso o no le gustó estudiar	<b>22.1</b>
Otra	9.9
Por reprobado materia, año o semestre	<b>9.5</b>
Por matrimonio	6.5
Tenía que ayudar en la casa	3.0
Por enfermedad propia	2.7
Por problemas de conducta	2.2
Por embarazo	1.9
Ya no había escuelas para seguir	1.9
Mis papás ya no quisieron	1.1
Por cambiarme de domicilio	1.1
Por migrar	0.8
Las escuelas estaban muy lejos	0.8
Tengo dificultades para aprender	0.8
No especificado	0.7
Mi pareja no me dejó	0.4
Por discapacidad	0.4
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

En el cruce de variables entre los diferentes grados de estudio y los motivos por los que l@s jóvenes han dejado la escuela, resalta el hecho que han tenido que abandonar sus estudios debido a que tienen que trabajar. Esta situación nos deja ver que l@s jóvenes tienen que buscar un sustento sea para ya sea ayudar en su casa, o bien para mantener sus estudios debido a la crisis económica que prevalece en el país.

Sin embargo, también es interesante ver la actitud de muchos de ellos, al declarar que dejaron los estudios por que no les gustaba estudiar. Este resultado representa un ámbito que es interesante investigar para conocer más a fondo los verdaderos motivos de la deserción escolar: conocer qué está pasando con los planes de estudio que no cumplen las expectativas de l@s jóvenes o lo que ellos desean aprender.

A la pregunta realizada en la encuesta de *¿actualmente estudias?* El **61.8%** manifestó que no estudia y el **37.2%** respondió que sí. Sólo el **1.0%** no especificó su respuesta. En tanto, al preguntarles acerca de la edad en que dejaron los estudios, l@s jóvenes señalaron tres edades, siendo en primer término los 15 años (**15.3%**), en segundo los 18 años (**14.9%**) y en tercer lugar los 16 años (**12.8%**). El grupo de edades que abarca de los 8 a los 14 años representó el **14.0%** de l@s jóvenes que expresaron haber dejado de estudiar entre esas edades. El **9.7%** de entrevistados dijo haber abandonado sus estudios a los 17 años, a los 20 años desertaron de la escuela el **9.3%** y un **5.4%** indicó que a los 19 años fue su último año de preparación. El **15.1%** de los entrevistados representa a las edades que van de los 21 a los 27 años y que



comentó haber abandonado los estudios entre esos años. Por último, el **3.5%** de los encuestados no especificó la edad en la que dejó de estudiar.

Estos resultados nos permiten cotejar con la pregunta del cuadro 16 *¿cuáles han sido los motivos por los que has dejado la escuela?* y al realizarse el cruce de variables: *edad-motivos*, nos permite ver que la mayoría de l@s jóvenes que manifestaron haber dejado de estudiar por tener que trabajar, fue a partir de los 15 años de edad (**31.4%**), siendo el total de porcentaje a esta respuesta el **38.6%**. De l@s jóvenes que expresaron que abandonaron sus estudios porque no les gusta estudiar, es el **23.3%**. El **8.1%** de los que no estudian en el momento de aplicarse la encuesta indicó que se debió a que se casaron, y la edad a la que comienzan a hacerlo es a partir de los 14 años. El resto del porcentaje se distribuye por los demás motivos, siendo los 13 años la edad en la que se comienza a abandonar los estudios.

De los motivos por los que ya no estudian l@s jóvenes capitalinos, se encuentran los siguientes: el **30.7%** afirmó por que tenía que trabajar; el **17.8%** comentó que fue debido al matrimonio; el **15.6%** dijo que por que ya no le gustaba estudiar (Véase Cuadro 17).

**Cuadro 17**  
*Motivos por los que ya no estudias*

<i>Motivos</i>	<i>%</i>
Tenía que trabajar	<b>30.7</b>
Matrimonio	<b>17.8</b>
Ya no me gustaba estudiar	<b>15.6</b>
No tenía recursos	15.2
Acabe mis estudios	9.3
No especificado	3.1
Por reprobar alguna materia	2.3
Ya no había escuelas o estaban muy lejos	1.6
Me enfermé	1.2
Problemas de conducta	1.2
Otra	1.2
Embarazo	0.8
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Los motivos anteriores nos dejan ver que estos dos factores limitan al joven para continuar con sus estudios. El primer motivo está relacionado con el aspecto económico del entrevistado, pero en el segundo caso de *no le gusta estudiar*, habría que conocer cuáles son los motivos por los que no le agrada y fomentar en estos jóvenes algún tipo de actividad en la que se puedan desarrollar y entrar a formar parte de la población profesional económicamente activa del país.

#### 4.5.3 Razones por las que estudia y deseo por continuar estudios

Otro punto que importó conocer fueron las razones por las que l@s jóvenes capitalinos seleccionaron los estudios con los que cuentan. Los resultados fueron los siguientes (Véase Cuadro 18).

**Cuadro 18**

*¿Cuál o cuáles fueron las razones por la que escogiste los estudios que tienes?*

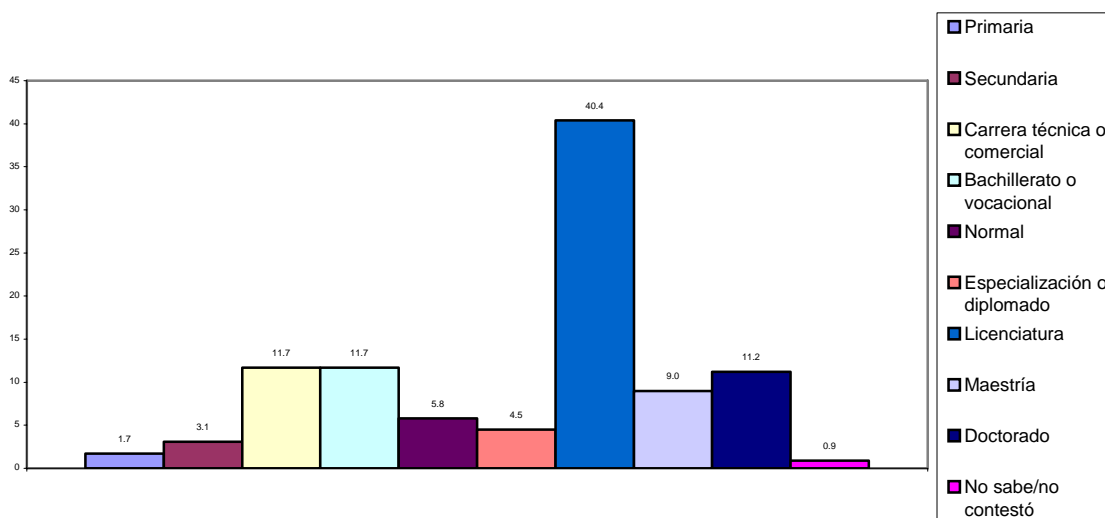
<i>Razones</i>	<i>%</i>
Me gusta	<b>71.0</b>
Mis padres así lo querían	6.4
Se gana más dinero	4.5
No especificado	4.5
No aplica	4.0
Me lo sugirió un servicio de orientación vocacional	3.4
Otra	2.3
Era única opción	1.7
No había otro tipo de estudios	1.1
Da prestigio	1.1
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Este cuadro nos deja ver que l@s jóvenes están a gusto con la selección de sus estudios (**71.0%**). En otro orden de importancia, se encuentra el hecho de que fueron los padres quienes influyeron en la elección de la forma de instrucción de sus hijos (**6.4%**), y en un tercer momento la razón de escoger la opción escolar se debe a que permite obtener un mejor ingreso (**4.5%**).

Sin embargo, se les cuestionó si estaban satisfechos con el nivel de estudios con el que cuentan y más de la mitad de ellos manifestaron no estarlo (**54.5%**), en tanto el **45.5%** afirmó estar satisfecho con el grado de estudios. Por lo anterior, se interrogó sobre cuál nivel gustarían de obtener (Véase Gráfica 2).

**Gráfica 2**  
*Nivel que te gustaría alcanzar*



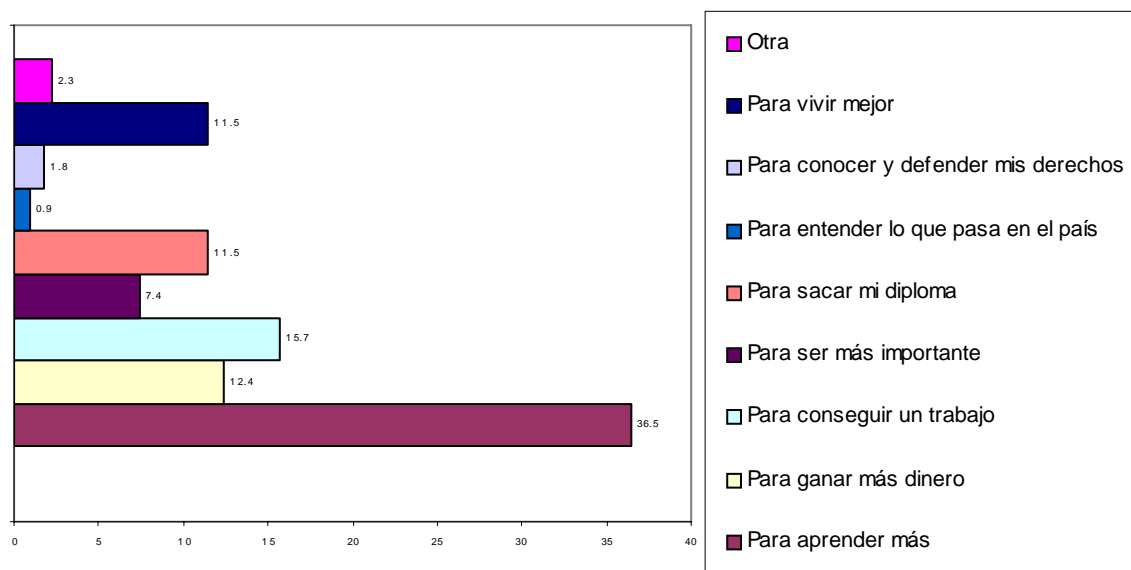
Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Los resultados nos dejan ver que el **40.4%** de la juventud capitalina entrevistada anhela obtener la licenciatura y el **20.2%** ambiciona un nivel de posgrado. El **11.7%** aspira a una carrera técnica o comercial, en el mismo porcentaje se hizo mención a obtener un grado de bachillerato o vocacional. Quienes desean estudios de normal es el **5.8%**; otros (**4.5%**) señalaron que pretenden una especialización o diplomado. Obtener el nivel básico y medio (primaria y secundaria), el **1.7%** y **3.1%**, respectivamente, y sólo el **0.9%** no sabe o no contestó acerca del grado de estudios que le gustaría alcanzar.

De l@s jóvenes capitalinos a quienes les gustaría *continuar* con sus estudios si tuvieran la oportunidad de hacerlo, el **82.5%** respondió afirmativamente, quienes comentaron que no fueron el **15.6%** y sólo el **1.9%** no fue específico al dar una respuesta.

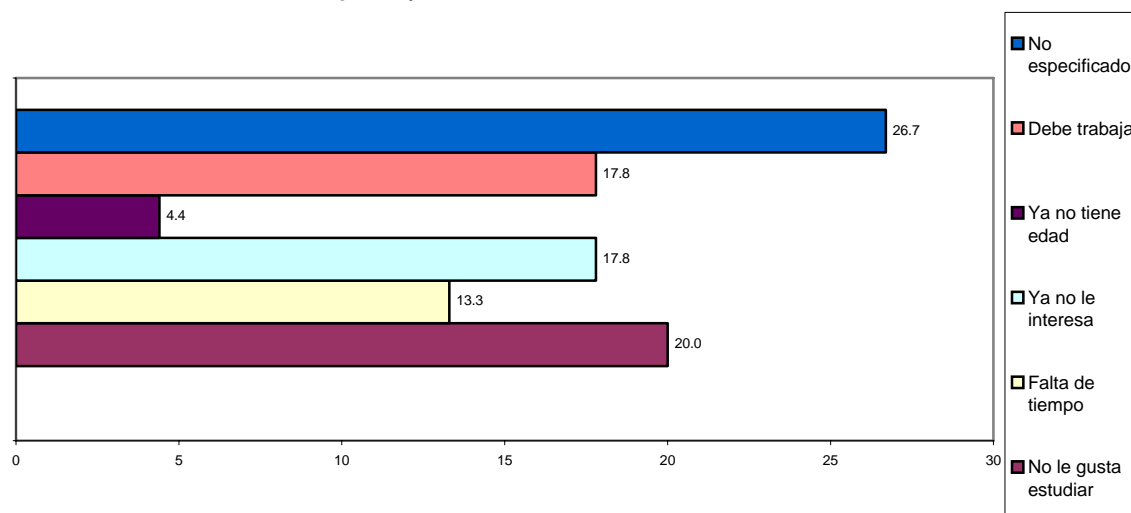
En esa misma temática de continuar los estudios, se les cuestionó a l@s jóvenes los motivos por los cuales sí regresarían y el porqué no, a la escuela, los resultados fueron los siguientes (Véanse Gráficas 3 y 4).

**Gráfica 3**  
¿Por que sí continuar estudiando?



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

**Gráfica 4**  
¿Por qué no continuar estudiando?



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Como podemos observar en la Gráfica 3, nos deja ver que l@s jóvenes que manifestaron deseos de continuar sus estudios se debe principalmente al motivo de aprender más (**36.4%**), en segundo lugar se menciona el obtener un empleo (**15.7%**) y en tercer lugar el contar con mejores ingresos (**12.4%**).

En la Gráfica 4 podemos observar los resultados de los entrevistados que expresaron que no les gustaría continuar estudiando. El **20%** de los entrevistados

señaló que no le gusta estudiar y quienes dijeron que es por trabajar representó el **17.8%**.

En esta encuesta fue necesario conocer quién fue la persona que influyó en el grado de escolaridad con el que cuenta el joven. En esta respuesta se les dio opción de hacer dos menciones de la gente que tiene cierto peso en sus decisiones. Los resultados se presentaron de la siguiente forma: la mamá es la persona que más influye en l@s jóvenes, **42.5%**, el padre representa el **40.8%** de influencia, y en tercer grado manifestaron que es decisión propia (**12.6%**). En menor porcentaje se menciona que fue algún hermano **1.9%**, otro familiar cercano, la pareja y/o un amigo(a) el **1.4%** y el **0.8%** dio la suma de otras respuestas que no representan un número estadísticamente importante.

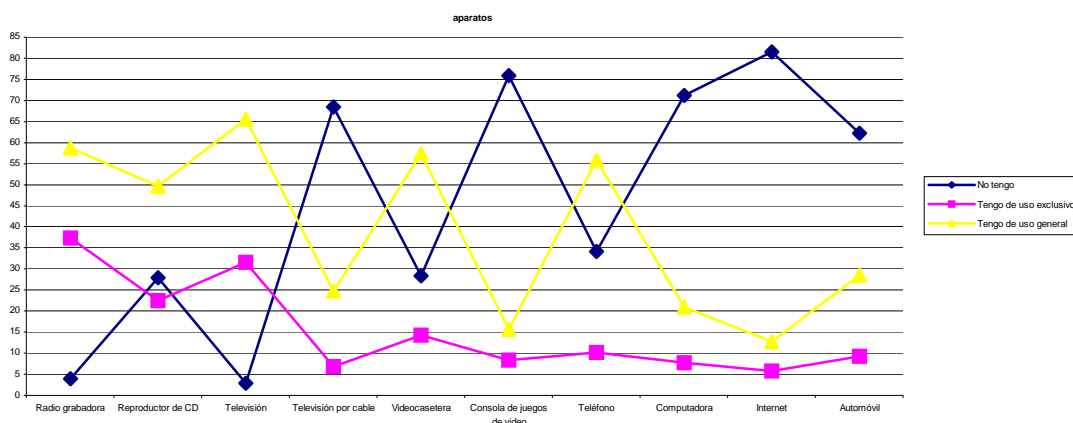
Aquí podemos observar que dentro del proceso de socialización, la madre es una figura determinante en impulsar a los hijos a continuar con los estudios. Sin embargo habría que considerar que en las familias actuales, debido a las separaciones, l@s jóvenes tienden a permanecer en el seno materno y por tanto ella es la figura de autoridad en la que más confían.

#### *4.6 El consumo juvenil*

Para dar respuesta a *¿cómo la población juvenil conforma su percepción y se informa del ámbito político?* y *¿cómo perciben l@s jóvenes la política?* analizaremos aspectos relacionados al consumo que realizan l@s jóvenes del Distrito Federal, por lo cual es importante conocer las actividades culturales que prefieren, tales como ir al cine o al museo, así como si tienen algún vínculo con grupos culturales, de apoyo o políticos; y a su vez el otro punto a conocer es cómo pasan el tiempo libre. Ambos puntos dejarán ver en qué espacios se mueven y desarrollan, permitiendo ir ubicando los campos de acción de l@s jóvenes encuestados.

Para conocer cómo consumen ciertos medios, en primera instancia se les preguntó si cuentan en su hogar con los siguientes aparatos y si son de uso exclusivo o si los comparten con la familia (Véase Gráfica 5).

**Gráfica 5**  
¿Tienes en tu casa?



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

Más de los mitad de l@s jóvenes (**58.7%**) cuentan con radiograbadora, pero la comparten con la familia. El **37.4%** tiene este aparato de uso exclusivo, y el **3.9%** no posee. En cuanto al reproductor de discos compactos (CD<sup>191</sup>), el **49.6%** expresó que tiene de uso general, el **27.9%** dijo no contar con él y solo el **22.5%** sí cuenta.

La televisión es uno de los medios que más consume la familia en nuestro país, así se pudo constatar con los siguientes resultados: **65.6%** de l@s jóvenes encuestados respondieron que la televisión es de uso general. Es compartida por la familia; en tanto el **31.5%** afirmó que cuenta con un aparato televisor propio y solo el **2.9%** aseveró que no cuenta con una. Con respecto a la televisión por cable el **68.5%** manifestó que no cuenta con este servicio, el **24.7%** comentó que el servicio de televisión por cable es de uso general y el **6.8%** dijo que sí cuenta con él y es de uso exclusivo.

El uso de la videocasetera se encontró que en más de la mitad de los hogares de los jóvenes (**57.4%**) es de uso familiar, el **28.4%** no cuenta con ella y el **14.2%** que manifestó que sí tiene una de uso exclusivo. El video juego es otro aparato con el cual la mayoría de l@s jóvenes no cuenta (**75.9%**), el **15.7%** dice compartirlo y el **8.4%** dice contar con su máquina exclusiva.

El **55.8%** de los entrevistados expresó que hacen uso del teléfono con los demás miembros de la familia; el **34.1%** no cuenta con este servicio y el **10.1%** dijo que cuenta con línea propia.

La computadora es una herramienta necesaria en la actualidad para desempeñarse adecuadamente en lo escolar, en lo laboral y que con el servicio de internet facilita

<sup>191</sup> CD se refiere a las siglas en inglés, pero es el término más usado por l@s jóvenes.

diversas tareas. A su vez se está convirtiendo en un nuevo espacio de socialización entre la juventud a través del chat<sup>192</sup>. Aunque el **71.2%** de l@s jóvenes señalaron que no cuentan con este aparato, el **21.0%** manifestó que es de uso general en su casa y solo el **7.8%** afirmó contar con la suya propia. Por tanto, internet no es para la gran mayoría (**81.5%**) accesible, y solo el **12.7%** respondió que sí cuenta con el servicio pero que es de uso general y el **5.8%** tiene internet de uso exclusivo.

Por último, se les preguntó a l@s jóvenes si contaban o no con automóvil. Las respuestas fueron: **62.2%** no tiene, **28.5%** lo comparte con la familia y el **9.3%** sí tiene auto propio.

Lo anterior nos permite ver que un pequeño porcentaje de jóvenes cuenta con aparatos de uso exclusivo, en tanto que la mayoría de ellos comparten estos objetos con el resto de la familia, aunque en el caso de la computadora se percibe que hay un gran número de jóvenes que no cuentan con esta herramienta que pueden emplear para sus labores escolares. Cabe señalar que l@s jóvenes han buscado la forma de acceder a este medio y lo han hecho a través de los cafés internet, este espacio es uno de los nuevos espacios donde se socializa, así mismo el chat permite una comunicación inmediata, aunque de manera virtual con jóvenes de otros lugares del país o del mundo.

#### *4.6.1 Consumo y exposición a los medios (tiempo libre)*

Respecto a los medios por los cuales acceden a la información, de los más importantes están la televisión y la radio, puesto que a través de ellos consumen las formas de entretenimiento que satisfacen el gusto juvenil, están en gran número de hogares y en muchos casos son parte de sus pertenencias.

Para conocer los hábitos de consumo juvenil, ya sea de artículos de tipo cultural, de entretenimiento o de arreglo personal, se les cuestionó qué tipo de artículos habían comprado el último mes. Las respuestas fueron las siguientes (Véase Cuadro 17)

---

<sup>192</sup> El chat es un espacio cibernético de comunicación directa e inmediata entre l@s jóvenes en donde socializan.

**Cuadro 17**

En el último mes ¿compraste (o te compraron) alguno de los siguientes artículos?  
(Porcentaje)

Artículos	Sí	No	No especificado	Total
Discos y/o casetes	49.2	50.6	0.2	100.0
Revistas	36.4	62.9	0.7	100.0
Libros (que no sean de la escuela)	25.9	73.6	0.5	100.0
Ropa y/o zapatos	73.4	25.9	0.7	100.0
Videojuegos	6.4	92.9	0.7	100.0
Otros accesorios	32.5	66.8	0.7	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Lo que podemos resaltar de estos resultados, es el hecho de que l@s jóvenes optan por adquirir revistas **36.4%** (aunque cabe señalar que no se indagó sobre el tipo de revistas que adquieren). El conocer las características de este producto, nos dice mucho sobre el tipo de información que el joven adquiere. En lo que respecta al consumo de libros, l@s jóvenes capitalinos no son partidarios de comprar textos. Esto nos deja ver que su nivel de consumo de información es bajo.

Es decir, el tipo de ideas que consume, tanto en la revista como en los libros permite compartir e intercambiar con amigos, de tal forma que son agentes de socialización y que a la vez conforman su identidad. Esto nos permite señalar a otros como los medios en donde se informan l@s jóvenes de la esfera política.

El tiempo libre, es un espacio para socializar y aprender sobre diferentes temas, por ello se preguntó en la ENJ, los resultados fueron (Véase Cuadro 18)

**Cuadro 18**

¿Con quién o quiénes pasas regularmente tú tiempo libre?

Tiempo libre	%
Papá y/o Mamá	<b>49.3</b>
Novi@ / pareja	18.3
Amigos	14.0
Con herman@s	9.4
Con hijos	5.2
Solo	1.8
Otro	1.7
Compañeros de trabajo	0.3
<b>Total</b>	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Aunque observamos que el tiempo libre de un importante sector de la juventud (**49.3%**) se pasa con los padres, en resultados anteriores hemos analizado que no necesariamente se habla de temas o del ámbito político.

Dentro del uso del tiempo libre el **18.3%** de los entrevistados señalan que gustan de pasarlo con su novi@, por lo cual se le cuestionó sobre los temas que hablan, destacando lo siguiente (Véase Cuadro 19):



**Cuadro 19**

¿Qué tanto platicas con tu novi@ de los siguientes temas?

	<b>Nada</b>	<b>Poco</b>	<b>Regular</b>	<b>Mucho</b>	<b>NE</b>	<b>Total</b>
Tus estudios	17.6	23.5	23.9	<b>32.9</b>	2.1	100.0
De su relación	3.7	8.3	18.9	<b>67.9</b>	1.2	100.0
<b>Política</b>	37.0	33.8	<b>18.5</b>	9.5	1.2	100.0
Religión	32.5	<b>36.6</b>	20.2	9.5	1.2	100.0
Sexo	9.5	17.7	<b>37.4</b>	34.2	1.2	100.0
Trabajo	11.9	15.6	32.5	<b>38.4</b>	1.6	100.0
Noticias de actualidad	17.7	28.4	<b>33.4</b>	<b>19.3</b>	1.2	100.0
Televisión o cine	10.7	30.5	<b>35.8</b>	21.8	1.2	100.0
Tu familia	2.9	16.5	35.0	<b>44.4</b>	1.2	100.0
Tus sentimientos	2.5	10.7	25.9	<b>59.7</b>	1.2	100.0
Tu apariencia física	13.2	27.2	<b>29.6</b>	28.8	1.2	100.0

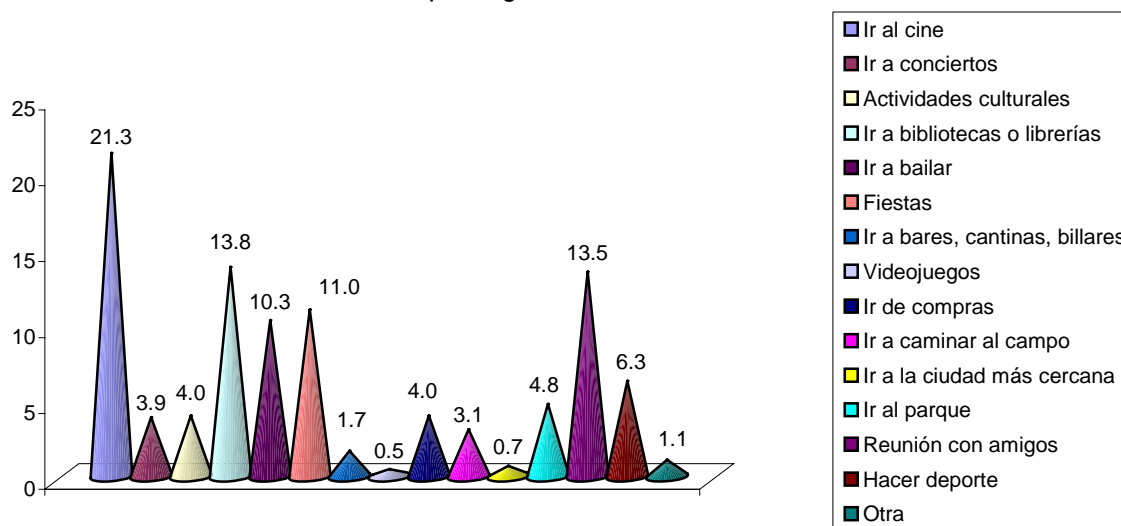
Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Los resultados dejan ver que l@s jóvenes gustan de hablar con su pareja de su relación en primer término, segundo de sus sentimientos y en tercer lugar de la familia. El tema de la política lo toca de manera regular solo el **18.5%**.

Para ahondar en las actividades que la juventud encuestada disfruta hacer fuera de su hogar, se les cuestionó sobre lo que les gusta hacer. Las respuestas las podemos observar en la siguiente gráfica (Véase Gráfica 6).

**Gráfica 6**

Actividades que te gusta hacer fuera de casa



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

La actividad que más gustan l@s jóvenes capitalinos de realizar fuera de casa es el asistir a las salas cinematográficas (**21.3%**), en segundo lugar manifestaron el ir a la

biblioteca o librerías (**13.8%**), (aunque la pregunta está enfocada a las actividades que gusta hacer fuera de casa, el visitar bibliotecas se contrapone con su bajo nivel de consumo de información), en tercer sitio está la reunión con los amigos (**13.5%**). Bajando en la escala de las actividades preferidas por los entrevistados se ubican las fiestas (**11.0%**), el ir a bailar (**10.3%**), hacer deporte (**6.3%**), ir al parque (**4.8%**), las actividades culturales y el ir de compras significa cada una el **4.0%**, el acudir a conciertos (**3.9%**), salir al campo (**3.1%**), asistir a bares, cantinas, billares (**1.7%**), otras actividades (**1.1%**), ir a la ciudad más cercana (**0.7%**) y, por último, frecuentar los establecimientos donde hay videojuegos (**0.5%**).

Los resultados nos dejan ver los diferentes espacios en donde l@s jóvenes gustan de socializar, divertirse y pasar su tiempo libre. En este caso, es interesante ver que de la población entrevistada la segunda mención que hacen es la asistencia a las bibliotecas y librerías, esto entraría en contradicción con el dato expuesto en el Cuadro 17. Sin embargo, cabe señalar que en el caso de las bibliotecas, existen actividades de otra índole que pueden resultar atractivas para el joven como talleres, cursos, exposiciones.

El conocer las horas que l@s jóvenes dedican a ciertas actividades, tanto en un día regular como en un día de descanso, nos informa del consumo que hace de ciertos medios (leer, escuchar música, ver televisión), así como de con quien le gusta pasar su tiempo libre, generándose así espacios de socialización que el joven busca, y que como se mencionó anteriormente reafirman su identidad.

Durante el tiempo libre con el que cuentan l@s jóvenes capitalinos, socializan con agentes específicos. El **29.7%** disfruta estar con su novio o novia; el **27.5%** convive con su papá o mamá; l@s jóvenes que manifestaron contar con su propia familia, lo pasa con sus hijos (**13.7%**); el **13.0%**, disfruta la relación con los amigos; un **11.6%** expresó que con sus hermanos; el **2%** dijo pasarlo solo; los que señalaron que pasan su tiempo libre con los compañeros de trabajo fue el **1.4%** y el **1.1%** dio otras respuestas.

Existen diferentes espacios en donde el joven socializa con los amigos y entre esos lugares están: la casa de alguno de ellos (**31.0%**), otros manifestaron que se juntan en la calle o el barrio (**18.0%**), el **12.2%** comentó no contar con amigos, por tanto no hay un espacio de reunión. En igual porcentaje están los que comentaron que se juntan con los amigos en la escuela. Para mayor especificidad de los lugares donde se reúnen l@s jóvenes, ver el siguiente cuadro (Véase Cuadro 20).

**Cuadro 20***¿En dónde te reúnes con tus amigos?*

Lugar de reunión	%
En la casa de alguno de ustedes	<b>31.0</b>
En la calle o en el barrio	18.0
En la escuela	12.2
No tiene amigos	12.2
En algún bar o cantina	6.3
En un área deportiva	5.3
En centro comercial	4.1
En la plaza	2.6
En el edificio o vecindad	2.4
En otro lugar	2.4
En el parque	2.1
En la iglesia	0.8
En la sede de una organización	0.6
Total	100.0

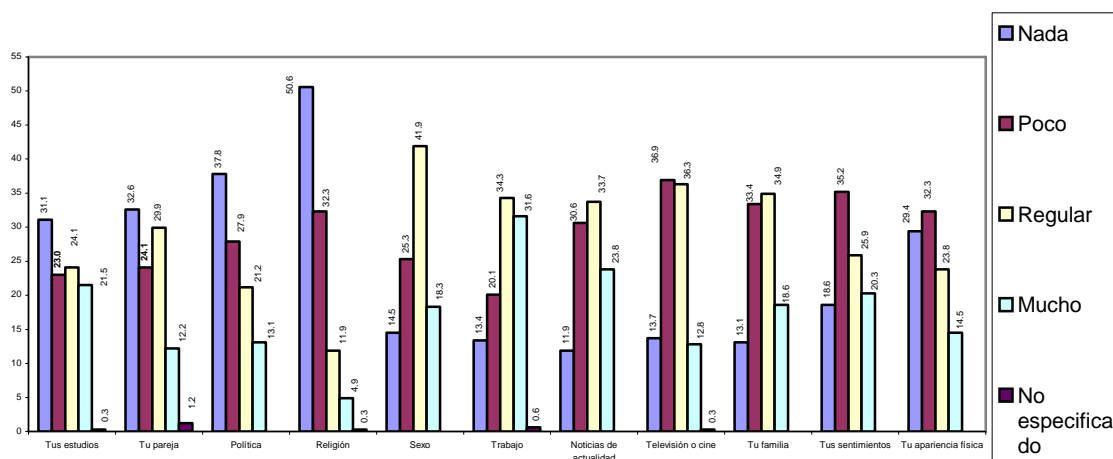
Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Lo que podemos ver es que la fuerte carga emotiva de las relaciones interpersonales, esto es, la interacción entre los integrantes del grupo par, facilita la socialización política como en el caso de l@s jóvenes. Ello debido, entre otros factores, a la cotidianidad, la cual crea vínculos sólidos entre ellos: la amistad, el noviazgo y el compañerismo. Con esto nos referimos a que la comunicación y atención prestada entre ellos, es un factor necesario para la transmisión de las orientaciones políticas o a la formación del comportamiento político. Permitiendo consolidar la orientación y/o reafirmarla.

#### *4.7 La relación con los pares*

Con los amigos se platican de muchas cosas, es más fácil hablar de ciertos temas con ellos que con la familia, por ello se les preguntó a los encuestados *¿qué tanto platicas con tus amigos (as) de...?* entre los tópicos que manifestaron comentar están (Véase Gráfica 7).

**Gráfica 7**  
*¿Qué tanto platicas con tus amigos de...?*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

En la gráfica anterior podemos ver que la cuestión de los estudios no se comenta con los amigos entre un **31.1%** de los encuestados; los que lo platican en regular medida constituye el **24.1%**; el **23.0%** aseveró que poco; el **21.5%** dijo que mucho, y sólo el **0.3%** no especificó su respuesta.

El platicar con los amigos sobre las relaciones de pareja es otro de los tópicos que se indagaron: el **32.6%** no comenta de su relación con los amigos; el **29.9%** lo hace regularmente; los que platican poco es el **24.1%**, quienes charlan mucho conforma el **12.2%** y el **1.2%** dio una respuesta no específica.

El tema en que se centra esta investigación, es el de los espacios y factores de socialización política de I@s jóvenes capitalinos, y una de las preguntas en la ENJ es referente a este proceso. Dentro de la pregunta de lo que platican con los amigos, se tocó el tema de la política y los resultados al respecto fueron los siguientes: el **37.8%** de I@s jóvenes entrevistados dijo no platicar nada de política con los amigos; el **27.9%** comenta poco de este ámbito; en tanto el **21.2%** lo hace en forma regular, y sólo el **13.1%** charla mucho de política con sus amigos. Los resultados nos muestran que I@s jóvenes platican, en un porcentaje mínimo, un poco más del tema con sus amigos que con sus padres.

En este sentido, es importante preguntarse ¿a través de que fuentes se informan I@s jóvenes del Distrito Federal de la cuestión política?, ¿cómo toman decisiones a la hora de participar políticamente, es decir, el ir a votar?, ¿y qué tipo de información es la que obtienen?

#### 4.7.1 La socialización política entre pares

Al analizar estos datos, podemos observar que es bajo el porcentaje de l@s jóvenes que gustan platicar de política, lo cual está relacionado con lo que sucede en el país. Al sumar a los que comentan mucho y los de regular manera, se presenta un porcentaje del **34.3%**, lo cual ya significa que están en cierta medida enterados de lo que acontece en dicho ámbito. Es importante señalar que las experiencias relacionadas con la política son mucho más importantes para quienes han estado o están interesados en el tema.

La religión es otro tema que la mitad de los encuestados mencionaron que no platican con las amistades (**50.6%**), el **32.3%** charla poco sobre la cuestión religiosa; el **11.9%** lo hace regularmente, quienes manifestaron comentar mucho fue el **4.9%** y sólo el **0.3%** no especificó la respuesta.

La sexualidad es un tópico que l@s jóvenes comentan de forma regular entre los amigos (**41.9%**); lo expresan poco el **25.3%**, el **18.3%** lo trata mucho y el **14.5%** no platica nada del tema. En este caso, podemos observar que existe un nivel mayor de confianza entre la juventud encuestada para hablar de este tópico con los amigos que con los padres.

El trabajo es un tema que se llega a comentar de manera regular con los amigos (**34.3%**); los que lo hacen mucho es el **31.6%**, en tanto que quienes platican poco conforman el **20.1%** y los que no hablan del asunto es el **13.4%**. Por último, el **0.6%** no especificó la respuesta.

El **33.7%** habla regularmente con los amigos de las noticias de actualidad; el **30.6%** las comenta poco; un **23.8%** platica mucho de estos asuntos y sólo el **11.9%** no charla nada de: los acontecimientos coyunturales. Aunque no se puede determinar el grado de información y retroalimentación con el que cuentan l@s jóvenes, siendo que al sumar los porcentajes de *poco* y *nada* da charla entre ellos de noticias de actualidad, el 42.5% resultaría que no lo hace y el resto (57.5%) lo hace en cierta medida. Estos resultados, muestran una pequeña diferencia entre los que gustan de estar informados de los que no. Por tanto, como se vio en la pregunta referente al interés en temas de política, hay una pequeña distancia entre l@s jóvenes que no gustan de estar informados, y que por ende su información de política es baja, y que nos plantea una nueva interrogante: ¿cuál es su nivel de discusión sobre temas del ámbito político sino es de su interés los temas de actualidad?

L@s jóvenes que hablan poco de lo que ven en televisión o cine es el **36.9%**; otros lo hacen de forma regular (**36.3%**), el **13.7%** no platica nada de lo que ve, en tanto el **12.8%** comenta mucho acerca de lo que ha visto, el **0.3%** no especificó.

El platicar de la familia, para algunos jóvenes es una práctica regular con los amigos (**34.9%**); quienes hablan poco, el **33.4%**; el **18.6%** dialoga mucho sobre el tema y el **13.1%** no conversa.

En cuanto al tópico de los sentimientos, el **35.2%** lo comenta poco con los amigos; el **25.9%** lo hace regularmente; el **20.3%** dijo platicar mucho de sus sentimientos y el **18.6%** no habla nada del tema con los amigos.

La apariencia física es importante en l@s jóvenes por ello es un punto a comentar con los amigos. Los que manifestaron que lo conversan poco fue el **32.3%**; el **29.4%** de los encuestados dijo que no hablan del tema; el **23.8%** dialoga de forma regular sobre su apariencia, y el **14.5%** afirmó que platica mucho sobre este asunto con sus amistades.

En la juventud, el grupo de pares es un agente importante de socialización política, siendo que puede llegar a ser o no un influenciador en la participación política de un sujeto. Otro espacio en donde l@s jóvenes reciben información del ámbito político es en el trabajo. Aquí se encuentran con otros contextos y agentes que participan en su proceso de socialización.

#### *4.8 Trabajo y socialización política*

El trabajo es otro punto en donde se convive y se pasa la mayor parte del tiempo, por ello se indagó sobre cómo se presenta el proceso de socialización y si l@s jóvenes encuestados se desarrollan en este espacio, de tal forma que también se presentan las oportunidades con las que cuentan para obtener un empleo, siendo que esta condición cambia la perspectiva del país en donde viven, en este caso la capital. El **86.8%** manifestó que sí ha laborado alguna vez y sólo el **13.2%** no lo ha hecho.

Aunque el **13.2%** indicó que no ha trabajado, mencionó que sí ha desempeñado labores en un negocio de tipo familiar (**7.1%**); el vender productos y el realizar otro tipo de tarea como planchar, lavar, cuidar niños significó el **5.4%**, cada uno, y en el **1.8%** están los que hicieron algún producto para vender, ayudaron en actividades del campo y/o buscaron empleo por primera vez. El **76.8%** no ha realizado ningún trabajo.

L@s jóvenes que respondieron afirmativamente haber laborado, se encuentra el rango de edad entre los 7 y 26 años: el **4.7%** lo hizo ente los 7 y 11 años; el **68.9%** abarca las edades de 12 a 18 años; el **24.8%** obtuvo su primer trabajo entre los 19 y 26 años, y sólo el **1.6%** no especificó su respuesta.

El hecho de conocer si en el momento del inicio a la vida laboral se encontraba estudiando la y el joven entrevistado, nos remite a la pregunta arriba expuesta sobre el motivo de abandono de los estudios. Un poco más de la mitad respondió afirmativamente (**54.8%**), es decir, que se encontraba estudiando cuando comenzó a trabajar y el **45.2%** dijo que no había empezado a trabajar.

El oficio, puesto o cargo que tuvo por primera el encuestado, varió entre diversas áreas de la economía, de los trabajos más nombrados destacan los siguientes: comercio, empleado de comercio y agente de ventas representó el **23.9%**; los que mencionaron haber sido trabajadores en servicios personales fue el **16.8%**; los que fueron trabajadores de apoyo significa el **14%** (Véase Cuadro 21).

**Cuadro 21**  
*¿Cuál era el nombre del oficio, puesto o cargo que tuviste?*

<b>Nombre del oficio, puesto o cargo</b>	<b>%</b>
Comerciantes, empleados de comercio y agentes de venta	23.9
Trabajadores en servicios personales	16.8
Trabajadores de apoyo	14.0
Trabajadores en servicios domésticos	9.0
Ayudantes, peones y similares	7.9
Artesanos y trabajadores febriles	5.5
Vendedores ambulantes y trabajadores	5.2
Trabajadores agrícolas, ganaderas...	3.8
Profesionistas	2.7
Conductores y ayudantes	2.2
Técnicos	1.9
Jefes de depto. Coordinadores y supervisores	1.6
Trabajadores de la educación	1.4
Trabajadores del arte, espectáculos y deportes	1.4
Funcionarios y directivos	1.1
Jefes, supervisores y otros trabajadores de control	0.8
Operadores de maquinaria fija	0.8
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

En el cuadro podemos observar que son pocos l@s jóvenes que se desempeñan como profesionistas (**2.7%**) y posterior a ello es mucho menor el porcentaje de los que se desarrollan en puestos de importancia, lo cual contrasta con el porcentaje de los que señalan desempeñarse en el área de comercio y ventas (**23.9%**).

En este sentido la importancia de conocer el tipo de desempeño laboral en donde ha socializado el joven también hace referencia a la visión que tiene del ámbito en el que se desenvuelve. Y esto a su vez se ve reflejado en su perspectiva de la sociedad en la que vive, de su localidad, de su país. Es decir, su *habitus* es determinante en el momento de concebir algunos momentos de la vida política, económica y social del país, en este caso del Distrito Federal.

#### 4.9 Percepción sobre las instituciones y actores políticos y sociales

Los personajes que tienen un papel preponderante en la sociedad y que en la encuesta manifestaron les genera confianza a l@s jóvenes son: los maestros, médicos, sacerdotes y defensores de los derechos humanos, quienes fueron nombrados por más de la mitad de los encuestados<sup>193</sup>.

Existe una congruencia entre dos resultados de las encuestas Ciudadanos y Cultura de la Democracia y la ENJ en donde se señala a la familia como una de las instituciones que a l@s jóvenes les genera confianza, así como la escuela y la iglesia (Véase Cuadro 22)

**Cuadro 22**  
Selecciona 3 instituciones que te inspiren más confianza

Instituciones	%
Familia	<b>83.7</b>
Escuela	<b>51.7</b>
Iglesia	<b>44.0</b>
Medios de comunicación (radio, tv., prensa)	17.2
Gobierno	15.3
Ejercito	10.3
Ninguna	8.7
Agrupaciones de ciudadanos (ong's)	7.8
Sindicatos	5.2
Partidos políticos	3.3
Congreso (diputados y senadores)	3.3

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Nota: Respuesta Múltiple, no suma 100%

En la Encuesta Ciudadanos y Cultura de la Democracia, al preguntar al segmento joven de la importancia de que los maestros de enseñanza primaria deban hablar o no de política, l@s jóvenes señalan que *sí deben* **51%**, quienes señalan que *no deben*, **40%**, los que mencionaron que *en parte* es el **7%**, y los que dieron otra respuesta, no supieron o no contestaron representó el **2%**.

L@s jóvenes confían poco en los empresarios, jueces y policías, pero en quienes no confían es en los judiciales, políticos y en los líderes sindicales. La desconfianza que generan estos personajes en los entrevistados como se puede apreciar en el cuadro es en más del **60%**. En este sentido, tanto la población juvenil como otros sectores de la sociedad, han manifestado su repudio a esos personajes (Véase Cuadro 23).

<sup>193</sup> Datos obtenidos de la Encuesta Ciudadanos y Cultura de la Democracia.



**Cuadro 23**  
*Grado de confianza en los siguientes personajes...*  
*(porcentaje)*

	<i>Sí confío</i>	<i>Confío poco</i>	<i>No confío</i>	<i>No especificado</i>	<i>Total</i>
Políticos	3.9	29.6	<b>66.3</b>	0.2	100.0
Jueces	10.0	<b>39.9</b>	49.9	0.2	100.0
Maestros	<b>67.2</b>	26.2	6.4	0.2	100.0
Médicos	<b>76.3</b>	20.8	2.7	0.2	100.0
Policías	5.4	<b>31.8</b>	62.6	0.2	100.0
Empresarios	18.3	<b>41.4</b>	40.1	0.2	100.0
Militares	30.1	28.4	41.3	0.2	100.0
Líderes sindicales o gremiales	9.0	26.4	<b>64.4</b>	0.2	100.0
Sacerdotes	<b>52.3</b>	26.2	21.0	0.5	100.0
Judiciales	5.9	21.5	<b>72.4</b>	0.2	100.0
Defensores de derechos humanos	<b>51.4</b>	31.5	16.9	0.2	100.0
Miembros de organizaciones ciudadanas (ONG's)	28.4	40.8	30.6	0.2	100.0

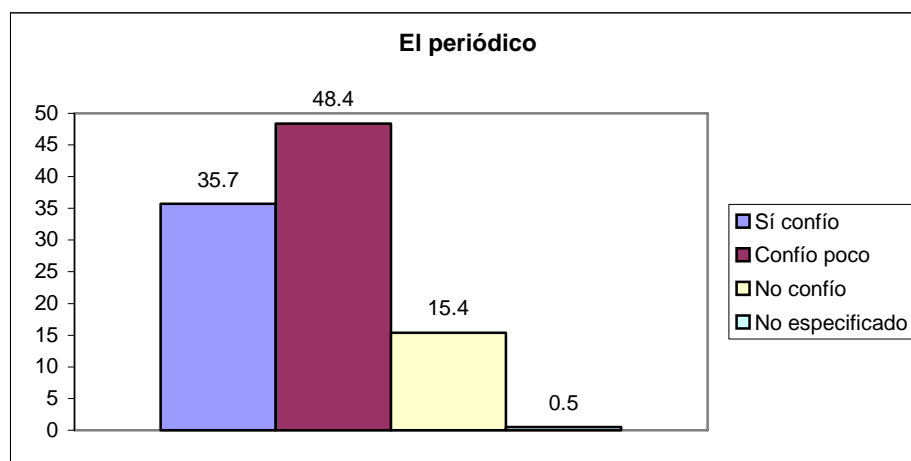
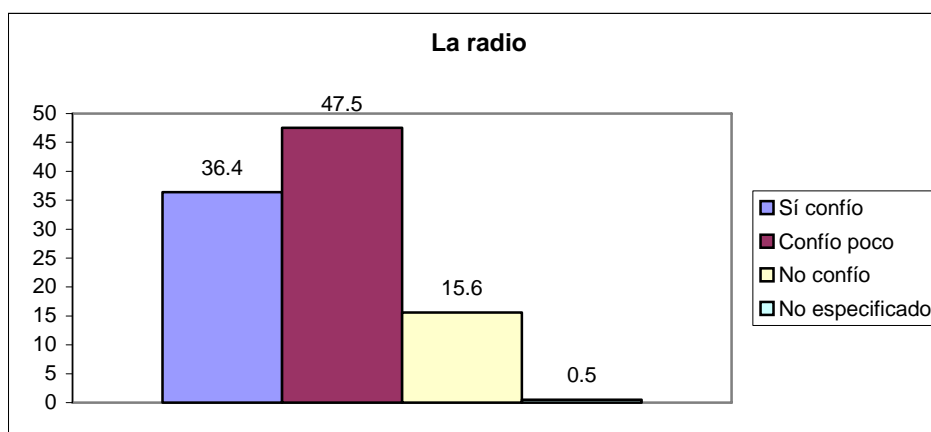
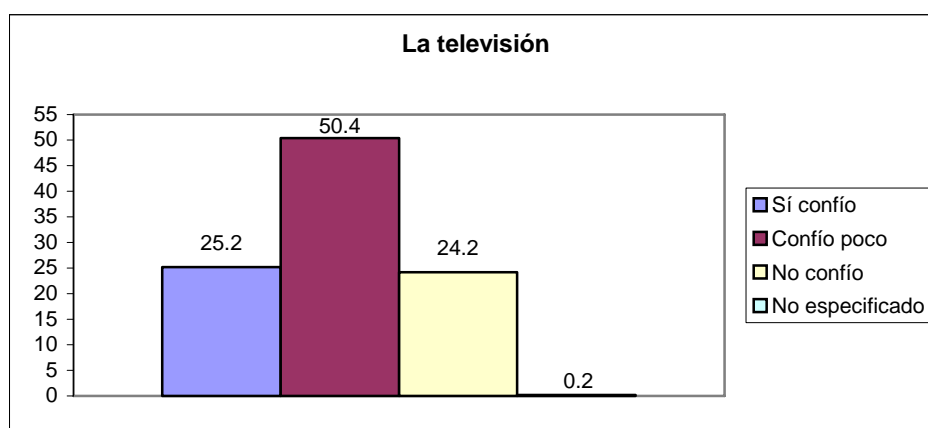
Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Con el fin de conocer si se está de acuerdo en que una institución como la iglesia esté involucrada en aspectos políticos, en la *Encuesta Ciudadanos y Cultura de la Democracia*, se planteó la pregunta *¿está de acuerdo o en desacuerdo con que los sacerdotes hablen de política durante la misa?* La mayoría de la población juvenil respondió que está en desacuerdo (**79%**), un **14%** aseveró estar de acuerdo, el **3%** dijo estar de acuerdo en parte, al **2%** le da igual y el **2%** no contestó o no sabe.

Al inicio de este apartado se realizaron una serie de preguntas para dar respuesta con el análisis de las encuestas, entre los cuestionamientos destaca sí son los medios de comunicación masiva un agente de socialización con influencia en l@s jóvenes: *¿son los medios de comunicación, en la actualidad, un agente preponderante en la socialización política de la juventud? ¿Los medios de comunicación mantienen una preponderancia de socialización en instituciones como la familia, la escuela y la iglesia, en la construcción de percepciones sobre el entorno político de l@s jóvenes?*

Una parte de la respuesta a dichas inquietudes puede resolverse al analizar los siguientes datos, en el cuadro 22 se respondió a cuáles son las 3 instituciones que dan mayor confianza, el cuarto sitio lo ocuparon los medios de comunicación, por ello fue importante conocer cuál de los medios de comunicación es el que más confianza genera (Véase Gráfica 8):

**Gráfica 8**  
*Confianza en medios*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Más de la mitad de los encuestados mencionaron sí confiar en la televisión (**25.2%**), en tanto el porcentaje de la radio fue **36.4%** y el de el periódico (**35.7%**); lo que demuestra que es la radio el medio en el que más se confía, sin embargo es a través

de ellos que se informan de lo que acontece en el mundo. Entonces surge la siguiente interrogante, si no creen en ellos, ¿Por qué siguen consumiendo esta manera de informarse? ¿Qué consideran válido y que no de la información que ven y escuchan de los medios?, lo cual sería tema de otra investigación. (Véase Cuadro 24).

**Cuadro 24**  
*¿Cómo te informas de lo que sucede en el mundo, en el país, en tu ciudad, pueblo o comunidad?*

<b>Medio</b>	<b>Porcentaje</b>
Periódico	41.1
Televisión	<b>87.4</b>
Radio	29.7
Amigos	1.7
Vecinos	1.0
Familia	1.9
Internet	2.9
Otro	0.2
NE	1.9

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Nota: Respuesta Múltiple, no suma 100%

La opinión que tienen la juventud sobre su país es importante, ya que nos habla de la visión de oportunidades, beneficios y libertades que ven en él, por eso se les pidió a l@s jóvenes que comentaran aspectos que les gustan de su nación. El más nombrado fue cultura y tradiciones (**33.2%**); en segundo término se ubica su gente (**25.0%**); otra característica de lo que gusta a l@s jóvenes de México es el nivel y forma de vida (**17.5%**); la religión (**11.1%**); las oportunidades que ofrece (**3.5%**) y la forma de gobierno (**3.0%**) agradan en menor porcentaje al sector juvenil; **3.1%** de los encuestados dio otras opciones; sólo el **2.8%** expresó que no le gusta nada de su país y el **0.8%** no especificó lo que le agrada.

De los problemas que perciben l@s jóvenes capitalinos como los más apremiantes, están aquellos con los que se enfrentan día a día: la pobreza fue nombrada entre las primeras (**23.7%**), le siguen la inseguridad (**15.0%**); desempleo y corrupción, significaron cada una el **14.9%**; con menor porcentaje de menciones se nombró a la violencia (**8.1%**); la falta de educación (**6.3%**); la drogadicción (**4.7%**); el narcotráfico y la corrupción están en la misma posición (**3.5%**); la desigualdad (**3.4%**) y otras respuestas fue el **2.0%**.

Lograr un acercamiento a los valores inculcados en l@s jóvenes no es cosa fácil, para ello se les nombraron unas frases que permitieron a su vez conocer la actitud sobre lo que para ellos significa el debe ser un buen ciudadano, esto nos acerca a su visión de los valores en el ámbito social (Véase Cuadro 25):

**Cuadro 25***Oraciones que más se acercan a ser un buen ciudadano*

<b>Ser un buen ciudadano, implica...</b>	<b>%</b>
Ser consciente de lo que sucede	<b>45.2</b>
Comprometerse con los problemas del país	23.7
Hacer cosas por los demás	11.0
Vivir sin involucrarse en ningún problema	9.5
Decir lo que piensa sin importar las consecuencias	5.9
Vivir de acuerdo a las normas de la mayoría	4.2
No especificado	0.5
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

En primer término mencionaron el *ser consciente de lo que sucede (45.2%)*, lo cual se vincula al nivel de información que debe tener todo buen ciudadano. En segundo lugar nombraron el compromiso con la problemática del país (**23.7%**), este punto tiene relación con el grado de participación social que se debe tener. Ambas oraciones dejan ver aspectos que nos acercan a la perspectiva que se tiene del actor social.

#### 4.10 Cultura y Participación política-social

En este apartado se verán los resultados del proceso de socialización política que han vivido l@s jóvenes capitalinos. Ello se manifiesta debido a que la serie de preguntas que a continuación se plasman, tienen como interés el conocer la cultura política y la participación de la juventud del Distrito Federal, esto nos dará un panorama de cómo se informan (medios, familia, etc.), dónde socializan (espacios) y permitirá conocer sus actitudes, opiniones y valores frente a la situación política que se vivía en el país en el año 2000.

La encuesta Ciudadanos y Cultura de la Democracia, realizada en 1999, nos puede ir acercando a entender la actitud que l@s jóvenes tienen hacia la política, por ello se les preguntó *¿qué tanto se interesa usted por la política?* Las respuestas se presentan en el siguiente cuadro (Véase Cuadro 26).

**Cuadro 26***¿Qué tanto se interesa por la política?*

<b>Interés por la política</b>	<b>%</b>
Mucho	18.0
Poco	<b>52.0</b>
Nada	26.0
Depende	1.0
A veces	2.0
Otra	1.0
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional Ciudadanos y Cultura de la Democracia

La encuesta ENJ fue aplicada en el mes de octubre de 2000, cuando los ánimos políticos ya estaban más calmados. En cuanto a la participación sociopolítica de l@s jóvenes y las formas de manifestarse, el **91.2%** comentó que no ha participado en ninguna manifestación, marcha o acto político. En tanto que sólo un **8.6%** sí lo ha hecho, el **0.2%** no especificó el tipo de participación que ha tenido.

L@s jóvenes que manifestaron que nunca han realizado pintas o graffitis, así como desplegados o fanzines (revistas alternativas), fue el **95.4%**. Los que se han expresado por medio de alguna de estas opciones de tendencia cultural, fue el **4.4%** y el **0.2%** no especificó la respuesta. Aquí observamos que l@s jóvenes no buscaban espacios para expresar sus gustos o preferencias culturales.

El sector juvenil entrevistado destacan que prefieren participar en actividades por la defensa del medio ambiente (**91.7%**) y el respeto de los indígenas (**91.0%**). En contra parte, no les gustaría colaborar en ningún acto de partidos políticos (**80.0%**) (Véase Cuadro 27).

**Cuadro 27**  
*De las siguientes actividades, dime en cuáles participarías y en cuáles no participarías*

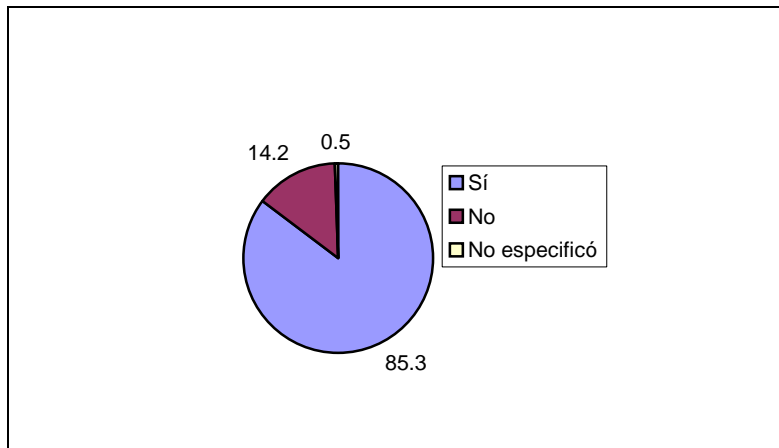
	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No especificado</i>	<i>Total</i>
Actos de partidos políticos	19.8	<b>80.0</b>	0.2	100.0
Por la paz	<b>89.8</b>	10.0	0.2	100.0
Por los derechos humanos	<b>90.0</b>	9.8	0.2	100.0
Protestas ciudadanas	39.9	59.9	0.2	100.0
Por los derechos de los homosexuales	36.2	63.6	0.2	100.0
A favor del aborto	23.5	76.3	0.2	100.0
Por los enfermos de SIDA	72.7	27.1	0.2	100.0
Por el respeto de los indígenas	<b>91.0</b>	8.8	0.2	100.0
En defensa del medio ambiente	<b>91.7</b>	8.1	0.2	100.0
En contra del delito y de la inseguridad	89.5	10.3	0.2	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Se puede decir que l@s jóvenes están preocupados y prefieren temáticas más actuales como la lucha por el medio ambiente y los derechos de los indígenas que se analizan en foros a nivel mundial.

Para conocer el grado de compromiso y de participación de l@s jóvenes se les preguntó si contaban con credencial para votar o no, obteniéndose que: el **85.3%** respondió afirmativamente, el **14.2%** no cuenta con su credencial y sólo el **0.5%** no especificó la respuesta (Véase Gráfica 9).

**Gráfica 9**  
*¿Tienes credencial para votar?*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Es interesante observar que el **85.3%** de los encuestados manifestó contar con su credencial para votar, sin embargo, este hecho no es indicativo de que sean ciudadanos participativos en las elecciones, pero a su vez, el hecho de no ejercer su voto nos crea otras interrogantes, ¿cómo puede la juventud juzgar un hecho si no actúa en consecuencia? Esta es algunas de las inconsistencias en que caen algunos jóvenes.

Con respecto a la pregunta de si han votado alguna vez, los resultados también fueron alentadores, el **81.9%** afirmó haberlo hecho, el **17.6%** no ha ejercido su voto y el **0.5%** no especificó la respuesta. En esta pregunta se desglosó por edades el porcentaje de quienes han votado y de los que no (Véase Cuadro 28).

**Cuadro 28**  
*¿Has votado alguna vez?*  
 (Porcentaje)

<i>Edad</i>	<i>Sí</i>	<i>No</i>	<i>No especificado</i>	<i>Total</i>
18	4.9	<b>7.4</b>	0.3	12.6
19	6.1	1.2		7.3
20	7.8	<b>2.9</b>		10.7
21	<b>9.6</b>	<b>2.0</b>		11.6
22	7.8	1.0		8.8
23	6.6	0.7	0.2	7.5
24	5.6	0.5		6.1
25	<b>8.1</b>	1.0		9.1
26	7.3			7.3
27	<b>8.3</b>	0.5		8.8
28	7.1	0.2		7.3
29	2.7	0.2		2.9
<i>Total</i>	81.9	17.6	0.5	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

Este cuadro tiene como finalidad mostrar el interés de la participación en ciertas edades y, como podemos observar, aquella fluctúa entre las diversas edades, lo que nos indica que l@s jóvenes en su gran mayoría están interesados en ejercer su derecho ciudadano. Llama la atención el grupo de edad de 18<sup>194</sup> años, que debería ser el grupo de edad con mayoría en responder que sí han votado, ya que es cuando obtienen este derecho, aunque también esto se vincula con contar o no, con su credencial de elector. Lo cual deja pensar que usan la credencial más como una forma de identificarse que como instrumento para ejercer su derecho a elegir.

Es decir, es bajo el porcentaje de jóvenes que se preocuparon por contar con su credencial para votar. Esto es un elemento que podemos relacionar con la cultura política existente en nuestro país, y por tanto, con el proceso de socialización política en el cual se desarrollaron l@s jóvenes entrevistados.

Se ha analizado la concepción de la cultura política en el país, dando por resultado que se vincula al hecho del proceso de transición política que se vive desde hace algunos años.

Previo a las elecciones del año 2000, la encuesta Ciudadanos y Cultura de la Democracia deja ver las razones por la que la gente va a votar. Las respuestas en ese momento fueron: que *cambie el partido que está gobernando*, el **46.0%** de los encuestados, el **42.0%** señaló *que vota para que gane el partido que apoya*, el **7.0%** *para que no gane el partido que no apoyó*, el **2.0%** manifestó que *es un derecho y una obligación*, los que dieron otra respuesta fue el **2.0%**, en tanto el **1.0%** no dio *ninguna razón*.

<sup>194</sup> Los 18 años es la edad en la cual los mexicanos ejercen su mayoría de edad y por tanto, su derecho al voto.

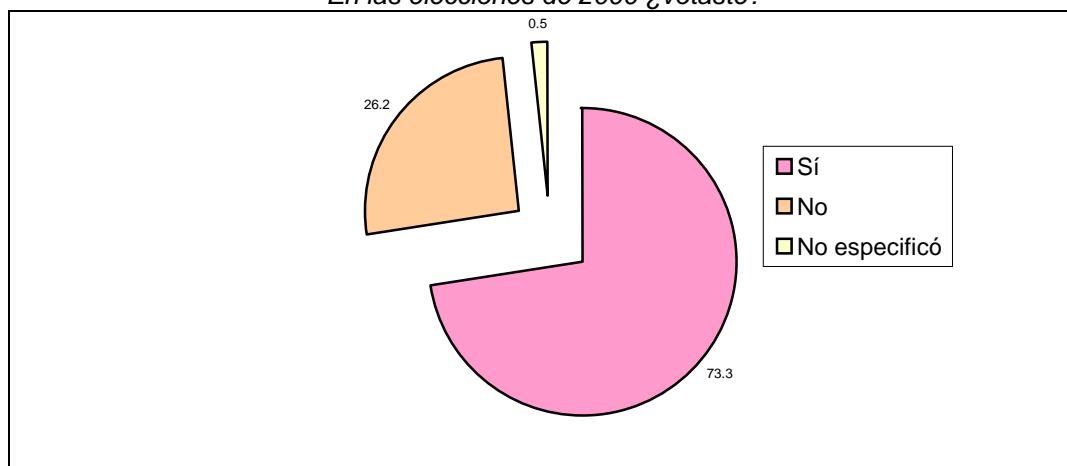
Además, se cuestionó si consideraban que la competencia entre partidos era buena. Las respuestas fueron las siguientes: es *buena*, manifestó el **69.0%** de los entrevistados, el **25.0%** señaló que *no es buena* y los que dieron *otra* respuesta fue el **6.0%**.

Los resultados anteriores nos dejan ver que la población juvenil mexicana estaba a favor de un cambio en el poder. Para confirmar lo anterior, se preguntó *Para usted, ¿qué es preferible? Que gobiernen otros partidos aunque no tengan experiencia o que gobierne siempre el mismo partido porque tiene experiencia*. Los encuestados respondieron de la siguiente forma: el **55.0%** estuvo de acuerdo en *que gobiernen otros partidos*; el **40.0%** opta porque gobierne siempre el mismo partido; *ninguna* de las dos opciones fue manifestada por el **3.0%** y el **2.0%** dio otras respuestas.

Para conocer el porcentaje de participación de la juventud capitalina encuestada que ejerció su voto en las elecciones del 2 de julio de 2000, se les preguntó si votaron en las elecciones, las respuestas fueron las siguientes: el **73.3%** dijo haber votado, el **26.2%** no sufragó y el **0.5%** no especificó (Véase Gráfica 10).

En cuanto a la tendencia por género la participación se presentó así: hombres (**36.9%**), mujeres (**36.4%**) votaron en casi similar porcentaje; en tanto, los que no ejercieron su voto, de los hombres fue el **13.7%**, y de mujeres el **12.5%**; los que no especificaron, resultaron ser el **0.5%**.

**Gráfica 10**  
En las elecciones de 2000 ¿votaste?



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Los resultados obtenidos en esas elecciones dieron el triunfo a Vicente Fox Quesada, representando a la Alianza por el Cambio (PAN<sup>195</sup>-PVEM<sup>196</sup>) y en donde en la mayoría de las encuestas realizadas al momento de salir de las casillas (“exit polls”)

<sup>195</sup> Partido Acción Nacional.

<sup>196</sup> Partido Verde Ecologista de México.



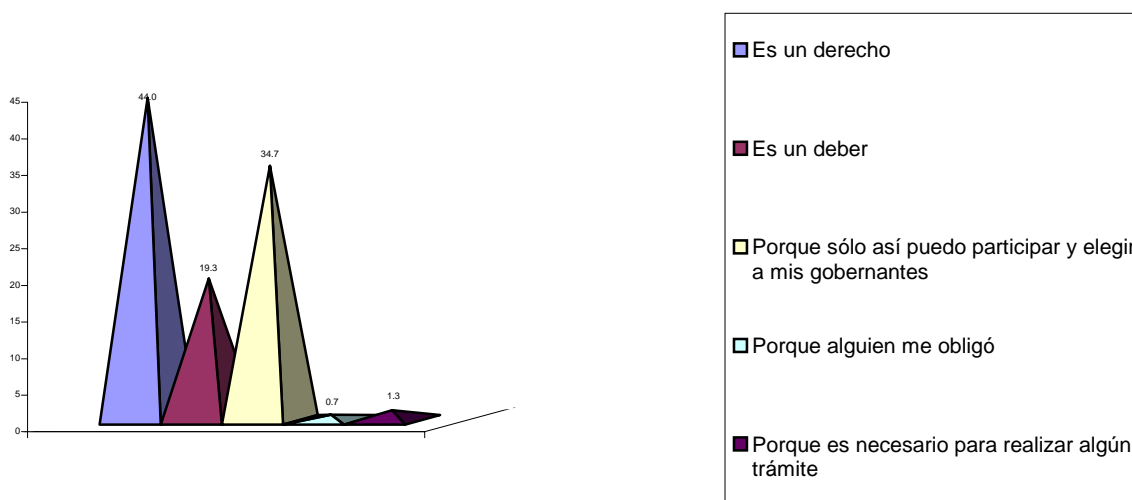
indicaban que uno de los segmentos de la población que otorgaron su voto al entonces candidato Fox, fue el de l@s jóvenes, lo que no debería extrañar puesto que es la población mayoritaria en el país.

Sin embargo, lo que llama la atención es el hecho de haber ejercido su voto por un partido que prometía el cambio y sacar al PRI de los Pinos. Este hecho, de trascendencia histórica en el país, aún continúa explicándose desde diferentes áreas de investigación. Este trabajo pretende describir a través de los números (porcentajes) lo que se manifestaba en l@s jóvenes capitalinos y entender cómo se generó su proceso de socialización política y cómo esto los llevó a votar en contra del sistema de partido imperante hasta entonces en el país.

El indagar los factores que motivaron el voto juvenil nos permite acercarnos a describir su proceso de socialización política. Por ello, en los estudios que revisamos, observamos que la razón principal por la que votaron, es por que se trata de un derecho (**44.0%**), lo que nos indica que l@s jóvenes consideran al voto como una forma de manifestarse, es la manera en que su voz se deja escuchar (Véase Gráfica 11).

**Gráfica 11**

*¿Cuál es la razón principal por la que fuiste a votar en las elecciones de 2000?*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

En segundo término se ubica el hecho de que la juventud capitalina encuestada señala que sólo a través del voto puede participar y elegir a sus gobernantes (**34.7%**). Ello nos indica quienes se informan y están más interesados por lo que sucede en su comunidad. Y en tercer sitio se mencionó por que es un deber (**19.3%**) el acudir a votar, lo cual habla sobre la visión que se tiene de este ejercicio ciudadano.

Del **26.2%** de l@s jóvenes que manifestaron no haber votado en las elecciones del 2 de julio de 2000 se indagó cuáles fueron los motivos por los que no sufragaron. Un **37.5%** de los encuestados dieron varias opciones a las ofrecidas en el cuestionario, lo que el porcentaje significa la suma de todas las menciones dadas por ellos. El **32.1%** expresó haber perdido su credencial de elector; el **11.9%** comentó que le dio flojera acudir a votar, entre otras respuestas (Véase Cuadro 29).

**Cuadro 29**

*¿Cuál es la razón por la que no fuiste a votar en las elecciones de 2000?*

<i>Razones</i>	<i>%</i>
Otra	37.5
Perdí mi credencial de elector	32.1
Me da flojera	11.9
No sirve de nada	8.3
No creo en los partidos políticos	3.7
No me gustan los candidatos	2.8
No especificado	2.8
Es mi manera de protestar	0.9
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

En el cuadro se puede apreciar que los razonamientos expresados por l@s jóvenes para no acudir a votar manifiesta su forma de percibir los procesos electorales y hace referencia al proceso de socialización política que tuvieron, en este caso el **8.3%** que dijo que no sirve de nada el votar, esta respuesta se puede vincular a los muchos comentarios que se escuchan cotidianamente por personas adultas.

En *Ciudadanos y cultura de la democracia* se aplicó la pregunta *¿con qué frecuencia acostumbra leer, ver o escuchar noticias o programas sobre política?* Esto nos sirve como antecedente para conocer la frecuencia con la que la población juvenil se informa de dicho ámbito, los resultados fueron los siguientes: el **45%** mencionó que *siempre*, el **35%** manifestó que *a veces*, el **19%** indicó que *nunca* y solo el **1%** dijo que solo se informa en *ocasiones especiales*.

Los medios de comunicación son otro agente de socialización política de l@s jóvenes, por ello fue necesario enterarse de cómo se informan de lo que sucede en su entorno. En *Ciudadanos y cultura de la democracia* más de la mitad (**51.9%**) de la población entrevistada mencionó a la televisión como el principal medio por el cual se enteran de lo que acontece en el mundo; por su parte la prensa es consultada por el **26.7%** de la juventud capitalina; la radio es otra forma de informarse de los sucesos a nivel mundial, nacional o local, la escuchan el **17%** de l@s jóvenes. Un **1.9%** comentó conocer los hechos a través del internet; el **0.9%** intercambia información con los

amigos; los vecinos (**0.7%**) y la familia (**0.7%**) es otra forma de enterarse de las noticias, por último el **0.2%** no especificó y/o dio otra respuesta.

El medio que es más utilizado por l@s jóvenes para informarse de política es la televisión, es el agente de socialización política que más influye en su percepción de este ámbito, y en segunda mención esta la radio. L@s jóvenes que manifestaron informarse por estos medios representan el 86% (Véase Cuadro 30):

**Cuadro 30**  
*¿Cuál es el medio que más usa par informarse sobre política?*  
(porcentaje)

<b>Medio</b>	<b>%</b>
Periódico	12.0
Radio	13.0
Televisión	<b>73.0</b>
No me informo	1.0
Otro	1.0
NS / NC	0
Total	100.0%

Fuente: Encuesta Nacional Ciudadanos y Cultura de la Democracia.

Estos resultados nos dejan claro que son los medios de comunicación masiva los que informan a l@s jóvenes sobre los acontecimientos mundiales, nacionales, locales o de su comunidad. Son los medios de comunicación uno de los espacios donde se recibe la información acerca del ámbito político.

Lo antes mencionado se vuelve a reafirmar con la siguiente pregunta realizada a l@s jóvenes habitantes del Distrito Federal, acerca de dónde o con quién han aprendido lo que saben sobre los siguientes temas (Véase Cuadro 31):

**Cuadro 31**  
*Dime ¿en dónde o con quién has aprendido lo más importante que sabes sobre los temas de...?*  
(Porcentaje)

	<i>Sexualidad</i>	<i>Política</i>	<i>Religión</i>	<i>Derechos</i>
Mis padres	32.3	<b>22.5</b>	65.0	35.2
La escuela	35.0	<b>27.9</b>	5.4	38.4
La iglesia	1.2	1.0	18.4	1.0
Los medios de comunicación	6.6	<b>31.1</b>	1.7	10.0
Mis amigos	8.3	6.3	2.0	2.9
Por mí mismo	12.2	6.3	4.9	8.8
Otro	4.2	4.2	2.4	3.2
No especificado	0.2	0.7	0.2	0.5
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

El aprendizaje en los diversos asuntos varía de agente socializador, pero es la escuela en donde podemos encontrar dos de éstos que son reconocidos como los

principales por l@s jóvenes: la sexualidad (**35.0%**) y los derechos (**38.4%**). Los padres son quienes instruyen sobre religión (**65.0%**).

En tanto, en el aspecto de la política son los medios quienes orientan (**31.1%**), el segundo espacio en el cual ellos se informan de política es la escuela (**27.9%**) y son los padres (**22.5%**), el tercer agente socializador del ámbito político para l@s jóvenes. Estos resultados nos muestran que los espacios tradicionales de socialización política como la familia están pasando a ser sustituidos por la escuela y por nuevos agentes como los medios de comunicación, siendo éstos últimos los de mayor peso en la juventud actual.

De lo expuesto podemos ver que los medios son un elemento importante en la socialización política. Por tanto, si lo relacionamos con los hechos sucedidos el 2 de julio de 2000, se afirmarí que ellos fueron un factor decisivo a la hora de elegir un candidato, y en este sentido ya hay trabajos de investigación<sup>197</sup> que señalan que la publicidad televisiva del entonces candidato Vicente Fox, fue influyente a la hora de decidir y ejercer el voto. Lo que podemos relacionar a la pregunta de dónde y/o con quién se entera la juventud de lo que sucede en el mundo, en la cual manifestaron que es la televisión su principal fuente de información.

Para conocer el nivel de participación política y social que tienen l@s jóvenes con la sociedad, se les cuestionó si disfrutaban su tiempo libre en participar en alguna organización social, asociación o en algún grupo de tipo religioso, político, deportivo, ecológico, etc. A su vez, esto nos permite conocer el grado en que colaboran, así como la importancia que tienen estos espacios para ellos. El **77.3%** de los entrevistados menciono que nunca han participado en alguno de estos grupos. En tanto, el **22.7%** sí lo ha hecho.

De los que respondieron que sí han participado (22.7%), especificaron el tipo de organización a la que han pertenecido, destacando las siguientes (Véase Cuadro 32):

---

<sup>197</sup> Trabajos que directa o indirectamente hablan del tema están: Ana Fernández Poncela, *Cultura política y jóvenes en el umbral del nuevo milenio* (2003); Julia I. Flores Dávila, *Tipos de identidad y generaciones en México* (2000). También están los resultados de las encuestas como la del Instituto Mexicano de la Juventud (2000); Ciudadanos y cultura de la democracia (2000). Entre la investigación plasmada en tesis de nivel maestría de Laura Aguirre Ramírez.

**Cuadro 32**

*Tipo de organización social, asociación o grupo en el que ha participado*

<i>Tipo de organización</i>	<i>%</i>
Deportiva	<b>39.5</b>
Estudiantil	16.1
Religiosa	12.9
Partidista	8.1
Cultural	8.1
De ayuda o servicio a la comunidad	8.1
Ecologista	3.2
Artística	2.4
Barrial	0.8
De trabajo con/para mujeres	0.8
Total	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del

D.F.

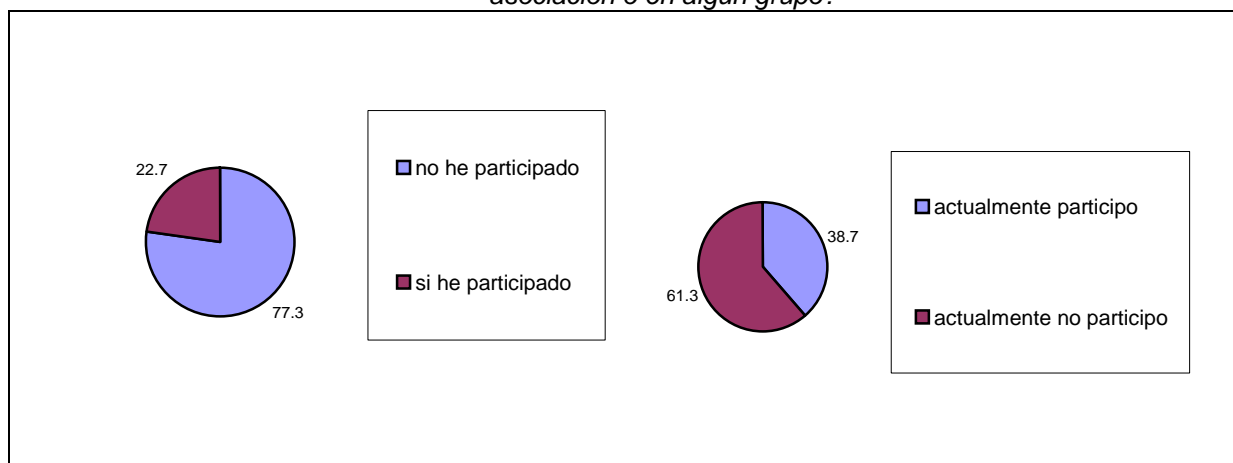
Los resultados demuestran que para l@s jóvenes existe un gran interés por participar en organizaciones de índole deportiva (**39.5%**), en segundo lugar están los espacios de tipo estudiantil<sup>198</sup> (**16.1%**) y en tercer mención, l@s jóvenes señalan que otro tipo de agrupación a la que han pertenecido, y en donde han socializado, son las agrupaciones de tipo religioso (**12.9%**). En una cuarto lugar (**8.1%**), se señalan tres tipos de asociaciones en las que ha participado la población juvenil entrevistada como son las de tipo *partidista*, *cultural* y *de ayuda o servicio a la comunidad*. El porcentaje confirma el bajo nivel de participación política que predomina entre l@s jóvenes de la capital.

La edad de participación entre la juventud es muy variada puesto que fluctúa entre los 4 y 26 años de edad, pero entre las edades más sobresalientes se destaca que l@s jóvenes comenzaron a participar entre los 15 y 19 años de edad (**41.7%**), el segundo grupo etario oscila entre los 10 y 14 años (**26.9%**); otros manifestaron que empezaron a participar entre los 20 y 26 años (**16.3%**), y por último, el **15.1%** perteneció a algún grupo entre los 4 y 9 años de edad.

<sup>198</sup> La encuesta no especifica a que se refiere con agrupación de índole estudiantil. Para no entrar en supuestos sólo se retoma lo propuesto en los resultados de la ENJ 2000.

**Gráfica 12**

*¿Has participado alguna vez en alguna organización social, asociación o en algún grupo?*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

De l@s jóvenes que han participado en alguna asociación (22.7%), sólo el **38.7%** participa actualmente y el **61.3%** respondió que ya no lo hace, esto en el momento de aplicarse la encuesta (Véase Gráfica 12).

L@s jóvenes que respondieron que actualmente (año 2000) continúan participando en algún tipo de asociación son: el **40.0%** mencionó que pertenece a un grupo deportivo; el **15.7%**<sup>199</sup>, manifestó que colaboran en una organización de tipo partidista, el **11.1%** señaló que participó en un grupo religioso; con el **8.9%** cada uno se nombraron a los asociaciones de corte estudiantil y las culturales; con el **4.4%** respectivamente están las de índole ecologista, artística y de ayuda o servicios a la comunidad; por último el **2.2%** es integrante de un grupo de trabajo con y/o para mujeres.

Ya señalamos que no se perciben como ciudadanos y los resultados anteriores dejan ver la baja participación política juvenil. En conjunto nos hablan de que no hay una clara concepción de cultura política entre este segmento de la población. La baja concepción de cultura política refiere a bajos niveles de información y de participación política en el país.

Al interior de los grupos, asociaciones u organizaciones en donde colaboran l@s jóvenes encuestados, fue importante conocer las características de la población que la conforma, esto se refiere a si son únicamente jóvenes, jóvenes con adultos, etc. El **41.5%** comentó que la organización a la que pertenecen está integrada por jóvenes y adultos; **36.6%** dijo que la componen solo jóvenes; el **14.6%** mencionó que participan

<sup>199</sup> Este porcentaje en población contable representa sólo 7 de l@s jóvenes entrevistados, lo cual significa un número muy bajo de la población encuestada interesada en el ámbito político, lo que nos deja ver que las experiencias relacionadas a la política son mucho más importantes en nuestro país, para quienes han estado o están interesados en el tema.

jóvenes pero la dirigen adultos; el **4.9%** expresó que intervienen principalmente adultos y el **2.4%** no aplica.

#### 4.11 De la percepción y la opinión del ser joven a la identidad

L@s jóvenes, se perciben en primer punto como mexicanos, y dentro de esa connotación identitaria que para muchos implica el ser mexicano, se ven asimismo más de tipo conservadores que liberales, más alegres que tristes; más o menos violentos que tranquilos; son un poco más respetuosos que abusivos; se consideran más leales que traidores; más solidarios que egoístas; más trabajadores que flojos; más corruptos que honestos; más o menos sumisos y dominantes, y por último, consideran que al ser mexicano son más responsables que irresponsables. El punto que aquí llama la atención es la inclinación que toman de más conservadora que liberal, lo cual nos habla de una postura que influye en su actitud y como ven el contexto social y por ende se refleja en la decisión política que toman l@s jóvenes. Esto nos lleva también a pensar el porqué de la elección de un candidato que representa (ba) valores conservadores como en su momento lo hizo el entonces candidato Vicente Fox. El hecho de que se perciba al mexicano en su conjunto como conservador muestra la percepción de la cultura política en la que se desarrollan l@s jóvenes (Véase Cuadro 33).

**Cuadro 33**

Del siguiente cuadro, según tu opinión, cuál es la palabra que mejor describe a los mexicanos... (Selección del número que más se acerque a la palabra)

	1	2	3	4	5		NE
Conservador	<b>19.2</b>	<b>23.8</b>	24.0	19.6	11.8	Liberal	1.6
Alegres	<b>43.8</b>	32.8	10.7	6.4	5.0	Tristes	1.4
Violentos	17.8	23.1	<b>31.8</b>	17.1	8.7	Tranquilos	1.6
Respetuosos	10.5	26.0	<b>29.5</b>	20.3	12.2	Abusivos	1.6
Traidores	8.1	16.7	<b>33.3</b>	26.0	14.3	Leales	1.6
Solidarios	27.7	<b>32.6</b>	19.8	10.9	7.6	Egoístas	1.6
Flojos	8.5	13.4	<b>31.4</b>	25.4	19.8	Trabajadores	1.6
Honestos	9.1	16.9	<b>32.6</b>	22.7	17.2	Corruptos	1.6
Sumisos	11.4	25.4	<b>26.7</b>	22.3	12.6	Dominantes	1.6
Responsables	15.5	25.2	<b>32.9</b>	15.7	8.9	Irresponsables	1.7

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

Por último, a l@s jóvenes se les pidió que mencionaran una serie de frases que los represente o identifique en la actualidad, resaltando las siguientes:

1. *la apariencia y la moda (28.5%);*
2. *el lenguaje, la música y los gustos (26.2%);*
3. *la conciencia, las responsabilidades y el compromiso (21.5%);*
4. *los recursos económicos y la posesión de bienes (12.0%)*

5. *fuerza y agilidad (11.5%)* y,
6. Solo el **0.3%** *no especificó* cómo se percibe en su papel de joven en la actualidad.

Otro punto para conocer el sentido de identificación que tienen l@s jóvenes, fue a través de la pregunta *¿la gente debe comportarse de acuerdo con...?* (Véase Cuadro 34)

**Cuadro 34**  
*¿La gente debe comportarse de acuerdo con...?*

<b>Opinión</b>	<b>Porcentaje</b>
Lo que la sociedad considera correcto	42%
Lo que piensa	<b>55%</b>
Ninguna	1%
Otra	2%

Fuente: Encuesta Nacional Ciudadanos y Cultura de la Democracia

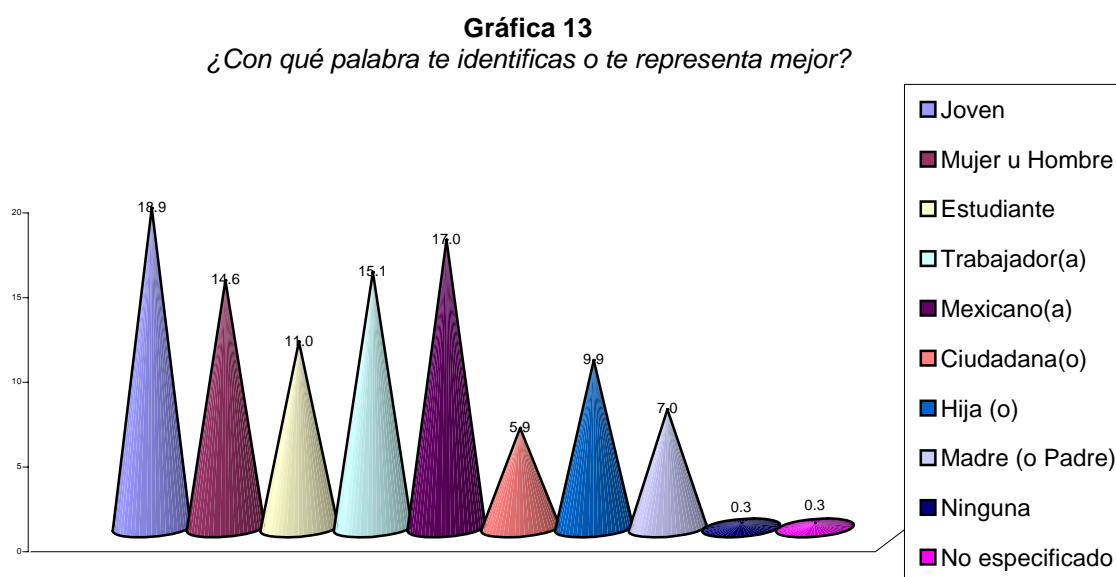
En este sentido, los datos muestran que hay un rango de diferencia entre la juventud que tiene un sentido de libertad, que es más ella al demostrar su forma de ser y de actuar. En tanto, l@s jóvenes que aún tienen temor a expresarse, que dependen de lo que dicte la sociedad son aquellos que van más de acuerdo con manifestarse más conservadores que liberales. Entre este segmento, se puede encontrar (seguramente) a jóvenes que votaron en las elecciones del 2000 por el candidato Fox, por ser el que entre la sociedad se consideraba el adecuado y el políticamente correcto. Asimismo, si retomamos la teoría de la espiral del silencio, se puede decir que l@s jóvenes optaron por la alternativa política que más predominaba en los medios de comunicación, y en general, en la sociedad.

Las oportunidades y desventajas que se presentan en l@s jóvenes permiten ubicar la actitud de éstos frente a la adversidad, por lo cual se les planteó que si requerían de ayuda, *¿qué tipo de ayuda les gustaría recibir?* El **43.8%** mencionó que preferirían recibir apoyo para conseguir trabajo. El **36.1%** opta por que le den una beca para continuar estudiando; un **10.4%** prefiere le ayuden con dinero; el **4.7%** dio otras respuestas; los que optan por que se les respalde con el pago de un viaje fue el **3.9%**; el **0.9%** no aceptaría ningún tipo de ayuda y, el **0.2%** no especificó como preferiría que se le apoyara.

La identidad juvenil tiene muchas facetas. Esta dependerá de las condiciones en las cuales el joven se desarrolló y el entorno que le rodeó, son una serie de elementos los que van conformando como ser joven, ser joven capitalino, el ser un joven



capitalino estudiante o trabajador o ciudadano o madre. Por ello se les pidió que hicieran mención a la palabra que más los identifique o represente (Véase Gráfica 13):



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

A la pregunta de que palabra los identifica, los encuestados señalaron en primer término al vocablo *joven* (**18.9%**). En segundo lugar, la palabra que también los representa es *mexicano* (**17.0%**); en siguiente lugar se ubica la condición de actividad y fue el adjetivo *trabajador(a)* (**15.1%**). La identificación de género: *mujer u hombre* representó el **14.6%** de las respuestas; la siguiente condición de actividad que los representa a l@s jóvenes entrevistados fue la de estudiante (**11.0%**). Otros se perciben como hijos (**9.9%**); la representación del ser padre o madre fue el **7.0%**; sólo el **5.9%** se identifica como ciudadano. Hubo quienes mencionaron que ninguna de las opciones que se le dieron los describe (**0.3%**) y con igual porcentaje (**0.3%**) se ubica a quienes no especificaron su respuesta.

En la respuesta de que solo el **5.9%** se identifica como un ciudadano, nos habla del bajo nivel de cultura cívica que predomina entre l@s jóvenes, así como de su baja percepción sobre la importancia de su participación política. Con esto nos referimos, por un lado, a que no tienen interiorizado que el ser ciudadano se obtiene con la mayoría de edad. Por el otro, no conciben que la ciudadanía se obtenga con la mayoría de edad y se ejerce con la decisión de voto, ya que es uno de los derechos como ciudadano mexicano.

De las palabras mencionadas y más significativas se puede observar que en primera instancia ésta la identificación generacional (*joven*), es en la construcción de su identidad juvenil en la que se encuentran trabajando y por ello, a la que nombran como

representativa, seguida de la identidad nacional (*mexicano*) lo que nos habla del arraigo al país. Su condición de actividad refiere a la importancia que tiene el encontrarse trabajando en estas épocas en donde las oportunidades son pocas. La identidad de género también se hizo presente. Cada vez es más notoria la distinción que se hace entre hombres y mujeres, logrando en el sector juvenil una fuerte identificación de ciertos roles que cada uno debe desarrollar.

La valoración de l@s jóvenes capitalinos sobre su situación económica logra un acercamiento a las esperanzas que tienen de una mejor calidad de vida, de las oportunidades que les brinda la edad y de las circunstancias que prevalecen en el país. Ellos consideran su situación socioeconómica actual (esto en el momento de la encuesta): más de la mitad (**56.7%**) expresó que su condición es *regular*; el **34.2%** dijo que su posición resulta ser *buena*; el **6.1%** afirmó que su circunstancia socioeconómica es *mala*. Sólo **2.0%** mencionó que su estado es *muy bueno*. El **0.5%** comentó que su situación es *muy mala*, y otro **0.5%** no especificó la condición en la que se encontraba.

A l@s jóvenes de todas las épocas, siempre se les dice que todo tiempo pasado fue mejor, y por ello surge la pugna donde se crea la brecha generacional. En esta se presentan las confrontaciones sobre lo que es correcto a cierta edad, lo que “yo ya había hecho a tu edad”, “en mis tiempos las cosas no eran así” estas frases son ejemplo de como se va generando un cierto estado de animosidad en el joven, que a su vez hacen que ellos luchen por ganar mejores espacios y condiciones a las logradas por sus padres. En la ENJ se les plantearon las siguientes expresiones (Véase Cuadro 35) para conocer la escala de condición de oportunidades con respecto a la de sus padres.

**Cuadro 35**

*Con respecto a la generación de tus padres crees que ahora l@s jóvenes están mejor, igual o peor, en relación con...  
(Porcentaje)*

	<i>Mejor</i>	<i>Igual</i>	<i>Peor</i>	<i>NE*</i>	<i>Total</i>
Facilidad de tener vivienda propia	33.8	20.0	<b>46.0</b>	0.2	100.0
Posibilidad de estudiar	<b>57.5</b>	20.5	21.5	0.5	100.0
Posibilidad de formar tu familia	<b>41.7</b>	33.7	24.4	0.2	100.0
Posibilidad para trabajar	37.4	28.4	33.7	0.5	100.0
Tener ingresos económicos adecuados	29.8	31.8	38.2	0.2	100.0
Divertirse	<b>62.3</b>	21.3	15.9	0.5	100.0
Tener mayor seguridad pública	18.3	19.6	<b>61.9</b>	0.2	100.0
Participar en la vida política	35.0	30.8	33.7	0.5	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

\* NE: no especificado

En este caso se observa que l@s jóvenes opinan que tienen peores posibilidades a la de sus padres de obtener una vivienda propia (**46.0%**), esto tiene relación con el tema de los ingresos pues solo con un mejor ingreso se podrá buscar la forma de financiamiento. En cuanto a los estudios, más de la mitad (**57.5%**) piensa que hay mejores condiciones para estudiar. El **41.7%** dijo que hay mejores medios para formar una familia propia.

Con respecto a la probabilidad de encontrar un empleo las opiniones están muy parejas el **37.4%** considera que hay mejores posibilidades y el **33.7%** dice que están peores. Se presenta una diferencia de siete puntos entre la obtención de ingresos adecuados, ya que el **31.8%** menciona que existen iguales condiciones a la de sus padres, y el **38.2%** afirma que son peores los medios para obtener ingresos adecuados. En cuanto a la facultad de divertirse el **62.3%** hace referencia que en la actualidad hay mejores opciones.

El **61.9%** comentó que en estos tiempos se presentan peores posibilidades de obtener una mayor seguridad pública, este dato es significativo principalmente por que l@s jóvenes capitalinos saben en que situación de inseguridad se encuentran los habitantes del Distrito Federal.

Por último, existe una diferencia de **1.3%** entre los que consideran que hay mejores posibilidades de participar en la vida política (**35.0%**) de los que creen que son peores (**33.7%**) y el **30.8%** opina que está igual. Aunque se presenta una tendencia a una mayor participación política, esto no dice mucho de la intención de l@s jóvenes sobre actuar, ya que como se vio en el Cuadro 24 no están muy interesados en participar en actos de esa índole. Hay dos puntos de reflexión en estos resultados. Uno, habla de las expectativas que ha generado la transición a la democracia, de ahí la posibilidad de participar en la vida política del país. El otro, percibe el desánimo de l@s jóvenes frente a este ámbito como consecuencia de la baja o casi nula creencia en las instituciones públicas del país.

Dentro de las opciones que les puede presentar la vida, se les pidió a l@s jóvenes que ordenaran tres frases para conocer *lo que consideran más importante*, la opción de tener vivienda propia fue el **24.1%**; contar con un buen empleo lo consideró el **23.2%**; el casarse y contar con un negocio propio lo mencionaron el **15.5%** para cada concepto; el **7.8%** dijo procrear hijos; el servir a los demás lo comentaron el **6.2%** de los entrevistados; un viaje largo (**4.3%**) y un trabajo en el extranjero (**3.3%**) son intenciones que proyectaron algunos de l@s jóvenes. Sólo el **0.1%** no especificó lo que considera importante. Las tres primeras menciones se relacionan con la seguridad económica y con la estabilidad emocional, ya que el contar con un buen empleo y con vivienda les permitirá casarse o establecerse como personas adultas.

Los problemas y temores cotidianos a los que se enfrentan l@s jóvenes nos permite hacer una aproximación al tipo de valor que le asignan a ciertos aspectos que se manifiestan en la sociedad, de tal forma que con algunos estén de acuerdo y con otros no; estas actividades tienen relación con lo correctamente visto por los demás (llámese sociedad, comunidad, grupo, familia) y que ellos consideran que deben actuar conforme a lo que establecen estas instituciones.

Las siguientes frases hablan de una postura políticamente correcta, las respuestas van más en función de *lo que debe ser*, y no de lo que sucede en la realidad. Aunque, los resultados también hablan de una visión conservadora de los hechos, todas las frases van más de acuerdo con acciones que sí suceden entre l@s jóvenes (Véase Cuadro 36).

**Cuadro 36**  
De las siguientes acciones ¿cuáles justificarías o no? Según las opciones (porcentaje)

	<i>De acuerdo</i>	<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>No especificado</i>	<i>Total</i>
Consumir drogas	2.9	6.9	<b>90.0</b>	0.2	100.0
Comprar algo robado	4.2	5.9	<b>89.7</b>	0.2	100.0
Evadir impuestos	5.1	8.1	<b>86.6</b>	0.2	100.0
Emborracharse	7.6	19.6	<b>72.6</b>	0.2	100.0
No votar en las elecciones	10.3	12.7	<b>76.8</b>	0.2	100.0
Ser infiel a tu pareja	8.8	7.6	<b>83.4</b>	0.2	100.0
Aceptar sobornos	2.9	4.9	<b>92.0</b>	0.2	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

El que no se justifique el hecho de consumir drogas ellos no representa ninguna garantía de una disminución en el consumo de éstas, porque uno de los problemas que más se presenta entre l@s jóvenes es sin duda esta adicción y el número va en aumento. Sería conveniente preguntarles qué consideran que podría erradicar esta problemática y cómo actuarían para ayudar a quienes lo hacen. Porque este caso sirve para las otras acciones que no justifican, sin embargo están muy presentes y son una realidad.

Por otro lado, se les cuestionó sobre qué tan felices se sienten, permitiendo conocer su actitud frente a la vida así como su representación del ser joven. En este sentido, lo que implica desenvolverse frente a los demás y cómo los ven, pero sobre todo como se perciben frente a sí mismos: el **70.2%** dijo ser muy feliz; el **26.9%** expresó que son poco felices; el **2.2%** respondió que no es nada feliz y el **0.7%** no especificó cómo se siente.

Anteriormente vimos que l@s jóvenes no son muy tolerantes frente a ciertas temáticas, pero para conocer a profundidad aspectos vinculados a las actitudes y valores que presentan ellos a ciertos aspectos de índole legal, se les preguntó su opinión sobre si están en desacuerdo en aspectos como el aborto (**70.3%**), el consumir drogas (**84.7%**) y **87.0%** dijo no apoyar la violencia por motivos políticos o religiosos. En cuanto a temas como castigar penalmente como adultos a los menores de 18 crea cierto desacuerdo, sin embargo el aplicar la pena de muerte en delitos graves, las opiniones se dividen (Véase Cuadro 37).

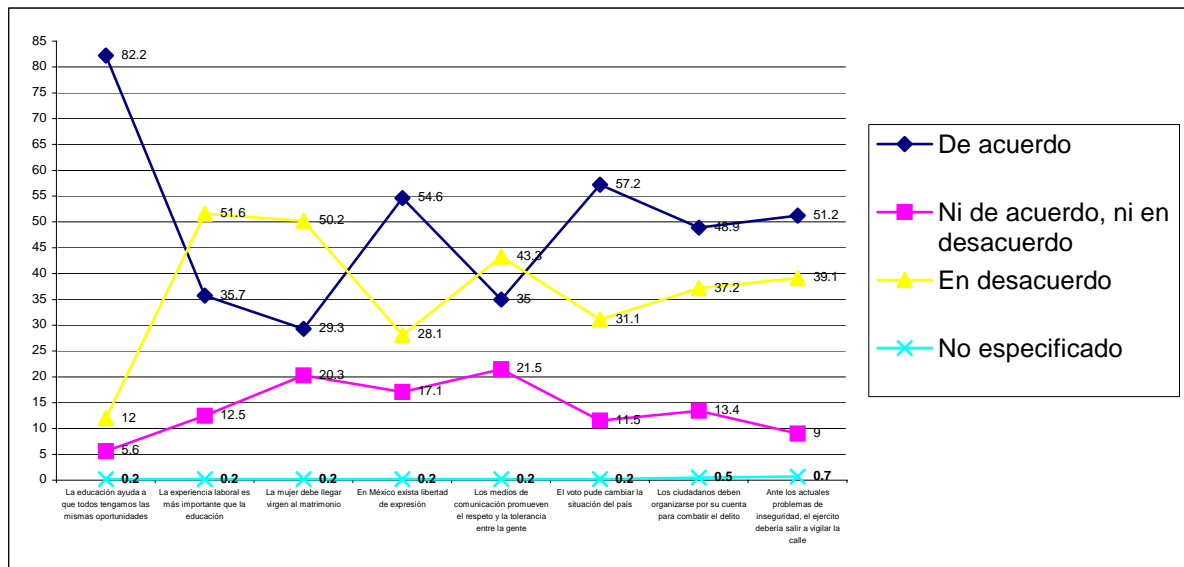
**Cuadro 37**  
¿Cuál es tu opinión sobre las siguientes afirmaciones?

	<i>De acuerdo</i>	<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>No especificado</i>	<i>Total</i>
Que no sea delito el aborto	24.4	5.1	<b>70.3</b>	0.2	100.0
Que no sea delito consumir drogas	8.3	6.8	<b>84.7</b>	0.2	100.0
La violencia por motivos políticos o religiosos	4.9	7.9	<b>87.0</b>	0.2	100.0
Castigar penalmente como adultos a los menores de 18 años	45.5	5.1	<b>49.2</b>	0.2	100.0
Aplicar la pena de muerte para los delitos graves	<b>47.2</b>	5.4	<b>47.2</b>	0.2	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

Otras opiniones que fueron medidas están relacionadas con el entorno del país, las oportunidades brindadas; el respeto, la tolerancia. Se les pidió de igual forma que manifestaran qué tan de *acuerdo*, ni de acuerdo, ni en desacuerdo y en desacuerdo se encontraban con frases como: *La educación ayuda a que todos tengamos las mismas oportunidades*, el **82.2%** afirmó estar de acuerdo; para la oración *La experiencia laboral es más importante que la educación*, el **51.6%** dijo estar en desacuerdo; el **50.2%** manifestó estar en desacuerdo con *La mujer debe llegar virgen al matrimonio*; de acuerdo con que *En México exista libertad de expresión* el **54.6%**. Con la frase *Los medios de comunicación promueven el respeto y la tolerancia entre la gente* el **43.3%** se manifestó en desacuerdo; *El voto puede cambiar la situación del país* está de acuerdo el **57.2%**; con la oración *Los ciudadanos deben organizarse por su cuenta para combatir el delito* están de acuerdo el **48.9%** y, por último el **51.2%** dijo estar de acuerdo que *Ante los actuales problemas de inseguridad, el ejército debería salir a vigilar la calle* (Véase Gráfica 13).

**Gráfica 13**  
*¿Cuál es tu opinión sobre las siguientes afirmaciones?*



Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D.F.

En la frase relacionada a los medios de comunicación, I@s jóvenes vuelven a manifestar la poca confianza que tienen en ellos, aquí se vuelve a presentar la contradicción arriba expuesta, de que manifiestan son el agente que prefieren para informarse de lo que acontece en el mundo y en el país. Entonces habría que preguntarse, ¿Para ellos solo hay una forma de obtener información o prefieren guiarse por el mundo visual que ofrece la televisión?

Para concluir el análisis de la ENJ 2000, se presenta la última serie de frases en dónde I@s jóvenes plasmaron su opinión, la cual permitirá hacer un acercamiento a aspectos de su comportamiento. Asimismo es una aproximación a la actitud que presenta este grupo de la población ante algunas situaciones. El siguiente cuadro muestra el porcentaje de acuerdo y desacuerdo frente a las oraciones presentadas (Véase Cuadro 38).

**Cuadro 38**  
*¿Cuál es tu opinión sobre las siguientes afirmaciones?*

	<i>De acuerdo</i>	<i>Ni de acuerdo, ni en desacuerdo</i>	<i>En desacuerdo</i>	<i>No especificado</i>	<i>Total</i>
A los comportamientos de l@s jóvenes se les debe poner límites bien definidos	<b>57.5</b>	7.3	34.7	0.5	100.0
L@s jóvenes son apáticos y no les interesa nada	29.8	13.5	<b>56.0</b>	0.7	100.0
Lo importante para l@s jóvenes es vivir el presente, sin preocuparse por el futuro	33.0	10.0	<b>56.2</b>	0.7	100.0
A l@s jóvenes organizados el gobierno no los toma en cuenta	<b>48.9</b>	13.5	36.9	0.7	100.0

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000. Base de datos del D. F.

Más de la mitad de l@s jóvenes (**57.5%**) considera que es necesario ponerle límite a su conducta; aunque no se especifica a qué tipo de comportamiento se debe controlar. El **56.0%** no está de acuerdo en que se les catalogue como apáticos o que no les importa nada; sin embargo, esto es un poco contradictorio ya que como se vio en preguntas anteriores, la gran mayoría de la juventud capitalina no participan en algún tipo de organización o es mínima su actuación.

También se manifiestan en desacuerdo (**56.2%**) con la oración que dice a l@s jóvenes sólo les interesa vivir el presente y no se preocupan por el futuro. Este resultado es contradictorio porque a pesar de manifestarse en desacuerdo, la realidad muestra que no siendo que solo se interesan por temas de índole personal. De lo contrario, gustarían de ser más participativos e involucrarse con ámbitos en donde pueden modificar su situación. Por último, a la postura de que *l@s jóvenes organizados el gobierno no los toma en cuenta* el **48.9%** expresó estar de acuerdo en que las autoridades no los consideran o invitan a colaborar. Habría que preguntarse qué se entiende por organizados y qué tipo de organización es la que desean que sea tomada en cuenta. También aquí aparece la contradicción de que no hay espacios para participar, sí el gobierno los genera, ¿qué tipo de espacios son los que en la actualidad buscan l@s jóvenes para sentirse incluidos o para ser tomados en cuenta? ¿Cuál es su percepción del gobierno si ellos consideran ya estar organizados? Anteriormente vimos que hay un bajo conocimiento de lo que es un ciudadano entre la juventud. Los resultados arriba expuestos confirman esta visión.

Las conclusiones han permitido hacer una aproximación a las inquietudes, opiniones, formas de socializar, consumo cultural, entre otros aspectos que son parte de la construcción de lo que llamamos juventud, y que a pesar de estar limitada por

algunas instituciones por el rango de edad, no se puede generalizar que l@s jóvenes tengan tal o cual postura frente a un acontecimiento, o que a la mayoría no les importe el futuro, su familia, el trabajo, su país.

En la actualidad, la creciente dependencia económica y social de l@s jóvenes, permite, en cierta forma, una prolongación de la socialización política en el seno familiar, sin embargo, dicha sujeción difiere de la autonomía individual y cultural<sup>200</sup> que manifiestan en otros ámbitos, como la actividad sexual, la vestimenta, y en donde buscan la aceptación e identificación con sus pares.

Cada uno tiene una forma diferente de percibir su realidad, puesto que cada uno se desarrolla en ámbitos diversos que les dan su característica específica. Aunque no se puede negar que hay ciertos temas en los cuales se presenta una cierta generalidad. Por ello, es complicado hablar de l@s jóvenes como un gran grupo, se deben tomar en cuenta las variables en las cuales ellos están inmersos y que son los que van conformando las varias identidades juveniles de l@s jóvenes capitalinos.

El proceso de socialización política de l@s jóvenes es un proceso cada vez más complejo y diverso. Entre los factores que se presentan actualmente están los nuevos espacios de socialización como la televisión, internet y el chat, el barrio, los nuevos tipos de familia, la transición a la democracia, el bajo nivel de participación política, estos agentes y espacios van en constante cambio, por ende, su socialización se torna compleja definirla.

Los resultados de las encuestas permitieron dar una aproximación a lo que acontece en la actualidad, y que demuestran que los nuevos agentes y espacios de socialización están siendo quienes enseñan a la población juvenil sobre el ámbito político, y que los espacios tradicionales pasan a un segundo plano, como resultado del impacto que generan los primeros y que va en aumento su preponderancia, tal es el caso de la televisión (Sartori). Otro nuevo agente de socialización que está ganando terreno es el uso de informarse y socializar a través de la computadora. Al respecto ya hay estudios que hablan del contacto único con las computadoras (Gubern) y que cierto sector juvenil ve como su modo de vida. En ese mismo sentido, se ve cada vez más a l@s jóvenes frente al monitor entablando una conversación con otro joven, y que se está convirtiendo en su forma de socializar.

Por su parte la información que reciben de la televisión, al menos en el país, siempre contará con una visión muy parcial de los hechos, de tal forma que su visión de los temas políticos o los asuntos públicos estarán sesgados, y en tanto no cambien su hábitos de consumo o sus formas de informarse, su socialización política quedará

---

<sup>200</sup> *cfr.* Flores Dávila, Julia Isabel, *Tipos de identidad y generaciones en México*, p. 74.



limitada a los agentes que predominan en sus vidas, se puede decir que su proceso queda un tanto incompleto.

Otro elemento que rescatamos de los resultados de las encuestas es que para l@s jóvenes, actualmente, hay otras formas de participación, y en donde la esfera de la política no es de los que más llamen su atención. El uso de estos espacios es muy bajo o casi nulo. Sin embargo, observamos que hay un ejercicio, de ciertos jóvenes, de participación en otros ámbitos, a los cuales consideran, tienen más fácil acceso y vinculación con su estilo de vida.

El vincular cada uno de los cuestionamientos realizados a l@s jóvenes, así como la forma en que van construyendo valores, actitudes, percepciones y opiniones, a través de los resultados de las encuestas permite tener un acercamiento con la realidad que viven y proponen. De tal forma que en el proceso de socialización política el conjunto de estos elementos genera una visión particular del entorno político y social en el que se desarrollan, con el que conviven y que van construyendo en continuo.

## CONCLUSIONES

En la presente investigación pudimos observar algunas de las circunstancias que rodean al proceso de socialización política de l@s jóvenes, cuáles son los agentes y espacios principales en donde se desarrolla la percepción del ámbito político.

Como mencionamos, diversos estudios han demostrado que en el periodo infantil es donde se adquieren los elementos base de la socialización política; sin embargo, existen pocos análisis del tema en nuestro país que nos proporcionen una visión del cómo se va moldeando el comportamiento, principalmente en l@s jóvenes, situación que debe ser modificada ya que permitirá entender a las próximas generaciones y darnos una idea de cómo se configurará nuestra democracia y que percepción de ella se va construyendo.

Por otra parte, es interesante destacar que en nuestros resultados y pese al llamado resquebrajamiento de la familia mexicana, en el análisis de las encuestas y sobre todo de los datos del D. F., se observa que la familia sigue representando un agente tradicional de socialización, no obstante, ese predominio sólo se mantiene en ciertos temas, ya que en el caso de la política, la influencia del seno familiar ha ido en decremento, dando paso a nuevos agentes que generan la transmisión de información de dicha esfera, lo que da lugar a diferencias entre padres e hijos con respecto a la visión del ámbito político

En la actualidad, los nuevos agentes y espacios que están supliendo a las instituciones tradicionales, como la familia y la escuela, son los medios de comunicación. Principalmente, la televisión es quien comunica y transmite datos e información del ámbito político. El análisis de los datos demostrados señalan que es el agente por donde se informa y se aprende, afectando la percepción y opinión de l@s jóvenes resultado de los contenidos que maneja, en este caso vemos que en México como en gran parte del mundo el fenómeno de la influencia de este medio de comunicación, se ha acrecentado de manera exponencial, sin embargo, no debemos olvidar que los medios pertenecen a grupos sociales y económicos con intereses específicos.

Es necesario, también, destacar la complejidad social que exige ciudadanos informados para que puedan manifestarse, no sólo en los procesos electorales, también en los grandes problemas y temas que afectan al mundo, al país, a la ciudad, a la comunidad. Pese a lo anterior en nuestro país no existen programas televisivos de corte juvenil informativo sobre problemáticas nacionales o regionales, los cuales podrían ser utilizados para ir generando una actitud favorable frente al ámbito político,

ya que los medios nacionales propician más noticias como espectáculo y no reflexiones en donde se invite a la participación social e informen del cómo la política les afecta y cómo ellos pueden incidir en ella, por lo que podemos resaltar, que de persistir esta falta de acciones públicas e informativas hacia los jóvenes estos se alejarán de la política, al no tener los elementos necesarios para comprender la importancia de la política en su vida cotidiana.

Lo anterior debido a que los medios de comunicación en lo social pueden engendrar cierta pasividad en los usuarios, haciendo de estos consumidores poco vigilantes de mensajes o de espectáculos. Los usuarios deben imponerse moderación y disciplina respecto a los *media*, han de formarse una conciencia clara y recta para resistir más fácilmente a las influencias que generan.

La influencia de los medios se proyecta en la opinión pública, siendo ésta un espacio de socialización en constantes cambios y con información sobre diversos temas. Esto lo vemos claramente cuando en los medios se comienza el manejo de una noticia y que ésta puede dividir a la opinión pública, lo cual puede cegar a quién no se informa o lo hace solo por la televisión, para contrarrestarlo hay quienes se informan en diversas fuentes, lo que les proporciona una postura más clara y sensata sobre los acontecimientos, desafortunadamente, en nuestro país, esta población es minoría.

Por otra parte, México es un país conformado por jóvenes, es un sector en busca de oportunidades para completar sus estudios, por posibilidades laborales, por consolidar un proceso de transición democrática como en otros países, ser ciudadanos del mundo. También explora espacios de entretenimiento, de manifestarse y a la par, intenta construir su identidad. Todo esto representa una serie de necesidades que los jóvenes requieren de las instituciones. Para obtener soluciones deben ser partícipes y proactivos.

Otro punto importante que se desprende de nuestro análisis es la necesidad de producir una nueva relación entre jóvenes y política, es importante diferenciar a los jóvenes que sí están interesados en política de los que no lo están. Con el fin de coadyuvar a su integración como ciudadanos con derechos y deberes, así como que conciben lo que la política les afecta y la importancia de su participación en este ámbito. Aquí proponemos tres escenarios que permitirían acercar a los jóvenes a la política y en los cuales pueden involucrarse:

1. Abrir o expandir espacios de participación política y ciudadana para los jóvenes, a nivel de la colonia o barrio, en los cuales se sientan tanto libres como vinculados a la colectividad y no obligados a actuar. En estos espacios,

es indispensable que se sientan representados y puedan manifestarse libremente para retomar sus propuestas y aplicarlas en la realidad.

2. Un replanteamiento en los planes de estudio donde se obtenga una mayor educación cívica y política, en donde se refuerce la participación, y en donde la televisión sea un apoyo. El emplear este medio permitirá generar un impacto que se vea en resultados favorecedores para crear conciencia ciudadana de l@s jóvenes y para el ejercicio de la democracia, por lo que se debe no invitar sino formalizar, entre los dueños de las televisoras, a generar espacios para el debate, la cultura política y cívica, el no involucrar a este medio entre una generación que creció con él sería como alejarse de l@s jóvenes.
3. Para que la oferta política sea atractiva para l@s jóvenes se debe pensar en sus intereses, esto implica formas de expresión acordes a su consumo cultural y que permita la identificación entre los diferentes grupos de edades que están inmersos en el concepto juventud. En ese sentido los partidos políticos y medios de comunicación, principalmente la televisión, deben crear una relación creíble siendo partícipes de la formación cívica y política de l@s jóvenes. A través de programas, proyectos y espacios en donde se puedan expresar. Ya que en la actualidad, desafortunadamente tanto en el ámbito político como en la televisión existen escasos intentos por incluirlos o darles esos espacios.

Es rescatable advertir que en los resultados de nuestra investigación se destaca que a l@s jóvenes no es que no les interese el tema de la política, sino que no encuentran representación en ella, por tanto no se identifican. Si se les preguntara, ellos expondrían sus percepciones y actitudes a favor o en contra de la esfera política, lo cual serviría para actualizar, modificar las plataformas de campañas, las políticas públicas que están dirigidas a ellos, esto es motivar más su participación en el ámbito político así como en los procesos electorales.

La juventud representa una etapa del proceso de socialización en el cual los individuos, intentan asemejarse lo más posible a los patrones de conducta que la sociedad refleja, buscan estar en lo políticamente correcto, aunque no sea una prioridad para ellos. Tampoco es que a todos l@s jóvenes les interese pertenecer o “entrar” al sistema pero sí actuar conforme a sus ideales o a lo que el sistema les permita.

La gran variedad y diversidad de los estilos juveniles existentes, ya sean visibles o no visibles, como los estilos de vida y de moda punks, darks, skatos, requieren de un comparativo para poder establecer similitudes y diferencias, tanto entre los grupos

juveniles existentes de cada región o ciudad del país con el objetivo de tener un mapa más claro de ellos.

En el país, la población joven es predominantemente urbana. Por ende, la conformación de su identidad, de su participación, así como su proceso de socialización está determinada por las variantes culturales que le rodean. Como se describió en esta investigación la televisión es un fuerte agente. Otro medio que se está ganando la simpatía de l@s jóvenes es la computadora, en la cual, quienes tienen, pasan muchas horas frente a ella, ya sea jugando o charlando (“chateando”), y por tanto socializando a través de este medio: internet. Punto a analizarse y que permitiría conocer los nuevos espacios en que socializa la juventud así como conocer los temas que desarrollan en dicho espacio.

En nuestro país, por la incipiente investigación en el tema, aparecen dudas referentes a los fenómenos y procesos políticos, y sobre la posible influencia de los diversos medios de difusión como agentes de socialización. Sobre todo por los nuevos espacios en los que se mueve y desplaza la juventud, no solo de México, sino a nivel mundial, es urgente conocer cuáles son las tendencias que presentan.

Es importante destacar que en las actuales generaciones, la identidad política se crea en función de una serie de motivos que son amplios y manejables. El individuo de la época contemporánea es un ser para quien la practicidad es indispensable, no se compromete con ideologías, la esfera de la política no está entre los de mayor interés, y donde principalmente, su fuente de información son los medios de comunicación quienes han invadido y/o rodeado a la sociedad actual, por ello se debe poner más énfasis en cómo se transmite la información política, y conocer el grado de penetración en la población juvenil, así como la sociedad en su conjunto. De lo contrario se genera apatía y rechazo ante este ámbito.

En resumen, se debe buscar una nueva relación entre el segmento juvenil y el ámbito político que incluya los cambios que se están manifestando en las instituciones tradicionales como la familia y la escuela; para ello también es importante retomar el aspecto cultural, el consumo de los medios de comunicación y el uso de las nuevas tecnologías, es decir, en los nuevos procesos de socialización que permitan mejorar la percepción y modificar el ámbito político. En ese sentido, la escuela y los mismos medios de comunicación deben ser quienes capaciten e informen a los nuevos ciudadanos: l@s jóvenes.

Por otra parte, es importante destacar que en la investigación siempre surgen nuevas interrogantes al analizar un fenómeno, en nuestro caso, los temas que aparecen a futuro y que consideramos importantes desarrollar son:

- a. ¿continuará el predominio de la televisión como agente de socialización política en siguientes generaciones?
- b. ¿qué papel jugarán las nuevas tecnologías en el proceso socializador de niñ@s y jóvenes?
- c. ¿los espacios de socialización serán virtuales como internet o se retornará a espacios tradicionales?
- d. ¿qué nuevos agentes y espacios de socialización predominarán en las nuevas generaciones como resultado de los avances tecnológicos?
- e. ¿qué elementos futuros participaran en la construcción de la identidad?
- f. ¿qué acciones tomaran las instituciones para destacar la importancia de la cultura política del país?
- g. ¿cómo involucrar a los jóvenes a ser más partícipes del acontecer político del país?

Para finalizar en nuestro diagnóstico, como hemos mencionado, l@s jóvenes en su proceso de socialización política en la actualidad sí son influenciados por los medios de comunicación, léase televisión, como resultado de las transformaciones en el seno familiar, el difícil entendimiento del contexto político que de él hacen los medios y el consumo sin análisis profundo que realizan l@s jóvenes de la información que les brindan, tendrán que ser tomados en cuenta en un futuro, ya que podrían afectar al ámbito político. También es importante señalar el escaso intercambio de información política que se lleva a cabo con la familia, el grupo de pares, incluyendo a la pareja, en la escuela y en el trabajo, por lo que podríamos concluir exponiendo que existe una deficiencia en la calidad de la socialización política de la juventud mexicana.

## BIBLIOGRAFÍA

Almond, Gabriel y Verba, Sidney, *La Cultura Cívica. Estudio sobre la percepción política en 5 naciones*, Euramérica; Madrid, España, 1970.

Berger, Peter y Luckmann, Thomas, *La construcción social de la realidad*, Argentina, Amorrortu, 1999.

Bourdieu, Pierre, *La distinción*, Madrid, Taurus, 1988.

- *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 3a. Edición, 2000.

Canel, José María; *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Madrid, Tecnos, 1999.

Chihu Amparán, Aquiles (coordinador), *Sociología de la identidad*, México, M. A. Porrúa-UAM Iztapalapa, 2002.

Coleman, James S. y Usen, Torsten, *Inserción de los jóvenes en una sociedad de cambio*, Madrid, Narcea, 1989.

Cordera, Rafael; Victoria Toscano, José Luis y Camacho Leal, Ernesto, *Los jóvenes mexicanos. Evolución y participación política*, México, UNAM-Facultad de Economía, 2000.

Cordera, Rafael; Victoria, José Luis y Becerra, Ricardo (coords.), *México Joven. Políticas y propuestas para la discusión*, México, UNAM, 1996.

Dawson, Richard E. y Prewitt, Kenneth, *Political socialization*, Boston, Little, Brown and Company, 1969.

De las Heras, María. *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, México, Océano, 1999.

Feixa, Carles, *El reloj de arena: culturas juveniles en México*, México, SEP-Centro de Investigación y estudios sobre juventud, 1998.

Flores Dávila, Julia Isabel, "Tipos de identidad y generaciones en México", en *La modernidad atrapada en su horizonte*, coord. Ricardo Pozas Horcasitas, México, Miguel Angel Porrúa, 2000.

Flores Dávila, Julia y Meyenberg, Yolanda, *Ciudadanos y cultura de la democracia. Reglas, instituciones y valores*, México, Instituto de Investigaciones Sociales/ Instituto Federal Electoral, 2000.

Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*, España, Gedisa, 11ª. reimpresión, 2001.

Giner, Salvador; Lamo de Espinosa, Emilio y Torres(eds.), Cristóbal, *Diccionario de Sociología*, Madrid, Alianza, 1998.

Hobsbawm, Eric, *Historia del siglo XX*, Bs. As., Argentina, Crítica, 1998.

Hyman, Herbert H., *Political Socialization. A study in the psychology of political behavior*, USA, The Free Press, 1959.

*Jóvenes Mexicanos del Siglo XXI. Encuesta Nacional de Juventud 2000*, México, 2000.

Kuschick Ramos, Murilo, *Modernidad y formación de la Opinión Pública (La utilización de las encuestas de opinión en Brasil y México en 1994)*, Tesis Doctoral, México, Ciudad Universitaria, 2002.

*Los jóvenes en México*, INEGI, 2000.

Martín Criado, Enrique, *Producir la juventud. Crítica de la sociología de la juventud*, España, Istmo, 1998.

Medina Carrasco, Gabriel (comp.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, México, COLMEX, 2000.

Molina González, Gabriel, *Cómo ganar las elecciones*, México, Cal y Arena, 2000.



Monsiváis Carrillo, Alejandro, *La democracia ajena. Jóvenes, socialización política y constitución de la ciudadanía en Baja California*, Center for US-Mexican Studies, University of California, San Diego, Cuaderno de Trabajo No. 4, 2002.

Mouchon, Jean, *Política y medios. Los poderes bajo influencia*, España, Gedisa, 1999.

Pacheco Méndez, Guadalupe, *Caleidoscopio electoral. Elecciones en México, 1979-1997*, México, IFE-FCE-UAM Xochimilco, 2000.

Padilla Herrera, Jaime Arturo (compilador), *La construcción de lo juvenil, Reunión Nacional de investigadores sobre juventud 1996*, México, Causa Joven, 1998.

Pérez Islas, José Antonio (coordinador), *Jóvenes e Instituciones en México 1994-2000. Actores políticos y programas*, México, IMJ, 2000.

Pérez Islas, José Antonio (coordinador), *Jóvenes una evaluación del conocimiento: la investigación sobre juventud en México 1986-1999*, México, IMJ, 2000.

Price, Vincent, *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*, Barcelona, Paidós, 1994.

Parsons, Talcott, *El sistema social*, Alianza, Madrid, 1986.

Peschard, Jacqueline, *La cultura política democrática*, México, IFE, 1995.

Reardon, Kathleen K., *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*, España, Paidós 1° reimpresión 1991.

Sánchez de la Yncera, Ignacio, *La mirada reflexiva de G.H. Mead. Sobre la socialidad y la comunicación*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)-Siglo XXI, 2° edición, 1994.

Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, Madrid, Taurus, 1994.

*Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 9ª reimpresión, 2000.

Segovia, Rafael, *La politización del niño mexicano*, México, El Colegio de México, 1975.

*Situación actual de las y los jóvenes en México. Diagnóstico sociodemográfico*, México, CONAPO, 2000.

Sydney Kraus y Dennis Davis, *Comunicación Masiva. Sus efectos en el comportamiento político*, México, Trillas, 1991.

Tapia Nava, Erika, *Socialización política y educación cívica en los niños*, Tesis de Maestría, México, Instituto Mora, 2000.

Thompson, John B., *Ideología y cultura moderna, Teoría y crítica social en la era de la comunicación de masas*, México, UAM-X, 2ª. Edición, 1998.

Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, México, Cal y Arena, 2001.

Wolton, Dominique, "Las contradicciones de la comunicación política" en *Comunicación y Política*, Gauthier, Gilles; Gosselin André y Mouchon, Jean (comps.), Barcelona, Gedisa, 1998.

## **H E M E R O G R A F I A**

La Jornada 26 de junio de 2000.

Reforma 3 de julio de 2000.

Sánchez, Elena y Rodríguez Diéguez, José Luis; "Familia y medios de comunicación de masas" en *Revista Comunicar*, número 10, 1998, p. 53-60, Universidad de Salamanca.

## INTERNET

Austin Millán, Tomás R., *Fundamentos sociales y culturales de la educación*, en [www.geocities.com/tomaustin\\_cl/educa/libro1/cap5.htm](http://www.geocities.com/tomaustin_cl/educa/libro1/cap5.htm)

Fernández Poncela, Anna, *Jóvenes y Política: Balance y Perspectivas*, en <http://deceyec.ife.org.mx>

Smith-Martins, Marcia, *Educación, socialización, política y cultura política. Algunas aproximaciones teóricas*, en [www.educaciónformal/culturapolítica/conflictosocial/reproducciónsocial/formaciónciudadana](http://www.educaciónformal/culturapolítica/conflictosocial/reproducciónsocial/formaciónciudadana)

**ANEXO METODOLÓGICO I**  
**PARA EL ANÁLISIS DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN LOS JÓVENES DEL**  
**DISTRITO FEDERAL**

Operacionalización de las variables y los indicadores de socialización política para analizar:  
Encuesta Nacional de Valores: *Los Mexicanos de los Noventa*, (IIS-Presidencia de la República, 1994),  
Encuesta Nacional *Ciudadanos y Cultura de la Democracia*, (IFE-IIS, UNAM, 1999)  
*Encuesta Nacional de Juventud 2000* (IMJ, 2000)

Variable	Definición operacional	Categoría (indicadores)	Subcategoría	Ítems
<b>Agentes de socialización</b>	Un agente de socialización es una influencia para los sujetos sociales que les brinda un marco de referencia en la adopción de normas, percepciones y actitudes.	<b>Familia</b>	<b>Estructura familiar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Vives con tu padre o madre?</li> <li>• Edo. Civil de los padres</li> <li>• ¿Cuál es el último año o grado que pasó, (aprobó, cursó, asistió) a la escuela tu...(papá o mamá)</li> <li>• ¿Qué es lo que más te gusta de tu familia?</li> </ul>
			<b>Situación económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Actualmente tus padres se encuentran laborando?</li> <li>• Rama de actividad en la que trabajan tus padres</li> <li>• Ocupación u oficio de los padres</li> </ul>
		<b>Tipos de Familia</b>	<b>Liberal Conservadora</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Quién hace las diversas actividades en el hogar?</li> <li>• ¿Te dan (daban) permiso o actúas libremente o esta (ba) prohibido (por tus padres)?</li> <li>• En la casa de tus papás ¿Cómo se resuelven o resolvían los problemas o conflictos que se presentaban en tu familia?</li> <li>• ¿Cómo actuaban o actúan tu padre o madre cuando haces o hacías algo bueno o correcto?</li> <li>• ¿Cuándo tienes un problema personal, lo platicas con...?</li> <li>• ¿Qué tanto platicas con tus papás de diversos temas?</li> <li>• Actividades que acostumbras (bas) hacer con tus papás</li> <li>• ¿Cómo te llevas (bas) con tus padres?</li> <li>• ¿Quién influyó más para que llegaras al nivel de escolaridad que tienes?</li> </ul>

**ANEXO METODOLÓGICO I**  
**PARA EL ANÁLISIS DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN LOS JÓVENES DEL**  
**DISTRITO FEDERAL**

<b>Variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Categoría (indicadores)</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Ítems</b>
<b>Agentes de socialización</b>		<b>Medios de comunicación masivos</b>	<b>Influencia de:</b> > <b>Televisión</b> > <b>Radio</b> > <b>Medios Impresos</b> > <b>Nuevas tecnologías</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Cómo te informas de lo que sucede en el mundo, en el país, en tu ciudad, pueblo o comunidad?</i></li> <li>• <i>¿en dónde o con quién has aprendido sobre diversos temas?</i></li> <li>• <i>Medio por el que se informa de temas de política</i></li> </ul>
			<b>Confianza en los medios de comunicación masivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Menciona tres instituciones que te den confianza</i></li> <li>• <i>Medio de comunicación en el que más confianza se tiene</i></li> </ul>
		<b>Grupos de pares</b>	<b>Influencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Qué tanto platicas con tus amig@s de diversos temas?</i></li> <li>• <i>¿dónde te reúnes con tus amig@s?</i></li> <li>• <i>¿con quién te gusta pasar tu tiempo libre?</i></li> <li>• <i>¿Qué tanto te gusta platicar de diversos temas con tu novi@?</i></li> <li>• <i>Actividades que te gusta hacer fuera de casa</i></li> </ul>
		<b>El profesor</b>	<b>Influencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Los maestros deben o no hablar de política?</i></li> </ul>

**ANEXO METODOLÓGICO I**  
**PARA EL ANÁLISIS DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN LOS JÓVENES DEL**  
**DISTRITO FEDERAL**

<b>Variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Categoría (indicadores)</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Ítems</b>
<b>Espacios de socialización</b>	Un espacio contiene a todos los objetos y/o sujetos que coexisten en un tiempo dado. Por lo que son aquellos lugares o zonas, en donde los individuos pueden acceder y/o encontrar a otros individuos o información para interrelacionarse, los cuáles les brindarían nuevos marcos de referencia.	<b>Hogar</b>	<b>Tipos de hogar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>En el hogar de tus padres ¿quién decide sobre ciertas actividades?</i></li> <li>• <i>Menciona tres instituciones que te den confianza</i></li> </ul>
		<b>Escuela</b>	<b>Nivel de escolaridad de los jóvenes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Los estudios que realizaste los hiciste (o haces) en escuela pública, privada o de otro tipo?</i></li> <li>• <i>¿Cuáles han sido los motivos por los que has dejado la escuela?</i></li> <li>• <i>¿Actualmente estudias?</i></li> <li>• <i>¿Cuáles son los motivos por los que has dejado la escuela?</i></li> <li>• <i>¿Qué nivel de estudios te gustaría alcanzar?</i></li> </ul>
			<b>Impacto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Cuál o cuáles fueron las razones por la que escogiste los estudios que tienes?</i></li> <li>• <i>¿Por qué sí o no continuar estudiando?</i></li> <li>• <i>Menciona tres instituciones que te den confianza</i></li> </ul>
		<b>Trabajo</b>	<b>Influencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Alguna vez has trabajado?</i></li> <li>• <i>Tipo de trabajo</i></li> <li>• <i>Rama de actividad en la que trabajas (bas)</i></li> <li>• <i>Posición en el trabajo</i></li> </ul>

**ANEXO METODOLÓGICO I**  
**PARA EL ANÁLISIS DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN LOS JÓVENES DEL**  
**DISTRITO FEDERAL**

<b>Variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Categoría (indicadores)</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Ítems</b>
<b>Identities juveniles</b>	<p>Identidad “formas interiorizadas de la cultura (...) por parte de los actores sociales.</p> <p>Identidad juvenil aquella que se adquiere por medio de sus actividades, de sus espacios, la reunión en las escuelas, en la calle, el compartir tiempo y espacio, diferenciándose de otros y permitiendo los procesos de integración. Por tal motivo, la praxis del sector juvenil se constituye como un modo de ser, una forma de vida.</p>	<b>Expresiones juveniles</b>	<b>Consumo cultural</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿qué aparatos domésticos tienes en tu casa?</li> <li>• Artículos que te gusta comprar</li> <li>• Actividades que te gusta hacer fuera de casa</li> </ul>
		<b>Identificación</b>	<b>Formas en que se perciben</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frases que caracterizan a l@s jóvenes</li> <li>• ¿Qué tan feliz eres?</li> <li>•</li> </ul>
		<b>Valores</b>	<b>Construcción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situación con respecto a la generación de tus padres</li> <li>• Actividades que consideras más importantes en tu vida</li> <li>• Actitud si alguien quisiera ayudarte</li> <li>• Acciones que justificarías o no</li> <li>• Opinión sobre temas que afectan a la juventud</li> </ul>

**ANEXO METODOLÓGICO I**  
**PARA EL ANÁLISIS DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN LOS JÓVENES DEL**  
**DISTRITO FEDERAL**

<b>Variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Categoría (indicadores)</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Ítems</b>
<b>Cultura política</b>	La cultura política se entiende como el conjunto de reglas de un país y en donde los individuos participan o no, lo que permite hacer a una población evaluaciones sobre su sistema político, y en donde intervienen sentimientos y emociones.	<b>Percepción de los políticos</b>	<b>Confianza en los políticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Instituciones que den confianza</i></li> <li>• <i>Grado de confianza en los siguientes personajes</i></li> <li>•</li> </ul>
		<b>Opinión pública</b>	<b>Influencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Los tres problemas más graves del país</i></li> <li>• <i>¿con qué frecuencia acostumbra leer, ver o escuchar noticias o programas sobre política?</i></li> </ul>
		<b>Valores políticos</b>	<b>Construcción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Qué es lo que te gusta de tu nación?</i></li> <li>• <i>¿Está de acuerdo o en desacuerdo con que los sacerdotes hablen de política durante la misa?</i></li> <li>• <i>¿qué es preferible? Que gobiernen otros partidos aunque no tengan experiencia o que gobierne siempre el mismo partido porque tiene experiencia</i></li> <li>• <i>Cómo percibes tu situación económica</i></li> </ul>
		<b>Identidad ciudadana</b>	<b>Construcción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Las tres cosas que te gustan del país</i></li> <li>• <i>Oraciones que se acerquen a ser un buen ciudadano</i></li> <li>• <i>Descripción del mexicano</i></li> </ul>



**ANEXO METODOLÓGICO I**  
**PARA EL ANÁLISIS DE LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA EN LOS JÓVENES DEL**  
**DISTRITO FEDERAL**

<b>Variable</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Categoría (indicadores)</b>	<b>Subcategoría</b>	<b>Ítems</b>
<b>Participación política</b>	Las situaciones en las cuales el individuo contribuye directa o indirectamente en una situación política.	<b>Elecciones</b>	<b>Participación en elecciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Tienes credencial para votar?</i></li> <li>• <i>¿Has votado alguna vez?</i></li> <li>• <i>Razones por las que se vota</i></li> <li>• <i>En las elecciones de 2000 ¿votaste?</i></li> </ul>
		<b>Grados de participación</b>	<b>Participación en organizaciones políticas y sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>¿Qué tanto se interesa usted por la política?</i></li> <li>• <i>¿has participado en alguna manifestación, marcha o acto político?</i></li> <li>• <i>¿has realizado pintas (graffiti), desplegados, o fanzines (revistas alternativas)?</i></li> <li>• <i>¿En cuáles actividades participarías y en cuáles no participarías?</i></li> <li>• <i>¿Cuál es la razón principal por la que fuiste a votar en las elecciones de 2000?</i></li> <li>• <i>¿Cuál es la razón principal por la que no fuiste a votar en las elecciones de 2000?</i></li> <li>• <i>¿has participado en algún tipo de organización social, asociación o grupo en el que ha participado?</i></li> </ul>

# **APARTADO METODOLÓGICO DE LAS ENCUESTAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN**

## **Anexo Metodológico II**

En la actualidad los fenómenos de índole social se apoyan en técnicas cuantitativas para obtener y generar información tales como encuestas, censos, sondeos entre los más frecuentes. Los datos que se recaban con esas técnicas permiten tener una aproximación al fenómeno de estudio. Estos métodos proporcionan información de la opinión, percepción, valores y actitudes de una población objeto de estudio. Asimismo, habla de un momento en específico que es cuando se lleva a cabo el levantamiento de la información. Por ello, es importante conocer el contexto en que se desenvuelve el trabajo de campo, las condiciones en que se hizo el levantamiento de la información, cuál fue el instrumento utilizado, la fecha en que se llevó a cabo, qué tipo de muestra se aplicó, con estos datos se realiza una ficha metodológica.

Para el caso de este trabajo fue importante acudir a encuestas que incluyeran, en alguno de sus apartados, temas referentes a la percepción de las instituciones políticas, las políticas públicas, y que analizaran la transformación que se ha venido generando en la sociedad mexicana en lo cultural y que a su vez se refleja en los demás ámbitos en los que se desarrolla.

De tal forma que este apartado explica las características de cada una de las encuestas analizadas en este trabajo de investigación. Cabe señalar que solo se retoman las preguntas, y los resultados, sobre la esfera política, y en específico lo que permite el análisis del tema sobre socialización política en la población mexicana. También es importante mencionar que por no contar con acceso a las bases de datos de las encuestas se toman los resultados por rango de edad, contemplando así únicamente los datos estadísticos relacionados con la población joven.

Para llevar a cabo la encuesta es necesario contar con el diseño de la muestra. Esta se refiere a la selección de una parte de la población para llevar a cabo el estudio. Existen diferentes tipos de diseños: la muestra aleatoria, la probabilística, la aleatoria, por cuota, entre las más recurrentes. Posteriormente se determina como se hará el levantamiento del cuestionario: en hogar, telefónica o en vía pública.

## APARTADO METODOLÓGICO DE LAS ENCUESTAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

En esta investigación se hizo uso de las siguientes encuestas:

- **Encuesta Nacional de Juventud 2000** (IMJ, 2000).

<b>Metodología</b>	
<b>Población sujeta a estudio</b>	Jóvenes 12 a 29 años de edad que residentes habituales o permanentes en viviendas particulares ubicadas dentro del territorio nacional.
<b>Fechas de Levantamiento</b>	Inició en abril y concluyó el 30 de agosto de 2000 el operativo de campo
<b>Diseño de la muestra</b>	<p>El diseño de la ENJ2000 es probabilístico, polietápico, estratificado y por conglomerados, donde la última unidad de selección fue la vivienda y, la unidad de observación, los jóvenes:</p> <p><i>a) Probabilístico.</i> Esto significa que cada miembro de la población tiene una probabilidad conocida y distinta de cero de entrar en muestra, lo cual permite conocer la precisión de los resultados muestrales.</p> <p><i>b) Estratificado.</i> Porque las unidades de selección son agrupadas en estratos con características geográficas y socioeconómicas similares.</p> <p><i>c) Polietápico.</i> Porque la unidad última de selección (vivienda) es seleccionada después de varias etapas.</p> <p><i>d) Por Conglomerados.</i> Porque previamente se conforman conjuntos de unidades muestrales de los cuales se obtiene la muestra</p>
<b>Tamaño de muestra</b>	El tamaño de muestra obtenido a nivel nacional fue de 54,500 viviendas. Se utilizó el marco muestral de propósitos múltiples del INEGI, construido con la información cartográfica y demográfica del Censo de Población y Vivienda 1995. Al interior de cada entidad federativa se conformaron cuatro zonas o estratos en los cuales se agruparon todas las localidades según sus características y número de habitantes.
<b>Técnica de recolección de datos</b>	El estudio se llevó a cabo en viviendas a través de entrevistas "cara a cara" utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario aplicado integrado en dos partes: la primera consistió en una tarjeta registro del hogar (TRH) que integraba 32 preguntas sobre la composición y características de la vivienda y de la totalidad de los miembros del hogar; la segunda, el cuestionario individual para todos y cada uno de las y los jóvenes residentes habituales del mismo, con 173 preguntas divididas en 15 temas.
<b>Intervalo de Confianza y error muestral máximo</b>	Tomando un nivel de confianza de 90%, una tasa de desempleo abierta para la población joven de 2.1%, un efecto de diseño de (1.54) y un promedio de jóvenes económicamente activos por vivienda de 1.05, fijando además una tasa de no respuesta esperada de 20% y un error máximo esperado de 6.5.

## APARTADO METODOLÓGICO DE LAS ENCUESTAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

- **Encuesta Nacional de Valores: *Los Mexicanos de los Noventa***, (IIS- Presidencia de la República, 1994)

<b>Metodología</b>	
<b>Población sujeta a estudio</b>	Ciudadanos mayores de edad en viviendas particulares del territorio nacional, presentes al momento de la entrevista. Sin embargo, fue necesario llevar un control de cuotas por sexo y edad según los datos del último Censo de Población y Vivienda.
<b>Fechas de levantamiento</b>	La encuesta nacional fue levantada durante el mes de junio de 1994.
<b>Diseño de la muestra</b>	<p>Se consideró conveniente realizar una selección de viviendas, lo que dio lugar a que una de las características del diseño sea muestreo de conglomerados. El diseño de muestro contempló la selección basada en estratos y mediante la agrupación de ellas se generarán los resultados a nivel nacional.</p> <p>El diseño de muestreo es estratificado, polietápico, de conglomerados, con probabilidad proporcional al tamaño y selección sistemática. La selección de unidades con probabilidad proporcional al tamaño (PPT) significa que cada unidad seleccionada tiene tantas oportunidades de ser elegida como población contenga. Es decir, que si una unidad tiene 100 mil habitantes y otra 200 mil, la segunda tiene doble oportunidad de selección comparada con la primera. Las entidades del país se clasificaron en 6 regiones (estratos).</p>
<b>Tamaño de muestra</b>	El tamaño de muestra planeado a nivel nacional resultó ser de 3 416 entrevistas.
<b>Técnica de recolección de datos</b>	El estudio se llevó a cabo en viviendas a través de entrevistas "cara a cara" utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario aplicado.
<b>Intervalo de Confianza y error muestral máximo</b>	El tamaño de la muestra se calculó considerando que cada región era un dominio de estudio. Dada la importancia del área metropolitana de la Ciudad de México (AMCM), y la diversidad de valores que es plausible esperar en ella, se definió un mayor tamaño de muestra para el grado de urbanización 1 (Chiapas, Guerrero y Oaxaca). En los estratos restantes, el tamaño de muestra se calculó para estimar proporciones que varían entre 0.2 y 0.8, con una confianza estadística de 85% en cada una, y un error de estimación no mayor a 5 puntos. El acumulado nacional resultó en un tamaño de muestra con una confianza asociada mayor del 95% y un error no superior a 2.5%.

## APARTADO METODOLÓGICO DE LAS ENCUESTAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

- Encuesta Nacional *Ciudadanos y Cultura de la Democracia*, (IFE-IIS, UNAM, 1999)

<b>Metodología</b>	
<b>Población sujeta a estudio</b>	Ciudadanos mayores de edad (18 años) residentes en el territorio nacional en viviendas particulares, excluyendo a los habitantes de islas y viviendas colectivas.
<b>Fechas de Levantamiento</b>	En diciembre de 1999 se realizó la encuesta nacional
<b>Diseño de la muestra</b>	El diseño muestral fue estratificado, de conglomerados, poliétapico con secciones distintas en sus etapas (probabilidad proporcional al tamaño, selección sistemática y muestreo aleatorio simple). Diseño de muestreo probabilístico en varias etapas a partir de un marco nacional de población obtenido del Censo de Población y Vivienda 1995 efectuado por el INEGI. Dicho marco contiene información agrupada por estado, municipio, localidad y AGEB (Área Geoestadística Básica, unidad estadística y geográfica definida por el INEGI). Se dividió al país en nueve dominios cuya unión contiene la totalidad de entidades del país y en donde la misma entidad no puede clasificarse simultáneamente en varias.
<b>Tamaño de muestra</b>	El tamaño de muestra planeado a nivel nacional resultó ser de 52 645 entrevistas. El tamaño de la muestra se calculó para estimar proporciones a nivel nacional y por regiones. Debido al especial interés en captar mediante la muestra a la población indígena, en las regiones uno a tres que presentan el mayor índice de habla indígena se incrementó el tamaño de muestra en relación con el resto.
<b>Técnica de recolección de datos</b>	El estudio se llevó a cabo en viviendas a través de entrevistas "cara a cara" utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario aplicado.
<b>Diseño y análisis</b>	
<b>Intervalo de Confianza y error muestral máximo</b>	El tamaño de la muestra para las regiones con menor nivel de urbanización permite estimar proporciones que varían entre 0.2 y 0.8 con una confianza estadística de 94% y un error no mayor a ocho puntos porcentuales, considerando un efecto de diseño de dos. Para las regiones con menor nivel de urbanización, debido al incremento en muestra, se logra una confianza del 97% manteniendo fijos los otros parámetros. El acumulado nacional resultó en un tamaño de muestra con una confianza de 98% y un error no superior a cuatro puntos.

Esto permitió ir construyendo un indicador del proceso de socialización política de los jóvenes. A continuación se detallan las características de cada una de las encuestas empleadas y se señala cuáles de las preguntas fueron utilizadas y cual fue el objetivo de la selección de dichas preguntas.