



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**PANORAMA ACTUAL DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL PARA JÓVENES
EN TELEVISIÓN ABIERTA EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

TESIS
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN CON OPCIÓN EN PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

PRESENTA:
IRMA LANDYBEL PÉREZ ROJAS

DIRECTOR DE TESIS
FEDERICO DEL VALLE OSORIO



CIUDAD UNIVERSITARIA, 2013



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.

**PANORAMA ACTUAL DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL
PARA JÓVENES EN TELEVISIÓN ABIERTA
EN LA CIUDAD DE MÉXICO**

Irma Landybel Pérez Rojas

Si los responsables del mundo son todos venerablemente adultos, y el mundo está como está, ¿no será que debemos prestar más atención a los jóvenes?

Mario Benedetti

AGRADECIMIENTOS

A la memoria de mi padre Gustavo A. Pérez Marroquín, quien compartió conmigo 20 años de aprendizaje constante, por brindarme su cariño y apoyo, por inculcarme los valores más representativos en mi vida, por sus fallas y aciertos como ser humano. Te llevo en mi corazón.

A mi mamá Irma Rojas Martínez por su amor incondicional, por cuidarme tanto y brindarme grandes alegrías. Por ser mi amiga, mi maestra, mi ejemplo y mi todo. Por su motivación para concluir ciclos, entre ellos éste tan importante. Porque cada día me impulsas a ser una mejor persona y espero nunca decepcionarte.

A mi hermano Gustavo por las risas compartidas, por las peleas también. Porque me inspiras a mirar hacia el futuro y plantearme metas. Porque sé que cuento contigo para lograrlas.

A los tres, gracias infinitas por ser el motor de mi vida. Los amo profundamente.

A mi asesor Federico del Valle Osorio por su paciencia, consejos, y por ser un gran ejemplo dentro y fuera de las aulas. Porque me ha ayudado a ver el mundo desde otro ángulo, le dedico esta tesis con mucho cariño.

A las familias Pérez Marroquín y Rojas Martínez. A todos mis tíos, primos y sobrinos, a quienes guardo un profundo afecto y respeto.

A quienes sin ser familia han elegido compartir parte de sus vidas conmigo. Especialmente agradezco a Abraham Rojas, Daniela Cruz, Roberto Ruvalcaba y Pavel Molina por estar ahí y ser un impulso siempre. Tienen todo mi cariño.

A todos aquellos que me han dejado una enseñanza o un buen recuerdo de su amistad.

A mis amigos de la prepa por tantos momentos y experiencias juntos.

A Loana, Andrés, *Gloria*, *Gaby* y *Bende* por más de diez años de amistad.

A la Universidad Nacional Autónoma de México por permitirme sentir el orgullo de pertenecer a su comunidad.

A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, a todos sus trabajadores y alumnos por ser parte de mi formación académica y humana. Especialmente a las maestras Nadia Rodríguez y Nedelia Antiga, quienes enriquecieron este trabajo con sus consejos.

A mi generación, a las anteriores y a las futuras porque son la razón de este esfuerzo.

A todos los jóvenes mexicanos, incansables e imparables.

ÍNDICE

Introducción.....	08
Capítulo 1. ¿Quiénes son?.....	14
1.1 Adolescencia y juventud.....	18
1.2 Problemáticas e intereses de la juventud mexicana.....	37
1.2.1 Esfera de la vida privada.....	34
1.2.2 Esfera social.....	68
Capítulo 2. ¿Qué están consumiendo?.....	81
2.1 Correlación audiencia–televisión.....	84
2.2 El receptor joven en la ciudad de México.....	88
2.3 La integración de la virtualidad.....	101

Capítulo 3. El espectro televisivo en el D.F.	107
3.1 Modelos de televisión.....	109
3.2 Nuevas catalogaciones.....	116
3.3 Televisión educativa y cultural.....	119
3.4 La oferta televisiva en la ciudad de México.....	125
3.5 Regulación y financiamiento de los medios audiovisuales.....	138
3.6 El devenir tecnológico y el futuro de la televisión.....	142
Capítulo 4. Televisión cultural para la juventud	152
4.1 Propuesta de agenda programática y estrategias de difusión.....	157
4.1.1 Temáticas destinadas a jóvenes, padres y educadores.....	162
4.1.2 Temáticas destinadas a jóvenes de 15 años en adelante y padres.....	180
4.1.3 Temáticas para jóvenes de 20 años en adelante.....	190
4.2 Observaciones finales.....	195
Conclusiones	199
Anexos	205
Bibliografía	211
Hemerografía	216
Cibergrafía	220

INTRODUCCIÓN

En sus inicios, la televisión, así como el cinematógrafo, tuvieron como único propósito difundir situaciones de la vida cotidiana. La utilidad de estos medios residía en su capacidad para captar un momento del presente y repetirlo cuantas veces fueran necesarias en el futuro.

La televisión permitía al espectador trasladarse a lugares nunca imaginados, conocer otras formas de vida y de pensamiento. Imaginar la clásica escena de la familia reunida alrededor de la televisión no es difícil, ya que durante años se le relacionó a este objeto con la construcción familiar.

Estos usos y objetivos han ido evolucionando a la par de los procesos sociales. En la actualidad la televisión no está dedicada únicamente a transmitir lo que ocurre en el día a día; se ha convertido en una herramienta generadora de ilusiones y expectativas de vida. Incluso, se dice que la televisión ya no sólo es testigo de los sucesos sino que los provoca.

La escena familiar antes mencionada, poco a poco se borra de nuestro imaginario y es sustituida por otras más individualistas y complejas. Buscamos nuevas formas de entretenimiento y de convivencia. Contamos con otras herramientas.

Entre la variedad de posibilidades que nos ofrece la televisión en estos tiempos, es necesario resaltar una de sus funciones más útiles, y motivo de este trabajo de investigación: *la de agente cultural, formador de valores y refuerzo de la educación adquirida en la escuela, en las calles y en la casa.*

La meta será unir y darle sentido a dos variables que parecen distantes la una de la otra: los jóvenes y la televisión cultural.

Para ello se intentará acercar al lector a las distintas realidades a las que está expuesto el joven capitalino y, por otro lado, se analizarán los alcances que ofrecen las nuevas formas de hacer televisión, para demostrar así, la compatibilidad entre ambos sujetos.

El estudio ha sido delimitado a la ciudad de México y zona conurbada, puesto que es la región que cuenta con el espectro televisivo de mayor amplitud en el país, conformado —en el momento de su análisis— por una programación abierta, donde hallamos dos cadenas comerciales predominantes y una en crecimiento; además de televisoras gubernamentales de carácter federal y estatal.

Asimismo, cuenta con televisión de paga donde las empresas Cablevisión, SKY y Dish son las principales distribuidoras encargadas de transmitir programas de cadenas extranjeras como Universal, Fox, Discovery, Warner y HBO, por citar algunas, y, en menor medida, nacionales.

El Distrito Federal ofrece, por lo tanto, una extensa variedad en su programación, de ella se tomarán en cuenta sólo las emisiones de televisión abierta, pues son las de mayor y más fácil acceso para la población en general.

A lo largo del primer capítulo nos concentraremos en describir cuáles son las preocupaciones de mayor interés para el grupo de los 15 a los 29 años, no sin antes definirlo y delimitarlo según las clasificaciones internacionales.

Contextualizar sus problemáticas a partir de documentos oficiales, notas periodísticas, textos de diversos autores y, por supuesto, de la observación personal nos permitirá, más adelante, saber cuáles de ellas son abordadas en televisión y de qué manera.

Y ya que es prácticamente imposible hablar de una sola forma de vida en el Distrito Federal, se destacarán algunas prácticas, consumos y demás aspectos significativos de las juventudes actuales.

A partir del segundo capítulo ubicaremos los hábitos y formas de interactuar de dicho grupo con respecto a sus consumos audiovisuales.

En este punto sobresale la creación de necesidades –cuando de entretenimiento se trata– y la función de éstas como agente para la creación de grupos con ideales afines.

Hablaremos, además, sobre la integración de las nuevas tecnologías a la vida del adolescente: una de las posibles razones por las que los auditorios de telespectadores han disminuido.

Más adelante, en el tercer capítulo, será óptimo definir lo que entendemos por televisión educativa y cultural. Con base en ello, identificaremos los programas que responden a esta materia y su cumplimiento con las expectativas de la juventud.

En este mismo apartado se plantearán esbozos a futuro sobre las oportunidades que se tienen planeadas para la televisión abierta, a partir de procesos como la digitalización de las frecuencias y el uso de las nuevas tecnologías.

Por último, y para no quedarnos en el nivel de análisis, se propondrá en el cuarto capítulo una estrategia de producción y difusión de contenidos, donde destacan algunos de los problemas más representativos del sector que nos interesa y la forma en que podrían abordarse en la pantalla chica.

El objetivo principal será demostrar que la televisión puede funcionar como una herramienta útil. Para ello es indispensable formularnos los siguientes cuestionamientos:

¿Hasta qué punto la televisión puede contribuir a la resolución de las necesidades básicas de la población?, ¿qué se está haciendo en esa materia y cómo se está haciendo?, ¿qué se puede aportar?

El hecho de que el tema haya sido delimitado a los jóvenes no indica que la televisión sólo pueda funcionar en este sector, pero ya que son ellos quienes se alejan cada vez más de este medio (a diferencia de auditorios asiduos como los niños o las amas de casa), se expone la necesidad de recuperar a este público.

Es innegable que el interés y la experiencia personal funcionaron como las motivaciones principales para realizar el presente trabajo.

En mi paso por la universidad fui testigo de expresiones de repudio hacia la televisión y era común escuchar a mis compañeros afirmar que ellos no la veían. Las razones eran diversas, pero con frecuencia hacían referencia a la programación “basura” y a la falsedad de la información.

La cuestión es curiosa ya que eran alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación los que criticaban los contenidos que al mismo tiempo afirmaban no conocer.

Fuera de las aulas las respuestas no eran muy diferentes, aunque algunos agregaban que, además, les parecía aburrida.

Sin embargo, estos comentarios sólo pertenecían a mis círculos más o menos inmediatos. La literatura, por el contrario, afirma que la televisión todavía es el espacio donde una buena parte de la población adquiere sus principales referentes.

Hacía falta conocer otras formas de pensamiento, ya que en una ciudad como ésta las opiniones siempre son convergentes. Por ello, este trabajo busca abordar tantas realidades como sean posibles.

Desde el otro lado de la moneda, he tenido la oportunidad de conocer los medios desde dentro y desde fuera: como espectador y como parte de ellos. Tarea que me permitió darme cuenta de las dificultades a las que se enfrenta la televisión cultural, tanto en la producción como en la manera de hacer que el público se apropie de sus contenidos.

El reto mayor fue fungir como espectador y crítico de un sector al que pertenezco. No obstante, en todo momento se buscó realizar un trabajo de interpretación de datos cuantitativos que otorgara las bases para las propuestas sugeridas.

Se espera que esta tesis sirva como planteamiento de nuevos cuestionamientos y estudios posteriores. Que sirva, además, a los jóvenes y a los encargados de su formación.

Landybel Pérez Rojas
Ciudad Universitaria
Febrero, 2013

01

¿Quiénes son?

1.1 Adolescencia y juventud, 1.2 Problemáticas e intereses de la juventud mexicana

Al adentrarnos en la literatura dedicada a la televisión cultural nos enfrentamos a un campo de estudio limitado, conformado principalmente por obras que hablan de la televisión para la educación, aspectos históricos o de la influencia de este medio en el núcleo familiar, la niñez y otras audiencias.

Hoy en día, nos encontramos con un sinfín de necesidades en cuanto a contenidos televisivos que dependen de la individualidad de la persona, pero también del grupo social al que pertenezca. La televisión, entonces, ha tenido que clasificarse y generar nuevas vertientes para poder abarcar gustos específicos de la población.

El panorama actual de la televisión abierta en México, si bien está compuesto por programas destinados a casi todos los públicos, no ha demostrado gran interés en una programación de carácter formativo y mucho menos encaminada a los jóvenes.

La experimentación de este tipo de contenidos ha quedado relegada a un número reducido de programas y canales como consecuencia de problemas de carácter político, económico y socio-culturales.

Los ojos de las grandes cadenas están puestos, sobre todo, en la mercantilización, debido a que a lo largo de la historia ha resultado provechoso el llamado *modelo estadounidense*, que incentiva la comercialización de este medio y del cual se hablará con más detenimiento en páginas posteriores.

La rentabilidad de los contenidos televisivos está determinada por el consumo de audiencias. Para los mercadólogos el valor del receptor adulto es mucho mayor que el del sector juvenil carente de autosuficiencia económica para consumir los productos anunciados.

En el caso de los niños su valor recae, de igual forma, en el adulto, sobre todo en determinadas temporadas del año, por ejemplo en las fechas cercanas al día de reyes, Navidad o el día del niño.

El joven, al parecer, tiene una importancia comercial menor a la de otros grupos, y, por lo tanto, el interés en la creación de contenidos de calidad para este sector es minúsculo.

Pero además, el rezago de la televisión cultural en el país fue inminente desde el nacimiento de los dos canales creados con este propósito –canal 11 y 22–, pues en sus orígenes carecieron de un proyecto a mediano y largo plazo que les permitiera desarrollarse tanto tecnológicamente, como en sus contenidos.

Este proceso se ha enfrentado también, a los obstáculos de presupuesto y a inconvenientes en la distribución audiovisual, tales como la baja recepción en determinadas zonas geográficas, la escasez de repetidoras a nivel nacional y la poca aceptación por parte de la audiencia.

El receptor joven se enfrenta a un espacio semi-vacío en los medios de comunicación como la televisión, la radio y las publicaciones impresas; lo cual nos invita a hacer una reflexión sobre la relevancia de este sector en nuestra sociedad.

Mucho se está hablando sobre el futuro de la población. Es así como ha comenzado la preocupación incesante por las políticas públicas destinadas a las personas de la tercera edad, grupo que en 2030 se espera que ocupe casi el 13 por ciento de la población total del país.

Pero si bien es cierto que la población mayor de 60 años tiene menos oportunidades de llevar una vida digna por las condiciones propias de su edad, también es importante educar desde ahora a esos futuros adultos mayores.

Es por esta razón que no se puede descuidar la atención de un sector que se encuentra en la etapa más importante para la formación de valores, los cuales, en tiempos más lejanos, servirán para la subsistencia y la convivencia de los próximos ancianos.

En el ámbito social, el Gobierno del Distrito Federal ha creado proyectos destinados a dicho fragmento poblacional, tales como “Prepa sí”, “Jóvenes en impulso” o “Talento joven”, dirigidos especialmente a los integrantes de las escuelas públicas de educación media superior.

Pero ¿qué hay de aquellos que no entran en ese grupo? He aquí la importancia de la televisión como medio eficaz y de mayor aceptación –hasta nuestros días– para acercarse al mayor número de audiencias.

A continuación se hará una revisión sobre la situación social del adolescente y del adulto joven así como sus principales necesidades. Aspectos determinantes para la producción de los contenidos que tienen como objetivo penetrar en la conciencia de este híbrido que ha dejado atrás los juegos y que está a punto de adquirir responsabilidades de peso para el desarrollo propio y de otras personas.

1.1 Adolescencia y juventud

La juventud, del latín *iuventus*, es considerada como un proceso de desarrollo gradual entre la niñez y la madurez total, esta última alcanzada hasta el momento en que el individuo logra un completo desarrollo físico, emocional, social, intelectual y espiritual.

En términos de edad, la juventud, “es el período entre los quince y los veinticinco años. Constituye una categoría sociológica, caracterizada por asumir, los jóvenes, con plenitud sus derechos y responsabilidades sociales.”¹

Debido a la duración que abarca la juventud y a la compleja cantidad de transiciones que se experimentan en ella, se ha clasificado a este periodo en dos segmentos: el primero comprendido desde el inicio de la llamada adolescencia media y tardía, es decir, de los 15 a los 19 años; y el segundo dentro de lo que llamamos la juventud plena, de los 20 a los 29 años.

¹ Ramón Florenzano y Valdez M., *El adolescente y sus conductas de riesgo*, Santiago, Ed. Universidad Católica de Chile, 2005, p. 30.

² *Íbid.*, p. 30.

³ Robert J. Havighurst, *Psicología social de la adolescencia*, Washington, Unión Panamericana. Departamento de Asuntos Educativos, 1969. p. 3.

Cada una de estas etapas presenta diferentes características, las cuales serán definidas en los siguientes párrafos.

La palabra adolescencia proviene del verbo latín *adolescere*, compuesto por *dolere* que significa “crecer” y el sufijo *scere* que indica el inicio de algo, por consiguiente, la definición etimológica de esta palabra sería “comenzar a crecer”.

La Doctora en Ciencias de la Información, Yolanda Montero, explica en su libro “Televisión, valores y adolescencia”, que en las sociedades primitivas la adolescencia estaba considerada como un periodo muy breve, marcado por ceremonias o rituales que indicaban el inicio de una etapa o el final de ella.

En nuestra sociedad occidental, aún quedan algunas ceremonias menos significativas. En las mujeres ocurre, por ejemplo, el festejo de XV años, el cual tiene como objetivo obtener el reconocimiento de la joven ante la sociedad.

Sin embargo, este tipo de festejos carecen de un valor real para definir el cambio de la niñez a la adolescencia. Éste es determinado, como se mencionó anteriormente, por factores de socialización, así como por el contexto, las instituciones y la personalidad del individuo.

Si nos planteáramos la misma cuestión para definir el final de esta etapa, resultaría igualmente ambiguo establecer los cambios psicosociales que indican la transformación del adolescente en adulto.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en un esfuerzo por delimitar este periodo, ha preferido usar criterios relacionados con el estado biológico del ser humano y define a la adolescencia como “la etapa que ocurre entre los diez y los veinte años de edad, coincidiendo su inicio con los cambios puberales y finalizando al cumplirse gran parte del crecimiento y desarrollo morfológicos.”²

Es conveniente diferenciar a la adolescencia de la pubertad, ya que la segunda está asociada a los cambios biológicos que llevan al individuo a la maduración sexual, mientras que la primera además de incluir estos, se encuentra relacionada con el entorno social y cultural.

Aunque la pubertad y la adolescencia sean conceptos distintos, no podemos considerarlos por separado, sino dentro de una correspondencia dialéctica en la que el carácter psicosociológico está influenciado por los cambios biológicos, y la manera de sobrellevar estos cambios está igualmente influenciada por el contexto social; variable, además, entre las diferentes culturas.

Debido a su carácter inseparable, a la pubertad se le conoce también como *adolescencia inicial* y abarca, aproximadamente, de los 10 a los 14 años. Es un periodo de cambios fisiológicos principalmente.

“El crecimiento del pelo en la cara, en las axilas y alrededor de los órganos genitales, junto con el ensanchamiento de los hombros, marca el cambio de niño a hombre, en tanto que la niña se hace mujer cuando se desarrollan sus senos, se ensanchan sus caderas y aparece vello en sus axilas y pubis.”³

² *Íbid.*, p. 30.

³ Robert J. Havighurst, *Psicología social de la adolescencia*, Washington, Unión Panamericana. Departamento de Asuntos Educativos, 1969. p. 3.

Esta primera fase, sin embargo, no resulta circunstancial para la presente investigación, pues se tomarán en consideración los parámetros establecidos por la Organización Iberoamericana de la Juventud (OIJ) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU), quienes han determinado estadísticamente que los jóvenes son aquellos que se encuentran entre los 15 y los 24 años. La fase que nos concierne es la *adolescencia media*, también conocida como *periodo pospuberal*.

Biológicamente, esta etapa comienza cuando “los cambios en los caracteres sexuales primarios y secundarios están básicamente completos, y la persona ya es fértil. Se producen, además, algunos cambios en estos caracteres sexuales: en los hombres comienza a crecer la barba y en la mujer prosigue el crecimiento de los senos.”⁴

Estos cambios son regulados por el sistema nervioso central y son variables entre los individuos, aunque generalmente se presentan en esta secuencia por lo que se consideran características universales.

Es notable la conexión entre las transformaciones biológicas y la salud mental del joven. Los cambios hormonales que repercuten en la apariencia física, tales como el aumento de peso, la aparición de acné, los cambios en la voz de los hombres y, en casos más severos, los desórdenes en el crecimiento normal del cuerpo pueden ser causantes de trastornos como baja autoestima, hasta enfermedades mentales como la depresión y la ansiedad.

Además de los rasgos fisiológicos encontramos aspectos socioculturales universales. El profesor en Educación y Desarrollo Humano por la Universidad de Chicago, Robert J. Havighurst, resalta los siguientes:

⁴ Ramón Florenzano y Valdez M., *op. cit.*, p. 33.

1. Independencia del niño con respecto a sus padres. (Aspecto en el que se concibe a la independencia como la búsqueda de identidad, más que de autonomía).
2. Creciente obligación hacia las instituciones económicas, políticas y religiosas.
3. Creciente responsabilidad en el manejo de los asuntos personales.
4. Experiencia para el matrimonio.

Estas conductas suelen ser de carácter tan general que permiten un gran número de variaciones de acuerdo con el grupo social y la época.

Por ejemplo, hace algunos años en nuestro país era normal contraer matrimonio apenas en la segunda década de la vida y de esta manera independizarse de los padres, mientras que en nuestros días este comportamiento se ha retrasado en algunos estratos poblacionales, como consecuencia de factores económicos y culturales.

En lo que se refiere al manejo de asuntos personales, la doctora Yolanda Montero, explica que los jóvenes dedican gran parte de su tiempo intentando resolver dificultades relacionadas con situaciones románticas o de socialización: se ubican en una constante lucha por aprender a actuar como adultos.

Es, por tanto, correcta la afirmación de que “el comienzo de la adolescencia es biológico, ya que se produce por cambios endócrinos y sus consecuencias en el cuerpo, y que su fin es sicosocial, terminando cuando el joven es capaz de definir elecciones de pareja y vocacional”⁵.

⁵ *íbid.*, pp. 29 - 30.

La otra etapa de interés para la investigación es la llamada *juventud plena*. El joven mayor de 20 años, presenta un aspecto biológico definitivo: los órganos sexuales detienen poco a poco su crecimiento. Las características más importantes en esta etapa se presentan en sus relaciones sociales y en las decisiones que determinan la identidad del adulto joven.

El sociólogo Mario Margulis en “Adolescencia y juventud en América Latina”, explica que la edad y el sexo han servido desde siempre para establecer clasificaciones sociales; sin embargo, la juventud va más allá de eso.

“Se trata de una condición históricamente construida y determinada, cuya característica depende de diferentes variables, siendo las más notorias la diferenciación social, el género y la generación”⁶.

Se dice también que no existe la juventud, sino juventudes, esto debido a la pluralidad que se presenta a partir de las variables antes mencionadas.

Margulis ha resaltado en esta etapa dos puntos de vista: el primero llamado moratoria social, el cual consiste en la postergación de las responsabilidades de un adulto tales como actividad laboral y los compromisos emocionales.

Es una etapa en la que se permite al joven “gozar de una menor exigencia mientras completan su instrucción y alcanzan su madurez social y económica”⁷.

⁶ Solum Donas Burak Comp. “Juventud una aproximación conceptual”, *Adolescencia y juventud en América Latina*, Cartago, Ed. Libro Universitario Regional, 2001, p. 42.

⁷ *Ibid.*, p. 43.

Los jóvenes que se encuentran en la moratoria social pertenecen a un sector económico medio o alto que les permite postergar el término de su educación, además de que al encontrarse en una mejor posición cultural han decidido retrasar los compromisos que implica la unión en pareja.

Este grupo dispone de tiempo libre, producto del descanso merecido después de la jornada de estudios o de trabajo, pero es importante diferenciar entre éste y el tiempo libre “penoso”, producto del desempleo o de la no inserción social, “es tiempo vacío, tiempo sin rumbo ni destino”⁸.

Este último es lo que conocemos, recientemente, como el fenómeno de los *ninis* y que en México se ha convertido en uno de los problemas de mayor preocupación para las autoridades.

De acuerdo con Javier Hidalgo, director del Instituto de la Juventud del Distrito Federal, a nivel nacional la cifra de jóvenes en esta situación aumentó de 7 millones en 2005 a 7.8 millones en 2010; sin embargo, menciona que de acuerdo con la última Encuesta Nacional de la Juventud (2010), “en el DF hubo un descenso en los mismos años de 450 mil a 395 mil”⁹, lo cual representa una disminución del 10%.

En el “Panorama mundial de la educación 2011” publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), México se colocó en el tercer país con mayor número de *ninis* entre los 30 países que integran la organización, sólo después de Turquía e Israel.

⁸ *Íbid.*, p. 46.

⁹ Rafael Cabrera, “Destaca el Injuve descenso de 'ninis'”, [En línea] *Reforma*. s/p, México, 28 de noviembre de 2011 URL: <http://www.reforma.com/edicionimpresa/notas/20111128/ciudad/1332335.htm> [Consulta: 30 de diciembre de 2011]

Este grupo de jóvenes faltos de oportunidades pero además desinteresados, no entran en la categoría de la moratoria social. En este caso se utiliza un segundo término acuñado por Margulis: el de diferenciación social, un concepto incluyente que nos indica que la juventud “no se trata de una condición limitada a ciertos sectores sociales, sino extendida a todos los sectores de la sociedad”¹⁰.

Otro factor que tiene que ver con la diversificación de la juventud es la generación. En ésta influyen las condiciones y el ritmo de los cambios políticos, sociales, tecnológicos y culturales. “‘Generación’ nos habla de la edad pero ya no desde el ángulo de la biología sino en el plano de la historia”¹¹.

Cada generación posee rasgos culturales distintos. La moda, los avances tecnológicos, las formas de socialización y los factores económicos evolucionan a la par de las generaciones.

La prolongación de la juventud es uno de los aspectos característicos de la generación actual. Se trata de una lucha en la que el joven aboga por la comodidad, el aplazamiento de las responsabilidades, la continuación de sus estudios, la búsqueda de la belleza eterna; al mismo tiempo que se enfrenta con las obligaciones sociales y legales que le han sido otorgadas con la edad.

Las diferencias culturales entre generaciones son, con frecuencia, factores de conflicto en la forma de comunicarse entre jóvenes y adultos, pues lo que para los mayores pudieran parecer conductas que en sus tiempos eran reprobables o poco comunes, para las nuevas generaciones resultan normales.

¹⁰ Solum Donas Burak Comp., *op. cit.*, pp. 44 - 45.

¹¹ *Ibid.*, p. 47.

Por último, encontramos entre las variables que definen a esta etapa al “género”, pues como bien menciona Margulis, la afectación de esta etapa es diferente en el hombre y en la mujer.

Este aspecto sí se relaciona directamente con la biología, haciendo especial énfasis en los ciclos de reproducción ya que las oportunidades de los hombres y mujeres están marcadas por dichas conductas.

En la capital del país, aún cuando la mujer puede ejercer un mayor control sobre su cuerpo, al contar con información sobre sus derechos, tener acceso a métodos anticonceptivos y poder decidir la edad de su reproducción, éste sigue rigiendo aspectos como la inserción laboral en edad reproductiva: en ciertos estratos la maternidad viene acompañada de la vida en el hogar, que impide a muchas mujeres desempeñarse en otros ámbitos.

Cabe señalar que estos derechos aparentemente básicos en entidades como el Distrito Federal, parecen más complicados en la mayor parte de la república. Y qué decir de las legislaciones más recientes relacionadas con la despenalización del aborto, en las que algunos estados como Guanajuato siguen prohibiendo su práctica incluso cuando el embarazo sea producto de una violación.

En los sectores económicos medios y altos, la edad para procrear se ha postergado debido, también, a los avances en la medicina y la tecnología, en comparación con las clases bajas quienes recurren con menor frecuencia al uso de métodos anticonceptivos y dejan de lado la planificación del hogar y el desarrollo personal.

Hasta ahora, hemos revisado a la adolescencia y a la juventud plena desde el punto de vista fisiológico y sociocultural.

De manera simplificada Kenneth Keniston, especialista en Desarrollo Humano por el Instituto de Tecnología de Massachusetts, explica la diferencia entre ambas: "...el adolescente está luchando por definir quién es; el joven comienza a sentir quién es y así a reconocer la posibilidad de conflicto y disparidad entre su personalidad consciente en surgimiento y el orden social"¹².

Pero si bien estas dos etapas están conformadas por factores distintos, no son irreconciliables, pues por la proximidad que existe entre ambas se muestran dependientes la una de la otra y sólo juntas funcionan como el preámbulo para la definición de la adultez.

Lo anterior también ha dado pie a la discusión en el ámbito institucional sobre la conceptualización de la juventud.

Como se mencionó con anterioridad, la definición que ofrece la ONU ubica al joven entre los 15 y los 24 años. Esta premisa se encuentra implícita en todos los documentos emitidos por dicha organización, aún cuando en la Convención sobre los Derechos del Niño presentada en 1989 queda estipulado que se considera niño a "todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad."¹³

¹² José Antonio Pérez Islas. *et. al. Teorías sobre la juventud*, México, Porrúa, 2008, p. 254.

¹³ s/a. *Convención sobre los Derechos del Niño*, [En línea] s/p, s/lugar, ONU, 1989. URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/555/07/IMG/NR055507.pdf?OpenElement> [Consulta: 8 de septiembre de 2011]

El concepto anterior comprende al adolescente menor de 18 años en la categoría de niño no como un error, sino con la intención de brindarle protección a este sector que, para la época de la publicación del manifiesto, no contaba con una declaración similar que abogara por sus derechos.

A partir de la década de los 80, en la que se celebró el Año Internacional de la Juventud (1985), la Asamblea General de las Naciones Unidas ha dictaminado una serie de resoluciones y proyectos con el fin de brindar apoyo a los países para resolver los problemas de los jóvenes, fomentar la participación y promover políticas por el bien de los mismos.

Algunas de ellas son el “Programa de Acción Mundial para los jóvenes hasta el año 2000 y años subsiguientes” (1995), la “Declaración de Lisboa sobre la juventud” (1998) y en 2010 la proclamación del día y del “Año Internacional de la Juventud”.

A nivel nacional los países establecen criterios propios para delimitar esta etapa, los cuales se encuentran relacionados con los gobiernos y las instituciones, así como con las políticas y programas que se destinen para este sector.

En Europa la mayoría de los países han tomado como referencia las edades que marca la ONU, sin embargo, en Iberoamérica se aprecian grandes diferencias:

“Entre los 7 y los 18 años (El Salvador); entre los 12 y los 26 años (Colombia); entre los 12 y los 35 años (Costa Rica); [...], entre los 14 y los 30 años (Argentina); [...] entre los 18 y los 30 años (Nicaragua). En Honduras, la población joven corresponde al grupo menor de 25 años”¹⁴

¹⁴ s/a. *La Juventud en Iberoamérica. Tendencias y Urgencias*. [En línea] pp. 291 – 292, Chile, CEPAL, OIJ, 2004, URL: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/20266/CEPAL_OIJ.pdf [Consulta: 10 de septiembre de 2011]

En nuestro país el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE) ubica a esta etapa entre los 12 y los 29 años.

La ampliación del rango a edades más tempranas o más elevadas en los países latinoamericanos responde a dos tendencias sugeridas en el informe “La juventud en Iberoamérica”, publicado por la Comisión Económica Para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Organización Iberoamericana de Juventud (OIJ).

La primera tendencia sobre la expansión a edades más altas, la podemos relacionar de forma directa con la moratoria de Margulis, pues se encuentra “determinada por aspectos sociales propios de la mayor demanda de educación, capacitación para el trabajo y la prolongación de las trayectorias educativas”¹⁵.

La segunda tendencia, es la superposición etaria de la adolescencia y la juventud: “Por una parte, el discurso sobre el sujeto joven parece considerar que la juventud engloba a la adolescencia, aunque en la práctica deja fuera períodos cruciales de la experiencia juvenil”¹⁶.

La falta de una definición clara que delimite a ambas etapas y el desfase de las mismas no permite la elaboración de políticas públicas para cada uno de estos grupos por separado.

La inclusión del sector que está a punto de adquirir la condición de joven, también resulta útil en el sentido de que ofrece una visión a largo plazo, además de servir como medida para prevenir conductas derivadas de situaciones que se presentan desde edades tempranas como adicciones, deserción escolar y pérdida de valores.

¹⁵ *Íbid.*, p. 292

¹⁶ *Íbid.*, p. 292

Comparado con países como Costa Rica, Nicaragua, República Dominicana o Venezuela; en México existe un rezago en la creación de una legislación para la juventud que estipule y defienda sus derechos y obligaciones.

Pero si bien no se han elaborado leyes a nivel federal, sí se le ha prestado interés a la institucionalidad de la juventud con la creación del IMJUVE en 1999, como un organismo público y descentralizado de la Administración Federal, el cual tiene como objetivo “definir y aplicar una política nacional de juventud en diversas áreas: organización, salud, empleo y capacitación, prevención de adicciones, investigación y otros”¹⁷.

Como se mencionó anteriormente, no existen leyes a nivel nacional, sin embargo, en la capital del país se expidió en julio del 2000 la “Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal”, en donde se establecen las funciones del Instituto de la Juventud y los derechos y deberes del joven.

En este documento se le concibe, en su Artículo II, como un “sujeto de derecho cuya edad comprende el rango entre los 15 y los 29 años de edad, identificado como un actor social estratégico para la transformación y el mejoramiento de la ciudad”¹⁸.

Tal y como se ha visto, es difícil establecer límites claros para definir a la juventud y, en caso de que existieran, no serían igualmente válidos para todos los grupos sociales. Por lo tanto, resulta imposible hablar de una juventud homogénea.

¹⁷ *Íbid.*, p. 307 - 308

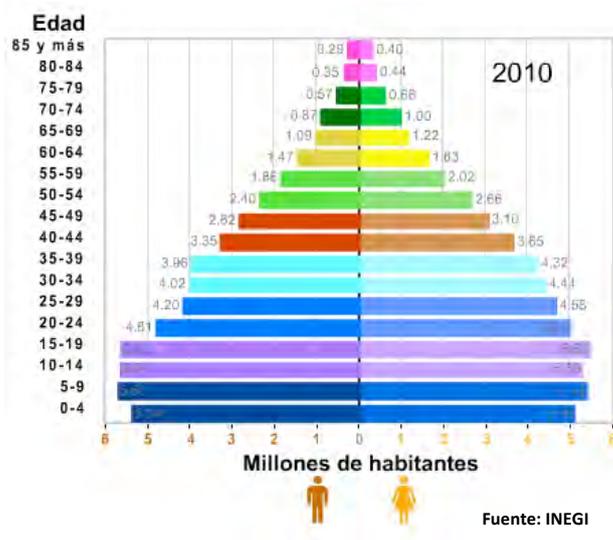
¹⁸ *s/a. Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal*. [En línea] p. 1, México, Asamblea Legislativa del Distrito Federal, I Legislatura, 2000, URL: <http://www.sds.df.gob.mx/archivo/legislacion/leyes/121djdf.pdf> [Consulta: 9 de octubre de 2011]

Para efectos de la presente investigación el criterio que se tomará en cuenta será el de las Naciones Unidas, mismo que es utilizado en la “Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal”, ya que es en ese lugar en donde tiene lugar la presente investigación pero.

1.2 Problemáticas e intereses de la juventud mexicana

México es un país joven. Las condiciones de natalidad y mortalidad han dado pie a la transformación de la pirámide poblacional que hace unas décadas lucía su mayor ensanchamiento en la base, mientras que en los últimos censos poblacionales se observa la disminución de ésta y, paulatinamente, le cede el lugar de mayor prominencia a los adolescentes y jóvenes.

En el Censo de Población y Vivienda 2010 se registraron 29,669,970 habitantes entre los 15 y los 29 años, lo cual representa un poco más de la cuarta parte de la población.



De 1990 a 2009 el volumen de la población joven aumentó de 23.9 a 28.1 millones, según las Estadísticas a propósito del Día Internacional de la Juventud avaladas por el INEGI, las cuales también prevén que el índice de la población joven seguirá aumentando hasta el 2015, año en el que alcanzará su máximo nivel con aproximadamente 29.5 millones de habitantes en el país.

Será un momento en el que la población joven comenzará a disminuir como resultado de la baja en la tasa de fecundidad, el flujo de inmigrantes correspondiente a este rango de edad y el proceso imparable de envejecimiento poblacional.

Hoy en día, estos jóvenes mayores de 15 años, considerados ya como población económicamente activa, conforman el llamado bono demográfico, el cual representa una oportunidad para incrementar las condiciones económicas y el desarrollo del país.

Pero, para que este progreso sea posible, las políticas públicas y programas gubernamentales deberán responder oportunamente a las necesidades de la juventud. Es por esto que la importancia de dicho sector no radica solamente en su volumen, sino en el potencial económico, social y cultural que representa para el país.

En el Distrito Federal habitan cerca de 8,841,400 personas, de las cuales el 25.3 % son jóvenes, de acuerdo con la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica llevada a cabo en 2009 por el CONAPO.

Si dividimos la población joven del país en grupos quinquenales podemos clasificarla de la siguiente manera:

Edad	Población total	Hombres	Mujeres
15 a 19 años	11 049 884	5 528 566	5 521 318
20 a 24 años	9 901 790	4 788 933	5 112 857
25 a 29 años	8 718 296	4 140 332	4 577 964

Estimadores de la población total en viviendas particulares habitadas por entidad federativa y grupos quinquenales de edad según sexo. CPyC, 2010, INEGI.

A continuación se explican los componentes de conflicto que hacen a este sector vulnerable, tomando en cuenta la división anterior debido a la variabilidad de circunstancias en que se desenvuelve cada uno de los grupos quinquenales. La necesidad de concentrarnos en las siguientes áreas se debe a su repercusión a largo plazo en la formación del individuo.

Las problemáticas serán divididas en dos núcleos: el de la vida privada y el social. En el primero se analizarán los aspectos relacionados con las esferas cercanas del joven, es decir, la familia, la escuela y la Iglesia, considerando a estas instituciones como agentes de socialización, así como, en algunos casos, el trabajo.

Por otra parte, el segundo ámbito se concentrará en la parte formal de las instituciones, haciendo énfasis en los servicios de salud, en el acceso a la justicia y en la participación ciudadana.

Es necesario definir a la institución como “un sistema de normas para alcanzar alguna meta o actividad que las personas consideran importante, o, más formalmente, un grupo organizado de costumbres y tradiciones centradas en una actividad humana importante”¹⁹

¹⁹ Paul B. Horton y Chester L. Hunt, *Sociología*, México, Ed. Mc Graw-Hill, 1986, p. 222.

Dentro de las instituciones cada integrante está destinado a desempeñar un “rol”, a través de los cuales “los individuos participan en un mundo social”²⁰. A partir de la aceptación del rol individual se logra la comprensión de los ajenos, integrándose así, a un proceso de socialización.

De esta manera, a lo largo del estudio de las principales instituciones sociales podemos construir el universo del joven y descifrar el rol social que desempeña.

1.2.1 Esfera de la vida privada

- *Familia*

La institución familiar es el pilar fundamental de toda civilización, es también la primera forma de socialización pues “de la familia su estructura y su dinámica depende el comportamiento de cada individuo”²¹.

Desde las civilizaciones más antiguas ha sido el eje sobre el que se desarrollan otras instituciones como la escuela o la Iglesia, quienes cumplen con funciones que resultan complejas para ser atendidas por la familia.

Entre las funciones de esta institución se encuentran “proteger la vida y la crianza, favorecer el desarrollo sano de cada uno de sus miembros, así como la transmisión de costumbres y las tradiciones que conforman la cultura original de cada pueblo”²²

²⁰ Peter Berger y Thomas Lukmann, *La constitución social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1968, p. 98

²¹ Leticia Solís Pontón, Coord. Gral. *La familia en la Ciudad de México: presente, pasado y devenir*, México, Departamento del Distrito Federal y Miguel Ángel Porrúa, 1997, p. 7.

²² *Ibid*, p .11

Vale la pena destacar la relevancia que esta institución tiene en la formación del joven y en sus intereses, para ello consideraremos los datos de la Encuesta Nacional de la Juventud 2005 los cuales indican que entre los aspectos de la vida que representan el mayor motivo de satisfacción para el joven se encuentra la familia y la relación con sus padres.

Cuando se habla de la familia mexicana generalmente se piensa en el modelo nuclear conyugal monolítico que considera básicos los siguientes rasgos:

- “la familia como estructura nuclear formada por la pareja y sus hijos no emancipados; y
- la familia como unidad separada e independiente del parentesco más amplio”²³

Este modelo, aún vigente en México y otros países de Latinoamérica,²⁴ es percibido como un ideal al que el individuo desea aspirar aunque en ocasiones sea imposible de conseguir.

Las condiciones sociales actuales han dado paso a diversos tipos de hogares que se adaptan mejor a los escenarios de nuestro país, desde los compuestos por uno solo de los padres, los integrados únicamente por los hijos e incluso los que unen a miembros sin lazos de parentesco. Por lo tanto, se puede hablar de una gran gama de modelos familiares y no de uno ideal.

²³ *Íbid*, p. 73

²⁴ *Íbid*, p. 73

A pesar de lo anterior, los más abundantes siguen siendo los hogares nucleares biparentales, aunque desde los años 90 han aumentado los monoparentales, normalmente a cargo de la madre.²⁵

En el Distrito Federal “de acuerdo con su distribución por clase de hogar, 62.1% de las personas con edades entre 15 y 29 años son integrantes de hogares familiares nucleares, mientras que otro 34.7% reside en un hogar no nuclear.”²⁶

Sea cual sea la composición de la familia es importante señalar el papel de la mujer, pues desde siempre ha sido un pilar primordial en la formación y la estabilidad familiar. Su función se ha diversificado para poder cumplir distintos roles a la vez, pues aparte de madre ha llegado a ser jefa de familia, apoyo moral, sostén económico y padre, al mismo tiempo.

Para ejemplificar lo anterior, en la Perspectiva de la Juventud en México se señalan las siguientes formas en que los jóvenes suelen resolver sus problemas:

“Cuando se trata de un problema con alguien dentro de la familia, el 34% acude a la madre y sólo un 13% acude al padre o a los hermanos. En caso de necesitar un consejo, la madre continúa posicionada en primer lugar, sólo que ahora con una cifra de 42%, los amigos alcanzan 22% y el padre continúa con 13%. Cuando los problemas son en la escuela, 21% de los jóvenes acude a ambos padres y sólo un 12% a los amigos. Por último, cuando el problema es que no se tiene dinero, el porcentaje de jóvenes que acude al padre aumenta a 20%, sin embargo, la madre vuelve a encontrarse arriba con 29%.”²⁷

²⁵ s/a. *La Juventud en Iberoamérica. Tendencias y Urgencias. op. cit.*, p. 79

²⁶ s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal*, [En línea], p. 13, México D.F., INEGI, 12 de agosto de 2010, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/aPropositom.asp?s=inegi&c=2766&ep=41> [Consulta: 15 de junio de 2011]

²⁷ s/a, *Perspectiva de la juventud en México*, [En línea], pp. 30 y 31, México, Dirección de investigación y asuntos sobre juventud, SEP – IMJUVE, enero 2008, URL: <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/investigacion/publicaciones.html> [Consulta: 15 de junio de 2011]

De las situaciones cotidianas mencionadas arriba resalta la relevancia que tiene la madre dentro del núcleo familiar. A pesar de que en las encuestas de la juventud se ha demostrado que la percepción de la relación con ambos padres es positiva, se observa, también, que el joven sostiene un lazo afectivo más estrecho con la madre, quien ha de ser tomada en cuenta incluso para la toma de decisiones como la elección marital.

Es en esta etapa cuando ocurre generalmente la búsqueda de pareja con la finalidad de establecer relaciones más estrechas que en la adolescencia, muchas de las cuales desembocan en uniones o casamientos.

En el Distrito Federal se han registrado 306 mil 798 hogares dirigidos por personas jóvenes, lo que equivale al 14.1 % del total de hogares.²⁸ Estas nuevas familias continúan estando, en su mayoría, a cargo de un hombre como se ha hecho desde décadas pasadas.

Según el documento “La situación de los jóvenes en la ciudad de México” expedido por el Gobierno del Distrito Federal las cifras son las siguientes:

“3 de cada 100 hogares jóvenes son encabezados por un hombre de 15 a 19 años y sólo uno por mujeres de la misma edad; conforme aumenta la edad, las diferencias se hacen mayores, tan sólo en 25 de cada 100 hogares jóvenes su jefe es un hombre, contra sólo 5 dirigidos por una mujer, y 57 contra 10 para el grupo de 25 a 29 años de edad, respectivamente.”²⁹

Igualmente, es de analizarse la tasa de divorcios y separaciones en jóvenes pues se estima que la mayor parte de estos ocurren entre los 25 y los 29 años.

²⁸ Ver: s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*. [En línea], p. 14, México, Comisión de Jóvenes de la Asamblea Legislativa del DF, GDF. URL:

http://www.copo.df.gob.mx/c_documental/situacion_jovenes.pdf [Consulta: 10 de octubre de 2011]

²⁹ *Ibid.*, p.14

Los datos más recientes muestran que durante el año 2008 se resolvieron 6 mil 986 divorcios en total en el D.F., de los cuales mil 632 son hombres jóvenes y mil 67 mujeres en el mismo rango de edad.³⁰

El incremento en las separaciones tempranas en los últimos años se debe a razones de índole tan diverso tales como el ambiente familiar en el que se desarrollaron los miembros de la pareja, falta de comunicación, matrimonios forzados por embarazos a temprana edad, violencia intrafamiliar, problemas económicos, entre otros.

Como medida para evitar los matrimonios fallidos, los jóvenes han optado por una salida que en apariencia no conlleva un compromiso tan estrecho como el del matrimonio.

Así, la unión libre representa una forma de convivencia “moderna”, elegida por muchas parejas para establecer un nexo bajo el mismo techo sin la necesidad de comprometerse legalmente o como un ejercicio de conocimiento para un futuro matrimonio.

Pero la creencia de que la unión libre es también libre de compromisos ha quedado reservada a los dos primeros años de la misma, pues, ante el aumento de parejas que conviven en esta situación, las autoridades han avalado una serie de derechos que protegen a los concubinos y a los hijos –si llegasen a existir– en caso de separación o defunción de alguna de las partes.

Sin duda, una de las mayores problemáticas de las familias mexicanas es su desintegración, situación que no es exclusiva de las parejas jóvenes sino que proviene desde la familia de origen.

³⁰ s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal, op. cit.*, p. 6

Las condiciones económicas en la actualidad han obligado a los padres a conseguir trabajos más demandantes que limitan el tiempo de convivencia con sus hijos, a su vez la escasa comunicación entre los integrantes del hogar ha redituado en la pérdida de valores.

El joven que crece solo y sin expectativas se enfrenta, por otra parte, a la pérdida de autoestima, ya que no cuenta con motivaciones suficientes para realizar las actividades propias de un joven saludable, que van desde el estudio hasta actividades recreativas y deportivas.

Pero el principal motor de desintegración familiar es la pobreza. Esta situación, que afecta a 893 mil 477 jóvenes entre 15 y 19 años³¹, es la vía para el desarrollo de situaciones de riesgo como la violencia, la delincuencia juvenil, las adicciones o la deserción escolar.

En el mejor de los casos la juventud mexicana en condiciones de precariedad también es capaz de buscar soluciones honestas que se encuentren dentro de lo socialmente permitido.

Para los jóvenes que ya cuentan con un empleo la opción más viable es el cumplimiento de horas extras o la búsqueda de un segundo empleo; para aquellos que no han logrado conseguir un trabajo digno, la salida más frecuente es la migración.

Cabe hacer énfasis en el fenómeno de la migración, pues si bien en el Distrito Federal no se registra el mayor número de jóvenes que emigran a otros estados o países con intereses de conseguir un mejor empleo, sí se concentra un número de inmigrantes.

³¹ s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México, op. cit.*, p. 15

Esta es una de las circunstancias que han dado lugar a la sobrepoblación de la capital que a su vez reedita en la precariedad para abastecer a la ciudadanía de servicios básicos como los de salud, educación, empleo y recreación.

Las familias marginales con frecuencia se hallan descompuestas, formadas en su mayoría con el respaldo de uno sólo de los padres, además, “se encuentran en condiciones muy precarias de desarrollo y excluidos del sistema productivo del país”³².

Las consecuencias psicológicas no se hacen esperar. Los traumatismos adquiridos en edades tempranas, tendrán implicaciones en las relaciones del joven o adulto, así como en su interacción con la sociedad. El tratamiento oportuno de los problemas familiares es un instrumento sumamente útil para la prevención de situaciones de riesgo en el adulto.

Es en la esfera de los valores donde se presentan los conflictos más graves para la juventud marginada. La falta del respaldo paterno, la frustración, las carencias y el hacinamiento son algunos de los factores que con el tiempo vuelcan en la generación de violencia y resentimiento social.

Otra de las causas principales es la repetición de roles. El niño que ha crecido en un hogar disfuncional donde se presentan conductas agresivas por parte de los padres o familiares cercanos, tales como problemas de alcoholismo, golpes, ataques sexuales, entre otros, puede tomar esas actitudes como parte de la vida cotidiana y adquirirlas como propias.

³² Leticia Solís Pontón, *op. cit.*, p. 127

Es por esto, que los mayores índices de delincuencia se concentran en estos sectores: “la Dirección de Tratamiento a Menores destaca que más de la mitad de la población juvenil internada proviene de hogares con un nivel de pobreza alta o muy alta”³³. Las cifras más alarmantes se ubican en las delegaciones Iztapalapa y Cuauhtémoc.

“La principal falta que cometen los menores infractores es el robo: casi cuatro de cada 10 adolescentes que ingresan a un centro de internamiento lo hacen por esta conducta. Le siguen delitos contra el patrimonio, con 28.1%, y delitos del fuero federal, con 20%”³⁴.

A pesar de los esfuerzos por aumentar la reinserción social de los delincuentes menores de 18 años, considerando al internamiento en los tutelares como una medida extrema y aplicable por el menor tiempo posible, en la Encuesta Nacional de Gobierno 2010 (INEGI), quedó demostrado que en el D.F. 16 de cada 100 menores infractores vuelven a reincidir.

Estas fallas en las reformas constitucionales alientan el clima de violencia y la delincuencia en las calles de la ciudad; situaciones que seguirán creciendo mientras sean respaldadas por la impunidad.

Pero además de los problemas que conciernen a los estratos marginados, encontramos los correspondientes a las clases medias del Distrito Federal. Uno de los más importantes es el aplazamiento de responsabilidades, también llamado “síndrome de la autonomía postergada”³⁵.

³³ Nurit Martínez y Claudia Bolaños. “La delincuencia juvenil en el DF alarma a autoridades.”, [En línea] México, *El Universal*, 18 de noviembre de 2010. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/primer/35891.html> [Consulta: 9 de octubre de 2011]

³⁴ Saúl Hernández. “Falla reinserción social de jóvenes.” [En línea] México, *El Universal*, 2 de octubre de 2011 URL: <http://www.eluniversal.com.mx/primer/37847.html> [Consulta: 9 de octubre de 2011]

³⁵ s/a. *La Juventud en Iberoamérica. Tendencias y Urgencias*, op. cit., p. 103

En este apartado retomaremos el abandono tardío del hogar, un problema que corresponde específicamente a dos de los grupos quinquenales: el de los 20 a los 24 años y el de los 25 a los 29.

La emancipación de la juventud ha tomado rumbos distintos que en años anteriores cuando se pensaba que al término de los estudios o incluso antes de que eso sucediera el joven se vería en posibilidades de adquirir un empleo que le permitiera lograr su independencia económica y de vivienda y, posteriormente, la formación de un nuevo hogar en pareja.

Hoy en día, es una meta cada vez más lejana para muchos jóvenes debido a la dificultad para colocarse en un empleo bien remunerado pero sobre todo perdurable, que garantice la seguridad de una familia completa a mediano y largo plazo.

Aunado a lo anterior, la comodidad y el respaldo que brinda la familia de origen, ha desembocado en la prolongación de la dependencia del joven, en algunos casos menos negativa que en otros, por ejemplo, cuando el joven retrasa su autonomía pero prolonga sus estudios.

Por cualquiera que sea la razón, esta actitud explica la baja en la proporción de jóvenes que constituyen nuevas familias nucleares.

- *Escuela*

Al igual que la familia, la escuela es un sistema social en el que ocurren una serie de relaciones entre los miembros del mismo. Es aquí donde el individuo comienza a socializar en la búsqueda de un fin común bajo un esquema jerárquico.

Si clasificamos a los jóvenes tomando en cuenta la ocupación a la que dedican la mayor parte de su tiempo, podemos guiarnos sobre dos vertientes principales: la escolaridad y el trabajo. Estos ejes son determinados por elección personal y por las posibilidades que ofrece el entorno en el que se desenvuelve el individuo.

En nuestro país las condiciones de empleo cada vez requieren personas más preparadas y con habilidades más específicas, es por esto que las decisiones que se tomen en esta etapa con relación a la formación educativa o laboral serán de gran repercusión a corto y largo plazo.

En lo que respecta a la escuela, encontramos problemáticas que van desde las deficiencias en el sistema educativo, hasta los que surgen de la interacción entre los miembros de la institución.

El indicador más básico que nos muestra la situación educativa de los jóvenes y sus posibilidades de inserción laboral es el índice de analfabetismo. En el D.F., sin embargo, es mínimo, ya que, según el último conteo de Población y Vivienda en el Distrito Federal, por cada 100 personas mayores de 15 años sólo dos no serían capaces de leer o escribir por falta de conocimientos.

No obstante, la alfabetización no garantiza las herramientas suficientes para enfrentarse a un trabajo digno. En el documento mencionado en el párrafo anterior, se indica que apenas el 52% de habitantes entre 15 y 24 años estudian y de cada 100 personas mayores de 15 años sólo 27 tienen aprobado por lo menos un grado de educación superior.

En cuanto al género, la asistencia a alguna escuela de educación superior es mayor en hombres que en mujeres “ya que 39 de cada 100 hombres asisten a algún centro de enseñanza escolar por 36 de cada 100 mujeres”³⁶.

Son, en realidad, cifras muy similares que demuestran el progreso en la inserción de la mujer en actividades que hace 50 años aún parecían exclusivas del sexo masculino, pero que nos remiten una vez más a las diferencias fisiológicas que hacen que la mujer continúe en un papel inferior al del hombre.

En este sentido, hablamos sobre todo de embarazos precoces y cuestiones relacionadas con la reproducción; sin embargo, no podemos olvidar que el contexto sociocultural es determinante, por ello podemos encontrar desde comportamientos machistas que impiden el desarrollo de la mujer, hasta causas como la manutención familiar.

Al hablar de un grupo de los 15 a los 29 años, el grado que se contempla es el de la educación media superior y superior; niveles en donde hallamos una cifra preocupante, pues conforme aumenta el grado escolar, la matrícula disminuye de tal forma que “hoy por hoy, sólo 15 de cada 100 jóvenes se encuentra cursando una licenciatura”³⁷

Los tres grupos que presentan mayor exclusión en la educación media y superior por su condición son: la población femenina de 15 a 19 años con hijos, los hablantes de lenguas indígenas y la población que sufre de alguna discapacidad.³⁸

³⁶ s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal*, op. cit., p. 9

³⁷ s/a, *Perspectiva de la juventud en México*, op. cit., p. 14

³⁸ Pablo Yanes y José Luis Peralta, Coords. *Las exclusiones de la educación básica y media superior en el D. F.*, [En línea], s/p, México, UNICEF, 2006. URL: http://www.unicef.org/mexico/spanish/mx_resources_exclusiones.pdf [Consulta: 6 de noviembre de 2011]

La poca afluencia de estudiantes en una carrera superior se debe a razones de tipo personal como la situación económica o familiar, pero también a las fallas en el sistema educativo.

En delegaciones como Milpa Alta, Cuajimalpa y Tláhuac en las que se registra una cantidad baja de asistencia a la educación superior, se observa una correspondencia paralela con la proporción de escuelas existentes en dichas demarcaciones.

Además, son zonas rurales donde la economía aún depende de actividades enfocadas a la siembra de tierras y a la cría de ganado. Al ser grandes productores a nivel mundial, los programas destinados a estas demarcaciones se concentran en el desarrollo sustentable del campo; la educación, por el contrario, es un interés que ha quedado relegado tanto para los habitantes como para las autoridades.

Pero no sólo resulta insuficiente el número de escuelas, sino también el de lugares disponibles en los bachilleratos y universidades. La alta demanda no permite el ingreso de miles de estudiantes o, si lo hace, es en instituciones que no van de acuerdo con sus expectativas.

Este año, la demanda alcanzó los 263 mil 930³⁹ alumnos que buscan un lugar en alguna institución de educación media superior, siendo la más demandada la Universidad Nacional Autónoma de México con más de la mitad de los aspirantes (155 mil, exactamente), en segundo lugar se encuentran las preparatorias del Estado de México y, en tercero, el Instituto Politécnico Nacional (47 mil 258 demandantes).

³⁹ Nurit Martínez, “Crece la demanda de jóvenes por bachillerato en la UNAM”, [En línea] México, *El Universal*, 27 de junio de 2011, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/186601.html> [Consulta: 19 de octubre de 2011]

La situación se torna más compleja cuando los alumnos que lograron ser admitidos en los diferentes planteles de educación superior se ven en condiciones de truncar sus estudios ya sea por decisión propia o por necesidad.

El promedio para abandonar los estudios, según la Encuesta Nacional de la Juventud en México 2005, es a los 16 años, es decir, con apenas cumplido un año de bachillerato.

Las siguientes cifras muestran los principales factores que influyen en el abandono de estudios:

“42 de cada 100 jóvenes que dejan la escuela lo hacen porque tienen que trabajar, 29 de cada 100 lo hacen porque ya no les satisfacía seguir estudiando y 12 de cada 100 dejaron la escuela porque sus padres ya no quisieron que continuaran en el sistema educativo.”⁴⁰

La primera cifra es muestra de la condición económica que enfrentan las familias mexicanas. La pobreza es una de las principales causas de deserción escolar, “14 mil 397 jóvenes en condiciones de marginalidad no saben leer”⁴¹; no obstante, se ha demostrado que es un problema que se presenta en todos los niveles socioeconómicos.

La segunda, resulta por demás preocupante pues no sólo demuestra el rechazo al estudio, sino que generalmente viene acompañado de conductas distractoras que influyen en la decisión de truncar su educación.

⁴⁰ s/a, *Perspectiva de la juventud en México*, op. cit., p. 15

⁴¹ s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*, op. cit., p. 17

Finalmente, la tercera cifra alarmante, se relaciona una vez más con las condiciones económicas de las familias pero también con la demanda educativa antes mencionada, pues a muchos de los estudiantes que no fueron aceptados en las escuelas de su predilección se les inscribió en bachilleratos privados, de los que se estima que una proporción de su matrícula desertará al no poder continuar con las colegiaturas.

Ante este escenario, el gobierno firmó en 2012 la reforma constitucional a los Artículos 3º y 31º que garantiza que el Estado proveerá este servicio de manera gratuita, pero también declara que es obligación de los padres hacer que sus hijos asistan.

Esta medida beneficia al grupo de los 15 a los 19 años pero sigue dejando fuera a los aspirantes universitarios quienes pugnan por una mayor apertura, especialmente en las carreras relacionadas con las humanidades y las ciencias sociales por ser de alta demanda; contrario a las carreras técnicas y tecnológicas las cuales han sido infravaloradas.

Además de las deficiencias en el sistema escolar, encontramos también los problemas que ocurren dentro de las aulas. Es el caso de la pérdida de valores y la violencia estudiantil, situaciones que encontramos en el grupo de los 15 a 20 años, aunque normalmente tiene sus orígenes en edades anteriores.

Es un tema importante, ya que es en esta etapa cuando “sus sistemas de valores pasan de estar definidos por sus padres, a verse mucho más influidos por sus compañeros”⁴².

⁴² Andy Hargreaves, Lorna Earl y Jim Ryan, *Educación para el cambio. Reinventar la educación de los adolescentes*, España, Ed. Octaedro, 2008, p. 26

Al verse incluidos en un grupo, los jóvenes adquieren autoestima y desarrollan su identidad; sin embargo, en ocasiones esta integración normal se ve frustrada por la acción de sus semejantes, sobre todo en el ambiente escolar.

El maltrato y la intimidación entre compañeros de clase es un problema que siempre ha existido pero recientemente se le ha prestado más atención al ser considerado como una forma de violencia. A esta conducta también se le conoce, con el vocablo inglés *bullying*.

Es un término acuñado recientemente hace alusión a las mofas entre compañeros, que “traspasan la frontera del respeto y se convierten en constantes agresiones y humillaciones”⁴³.

Las formas de violencia también evolucionan a la par de la sociedad, es por esto importante destacar el manejo de las herramientas tecnológicas para ejercer el *bullying*, tales como las páginas de videos, las redes sociales y otros medios que representan armas de fácil alcance para ejercer la violencia cibernética.

Este tipo de conductas llevan al aislamiento de los agredidos, quienes de por sí presentan con frecuencia problemas de timidez o de socialización. Son jóvenes que no cuentan con el respaldo de un grupo de amigos y por lo tanto se convierten en víctimas fáciles de amedrentar.

Dichas provocaciones, que tienen como objetivo llamar la atención y demostrar la superioridad del agresor, reflejan algún tipo de carencia afectiva o social.

⁴³ Cristina Salmerón, “¿Violencia escolar o cosas de chicos?”, [En línea] México, *El Universal*, 20 de junio de 2007, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/estilos/53981.html> [Consulta: 27 de octubre de 2011]

En ocasiones es tan grande la transgresión que el joven puede llegar a pasar, incluso, encima de sus maestros u otras figuras de autoridad. Se habla, por lo tanto, un problema que afecta tanto al agresor como al agredido y que debe buscar solución en la atención de ambas partes involucradas.

En algunas instituciones escolares se han creado estrategias de enseñanza que buscan promover un ambiente sano. Por su parte, el IMJUVE ha elaborado programas con el fin de garantizar una educación libre de violencia y de calidad.

El “Programa de Mediano Plazo” pretende “ofrecer una educación integral que equilibre la formación en valores ciudadanos, el desarrollo de competencias y la adquisición de conocimientos”⁴⁴, todo esto mediante el trabajo en aulas en interacción con diferentes actores sociales, que les permita a los jóvenes participar activamente en la toma de decisiones.

Ante el incremento de casos, estas medidas suelen resultar insuficientes, pues hablamos de un problema que se presenta en sus mayores expresiones dentro de la escuela, pero que tiene sus raíces en el hogar, medios de comunicación y grupos cercanos del individuo.

Es indiscutible que nuestra sociedad es víctima de un declive de valores y que son los jóvenes quienes suelen expresarlo con mayor frecuencia; no obstante, existen otras conductas propias de la evolución social que han sido estigmatizadas, sobre todo, entre los adultos.

⁴⁴ María Elena Álvarez de Vicencio, “Instituto Mexicano de la Juventud, comprometido con los jóvenes”, [En línea] *La Crónica de Hoy*, s/p, México, 15 de agosto de 2011 URL: http://cronica.com.mx/nota.php?id_notas=598729 [Consulta: 16 de octubre de 2011]

Hablamos, entonces, de una brecha generacional que no permite el entendimiento sobre comportamientos que rompen con los esquemas tradicionales a los que están acostumbradas las personas de mayor edad.

La preocupación por la pérdida de valores surge desde los años 60 debido a las formas de expresión que caracterizaron a aquella época, en la que los jóvenes fueron actores principales al cuestionar a los gobiernos y a las costumbres tradicionales.

Un ejemplo sobre el cambio en la escala de valores consiste en que, hoy en día, grandes sectores juveniles no consideran graves a conductas como el *graffiti* o el consumo de marihuana; pero sí reprueban la violencia o la contaminación.

Como conclusión retomaremos una cita del sociólogo español Manuel Castells, quien menciona que en casos como el que se expuso antes, no se trata de una cuestión de declive o pérdida de valores, sino que “son otros valores que en muchos casos contrastan con la moral mayoritaria de la sociedad y, por tanto, los valores de su propia familia”⁴⁵.

- *Trabajo*

Estrechamente ligado a la educación se encuentra el tema de la inserción laboral, la cual ocupa un espacio esencial en el desarrollo del ser humano ya que el trabajo representa una actividad de continuo aprendizaje, de medición de capacidades, de destrezas y convivencia, sin olvidar los beneficios económicos que ésta brinda al individuo.

⁴⁵ Débora Kantor, *Variaciones para educar adolescentes y jóvenes*, Argentina, Ed. Del Estante, 2008, p.29

El Distrito Federal constituye uno de los mercados más grandes de trabajo en el país, sin embargo, se ubica, también, entre los 6 primeros estados con mayor número de desocupación.⁴⁶

El grupo más vulnerable es el de los jóvenes e incluye a todos los sectores, incluso a los que lograron concluir estudios superiores. La Población Económicamente Activa (PAE) correspondiente al rango de los 15 a 29 años representa el “25.5% de la fuerza de trabajo total”⁴⁷.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), en el primer trimestre de 2010, de un millón 64 mil 532 personas; 942 mil 293 se encuentran ocupados y 122 mil 239 desocupados “así de cada 100 jóvenes desocupados, buscadores de empleo, 44 corresponden al grupo de 25 a 29 años, 41 al rango de 20 a 24 y 15 al de 15 a 19 años”⁴⁸.

Otro aspecto preocupante sobre el desempleo es que no sólo excluye al joven de obtener un salario digno, sino que coarta su derecho a prestaciones básicas y a los servicios de salud y vivienda, lo cual también afecta a aquellos que participan en empleos del sector informal.

Es una contradicción que mientras se le exige a los gobiernos crear programas para aumentar la calidad y la matrícula en la educación superior, el problema de la inserción laboral continúe agravándose. En la actualidad el grado escolar no es garantía para la calidad de vida.

⁴⁶ Isabel Mayoral Jiménez, “Los 10 estados con mayor desempleo.” [En línea], *CNN Expansión*, s/p, México, 11 de febrero de 2011, URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/02/11/mexico-df-estados-con-mas-desempleo> [Consulta: 30 de octubre de 2011]

⁴⁷ s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal*, op. cit., p. 11

⁴⁸ *Íbid.*, p. 11

“Datos recientes señalan que de cada diez egresados universitarios, sólo siete encontrarán trabajo, y de estos últimos sólo cuatro lo harán en algún empleo relacionado con la profesión que eligieron”⁴⁹. Además, gran parte de esos trabajos se encuentran en el sector informal; la falta de contratos laborales es cada vez más común sobre todo en el primer empleo.

Retomando los datos de la ENJ 2005, en el país 36 de cada 100 jóvenes tienen su primer empleo a los 16 años (lo cual coincide con la edad en la que se registra el mayor número de deserción escolar), 8 personas lo obtienen antes de los 16 y para los 20 años la mayoría de los jóvenes ya había tenido su primera experiencia laboral.

Muchas veces al estar combinado con los estudios, el adolescente recurre al empleo temporal y de medio tiempo: “12.8% de los jóvenes trabajan menos de 24 horas semanales; 15.6% de 25 a 39 horas y quienes lo hacen de 40 a 48 horas, 43.1 por ciento. Aquellos que trabajan más de 49 horas suman 25.9 por ciento.”⁵⁰

Cabe mencionar el rubro en el que se desempeñan los jóvenes del Distrito Federal: “79.9% labora en el sector terciario (servicios y comercio), 19.7% en el secundario. Por su posición en la ocupación, la mayor parte (84.9%) son personas subordinadas y remuneradas; los trabajadores por cuenta propia, 15.1 por ciento”⁵¹.

De estas cifras podemos concluir que los trabajos temporales así como el comercio no regulado o informal, han funcionado como potentes válvulas de escape ante el problema del desempleo, lo cual, aunque de manera precaria, permite la subsistencia de millones de jóvenes en el país.

⁴⁹ Berthier (2005), citado en: Héctor Castillo Berthier. *Los jóvenes populares: ¿Cuál futuro?*, [En línea] p. 4, México, IIS/ UNAM, URL: http://www.unesjuv.org/INV_L3_doc5.pdf [Consulta: 30 de octubre de 2011]

⁵⁰ s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal*, op. cit., p. 12

⁵¹ *Ibid.*, p. 12

Al mismo tiempo, la alternativa del empleo informal, los mantiene apacibles ante posibles reacciones contra el gobierno, como ya ha pasado en países con situaciones similares al nuestro (recientemente Túnez o España) que no cuentan con alternativas de trabajo.

Para combatir el desempleo en la capital, Héctor Castillo Berthier, Doctor en Sociología por la UNAM, propone la creación de estrategias que aborden de manera puntual las causas del desempleo, ya que éstas no son homogéneas en toda la población. Sin embargo, señala la importancia del fomento de la capacitación laboral y la adquisición de experiencia como dos de las respuestas básicas al problema.

- *Iglesia*

Aunque en menor medida que la familia o la escuela, la Iglesia constituye un papel importante en la configuración de la escala de valores de los individuos.

Desde las primeras enseñanzas emitidas por la familia sobre el respeto a la religión, hasta la participación activa de los jóvenes en congregaciones de creyentes; la Iglesia, como institución, sigue siendo hasta nuestros días la base formadora de valores de muchas familias y un elemento de cohesión social importante.

En el momento histórico por el que atraviesa nuestro país la religión católica muestra un declive dentro de la población juvenil. A pesar de ser la de mayor predominancia, nuevas religiones van tomando paso frente al catolicismo.

En el siguiente cuadro se muestra el grado de identificación de los jóvenes mexicanos con las diferentes iglesias:

Identificación religiosa

Religión	Hombres	Mujeres	Total
Católico practicante	39.8	48.7	44.4
Católico no practicante	43.1	37.1	40.0
Protestante	0.3	0.2	0.2
Pentecostal no católico	0.5	0.7	0.7
Testigo de Jehová	0.6	1.0	0.8
Adventista del séptimo día	0.1	0.1	0.1
Mormón	0.3	0.1	0.2
Cristiano	2.3	2.1	2.2
Indiferente a cualquier religión	4.5	1.9	3.1
No creyente	1.1	0.5	0.8

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud, 2005.

En años recientes encontramos, también, la afición por religiones no relacionadas con el catolicismo, como los budistas, los islámicos o los *krishnas* que tienen una finalidad “espiritual”.

El sacerdote y presidente de la Comisión Episcopal de la Pastoral Juvenil, Francisco Moreno, “reconoce que a misa y a las actividades que realiza la Iglesia no asiste ni un 1% de los jóvenes mexicanos”⁵².

Menciona, por otra parte, que si los jóvenes se han alejado de la Iglesia, es debido a la poca congruencia por parte de la institución y a la falta de un discurso atractivo para ellos, lo cual no significa que no tengan creencias.

Cuando en la ENJ 2005 se le preguntó a los jóvenes cuáles eran sus creencias, se registró en los primeros lugares la Virgen de Guadalupe, seguida por el alma, el pecado, los milagros, el infierno y, en los últimos lugares, los horóscopos y demás temas esotéricos.

Otras creencias popularizadas en años recientes en la ciudad de México son la de San Judas Tadeo, “patrón de las causas perdidas o imposibles” y la de la Santa Muerte.

⁵² Cinthya Sánchez, “Iglesia, urgida de feligreses jóvenes”, [En línea] México, *El Universal*, 16 de junio de 2006, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/140622.html> [Consulta: 30 de octubre de 2011]

El primero corresponde a un “fenómeno inexplicable” según el sacerdote Hugo Valdemar, vocero de la Iglesia católica mexicana, “porque es un apóstol del que prácticamente nadie se acordaba hace unas décadas”⁵³. En 2011 la veneración por este santo entre los jóvenes se convirtió en la segunda más popular sólo después de la Virgen de Guadalupe.

El sacerdote Valdemar menciona que “la devoción a San Judas es, sin afán de banalizarla, una 'moda'. Así como San Antonio de Padua o Santo Tomás de Aquino estuvieron de moda en otras épocas, ahora es San Judas”⁵⁴.

La importancia del análisis de estos fenómenos religiosos la encontramos al preguntarnos por el momento de su desarrollo, pues la devoción por alguna imagen generalmente se encuentra ligada a situaciones personales, pero cuando ésta se convierte en una creencia tan predominante nos está comunicando la existencia de una inquietud generalizada en la sociedad.

Estos fenómenos muestran variaciones regionales. Por ejemplo, en Cuba miles de plegarias y favores que le son atribuidos a San Judas Tadeo encuentran su correspondencia con la problemática de la migración, mientras que en nuestro país se relaciona más con la situación económica.

Al respecto, Magali Tercero, cronista y estudiosa del fenómeno, menciona que este culto se asentó en nuestro país en los años 80, después de haber pasado por una devaluación económica.

⁵³ AFP, *Celebración de San Judas Tadeo, la más concurrida después de la Guadalupana*, [En línea] “La Jornada”, s/p México, 28 de octubre de 2011, URL: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2011/10/28/134636863-celebracion-de-san-judas-tadeo-la-mas-concurrida-despues-de-la-guadalupana> [Consulta: 31 de octubre de 2011]

⁵⁴ *ibid.*

Actualmente, el fenómeno se ha acentuado como consecuencia del momento político, la inestabilidad económica, el narcotráfico y la delincuencia; cuestiones que obligan a miles de personas afectadas a asirse de un santo que les inspire apoyo y a unirse a un grupo de fieles que los haga sentir que no son los únicos que atraviesan por esta situación desventajosa.

Es por esta razón, que en los últimos años se ha relacionado a este tipo de creencias con grupos o tribus urbanas marginadas, que dotan al joven de un sentido de pertenencia a través de la religión.

Al igual que San Judas, la veneración por la Santa Muerte data de tiempo atrás. Sus orígenes se ubican en las culturas indígenas, pero resurge como culto durante el período de gobierno de Carlos Salinas de Gortari: época de crisis financieras y movimientos armados, durante la cual se elaboró la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público.

Es importante mencionar que la Iglesia Santa Católica Apostólica Tradicional Mex-USA (ISCAT Méx-USA) y el culto a la Santa Muerte, eran dos creencias que evolucionaron en la misma época pero de forma separada, y que fueron fusionadas en 1994 para ser registradas ante la SEGOB, omitiendo la veneración por la imagen de la santa muerte, que sería dada a conocer hasta el año 2003.

Por su unión con la ISCAT Méx-USA, cuenta con algunos rituales similares a los de la Iglesia Católica; sin embargo, es una creencia condenada por dicha institución, al igual que otros cultos considerados paganos como el Satanismo, el Palo Mayombe y la Santería.

Entre los milagros más pedidos a esta imagen se encuentran los relacionados con la salud y el trabajo, aunque también se caracteriza por cumplir favores malignos en contra de terceros.

En sus inicios el culto por la Santa Muerte era considerado propio de criminales, no obstante, se sabe que familias enteras con vidas honestas son fieles de “la niña blanca”, como le han llamado sus seguidores.

En la última década le fue retirado el registro a esta Iglesia por no cumplir con los estatutos de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, no obstante sigue operando sin permiso.

Las creencias son expresiones de la vida cotidiana que reflejan la situación del país, pues ante el actual momento de violencia, inseguridad y descomposición social, responden a la necesidad del ser humano de creer en algo que los proteja al sentirse excluidos y al no recibir respuesta y apoyo a sus necesidades, ni de parte de sus círculos cercanos, ni de las autoridades.

Es así como la Iglesia se ha convertido no sólo en formadora de valores y tradiciones sino que también construye fenómenos culturales que envuelven a las juventudes.

- *Tiempo libre*

Al encontrarse excluido de las responsabilidades del adulto, el joven dispone de un tiempo de recreación alejado de las labores escolares, de trabajo o de convivencia familiar.

Es un espacio destinado a realizar actividades de disfrute personal, aunque puede compartirse con otras personas. En esta etapa las redes de amigos juegan un papel relevante en la integración del joven a determinados grupos y, por consiguiente, en la formación de identidades.

Por el tiempo que el joven mexicano pasa en la escuela, ésta resulta el lugar predilecto para la creación de redes de amigos, en segundo lugar se encuentra el barrio y, posteriormente, el trabajo, la familia y los clubes o asociaciones.

La Encuesta de Tiempo Libre emitida por el Instituto de la Juventud del Distrito Federal destaca que entre las actividades de mayor preferencia se encuentran escuchar música (69.7%), salir con amigos (54.2%), ir al cine (41.3%), ver la televisión (40.6%), estar con la familia (39.1%) y pasar el tiempo con la pareja (27.1).

De lo anterior se puede deducir que el hecho de que escuchar música se encuentre en primer lugar se debe a que es un pasatiempo que no requiere esfuerzo ni dinero y que permite realizar otras actividades al mismo tiempo, pero además es uno de los consumos culturales básicos que causan identificación entre grupos.

En el caso de la segunda actividad de preferencia encontramos una vez más la importancia de las redes de amigos, pero sobre todo llama la atención que la preferencia por realizar actividades como ver la televisión e ir al cine supere a la convivencia con personas de sus círculos cercanos como son la pareja y la familia.

Menos de la mitad de los jóvenes encuestados (53.4%) practican algún deporte, entre los de su preferencia se encuentran el fútbol (51.3%), basquetbol (15.7%), ciclismo (22.6%) y el baile (13.0%), siendo predominante la participación de los hombres frente a la de las mujeres.

Con un porcentaje menos significativo se encontraron actividades como ir al teatro, asistir a conciertos, ir a museos y exposiciones, escribir, leer, practicar fotografía o aprender idiomas; lo que nos hace reflexionar sobre los factores que dificultan el acceso a bienes culturales.

La falta de tiempo y la situación económica son dos de las causas principales que privan al joven de algunas actividades recreativas como viajar, navegar en Internet, asistir a cierto tipo de eventos o lugares de reunión. Pues aunque la ciudad de México ofrece una gran variedad de espacios gratuitos, la difusión de estos representa un gran obstáculo.

No menos preocupante es el desinterés hacia los temas culturales, como muestra de esto cabe mencionar que los museos más concurridos por este sector poblacional son aquellos requeridos en las escuelas como parte de la formación académica.

Con los avances tecnológicos han surgido nuevas formas de relación que hacen que las personas se sientan conectadas aún estando lejos. Estas formas de comunicación impersonal incluyen la utilización de *gadgets* o computadoras.

Se habla, entonces, de la vida del joven ligada a las pantallas, pues además de los dispositivos móviles que permiten mantener contacto con otras personas, tenemos también los que son destinados meramente al entretenimiento, como los videojuegos, la televisión o el cine.

Si bien el descanso es indispensable en la vida del ser humano, la crisis del tiempo libre surge cuando éste se encamina únicamente al sedentarismo frente a una pantalla y no a actividades de provecho como el deporte o la lectura.

Como ya se mencionó, la búsqueda de identidad está ligada a las prácticas grupales, pero éstas, a su vez, están influenciadas por sus consumos culturales. Desde la aceptación que el joven pueda tener dentro del grupo, hasta los lugares de entretenimiento que decidan visitar estarán relacionados con los productos que el joven apropie.

Hoy en día, la producción de las industrias culturales está determinada por el consumo. La preferencia por ciertos medios, contenidos, artistas o líderes de opinión está ligada a los juicios de valor que se le otorguen grupalmente y por la imagen que el consumidor busque proyectar de sí mismo.

Esto no implica un receptor pasivo, por el contrario existen grupos que chocan con lo socialmente impuesto por los medios de comunicación y otras industrias culturales. Es el caso de los *punks*, *darks* y *hippies*, por mencionar algunos.

Los consumos culturales se refieren al “proceso de apropiación activa de los bienes materiales y simbólicos disponibles socialmente; bienes que, por lo mismo, no constituyen meras mercancías, sino que representan posibilidades de inscripción y reconocimiento, tanto individual como colectivo.”⁵⁵

⁵⁵ Débora Kantor, *op. cit.*, p. 34

En el Distrito Federal aún existe desigualdad en los consumos culturales pues no todos tienen acceso a las nuevas tecnologías, así como los mismos intereses, pero, sean cuales sean sus consumos, lo que es indudable es la influencia que estos ejercen en la pertenencia del joven a determinados grupos.

Como se vio con anticipación, la música constituye una de las actividades de mayor disfrute. Es en ella donde mayoritariamente el joven encuentra un espacio de identificación con sus ídolos y adopta prácticas para igualarse a ellos.

Dada la pluralidad de géneros, han surgido un sinnúmero de las llamadas *tribus urbanas*, agrupaciones de jóvenes que se distinguen unas de otras por sus preferencias musicales, por su aspecto físico (vestimenta, accesorios e incluso modificaciones corporales) y por sus maneras de interactuar (lugares concurridos, formas de hablar, etcétera).

Las tribus urbanas son cambiantes: los jóvenes pueden ser hoy una cosa y despreciar otra, y en poco tiempo adoptar nuevas formas de pensamiento que aprueben lo que antes les parecía mal. Todo esto, debido a que sus consumos se diversifican y, conforme el individuo crece, adopta nuevos.

“No solo no son una sola cosa (como sabemos, las identidades son siempre diversas y plurales), sino que tampoco lo son de una vez y para siempre. Nadie es, sino que va siendo; y, en especial, los adolescentes y jóvenes, los pibes ensayan formas de ser”⁵⁶.

Estas formas de pertenencia varían de región en región y con el tiempo surgen nuevas y desaparecen otras. En la ciudad de México identificamos, por ejemplo, a los *punks*, *rastafaris*, *eskatos*, *skates*, *emos*, *darks*, *rockabillicies*, *reguetoneros*, por mencionar algunos.

⁵⁶ *Íbid.*, p. 50

A pesar de la ambigüedad para definir cada una de estas culturas debido a la diversidad de sus integrantes, a la constante evolución de las mismas y a la variabilidad de región en región, se han tratado de sintetizar, en el siguiente cuadro, las características distintivas de cada uno, sólo en la entidad que concierne a la investigación.

Se presentan los grupos más notables en los últimos años, tomando en cuenta a las tribus que han perpetuado por años o décadas como los *rastafaris* y *punks*, hasta las más recientes como los *regueteros* y *mirreyes*.

Algunas de éstas cada vez cuentan con menos integrantes y se espera que en algunos años desaparezcan o evolucionen, por ejemplo los *skatos* y los *emos*.

Tribus urbanas en el Distrito Federal, 2012

Nombre	Atuendo característico	Música predilecta	Ideología y costumbres
Rastafaris	Ropa étnica, jeans deslavados, telas coloridas, guaraches o tenis desgastados, dreadlocks o cabello despeinado.	Reggae y derivados. Uno de sus ídolos es el cantante Bob Marley.	Se muestran en contra de la globalización, concuerdan con las ideologías de izquierda y se proclaman a favor del consumo de marihuana y de la preservación y cuidado de la naturaleza. Podrían ser considerados como neo-hippies.
Skatos	Jeans a la cadera a veces rotos, accesorios a cuadros blanco y negro (ajedrezados), mochilas pequeñas, algunos cargan muñecos de peluche. Cabello peinado con gel.	Ska y sus mezclas con punk, reggae y rock; hip hop y rock en español.	Hacen graffiti, concuerdan con el anarquismo, están en contra del maltrato infantil por eso los hombres cargan muñecos y las mujeres se peinan como niñas, asisten a "toquines" y bailan en el llamado slam.
Skates	Jeans, tenis amplios, playeras, gorras, patinetas.	Concuerdan con el rock, el hip hop, punk y otros géneros, sin embargo esta cultura se define por su actividad más que por su música, incluso miembros de otros grupos pueden practicar el skate.	Con frecuencia se confunden con los skatos por su nombre, sin embargo el término skate significa patinar, mientras que el skato adquiere su nombre del género musical. El skate no muestra una ideología distintiva más que la práctica de éste deporte. Este grupo dedica su tiempo libre a ensayar saltos y otros trucos con su patineta.

¿Quiénes son?

Emos	Ropa ajustada en color negro a veces combinado con rosa o rojo, flecos largos que tapan un ojo o parte de la cara, maquillaje resaltando sus ojos con colores negro y rojo. En su mayoría son personas muy delgadas.	Emotionalcore, screamo, hardcore, rock punk y derivados.	Son la evolución del emo surgido en los 80, el cual era diferente al actual tanto en música como en vestimenta. Los emos se caracterizan por ser sensibles, "emocionales", con sus actitudes retraídas reflejan la tristeza de sus vidas y el luto eterno, buscan pasar desapercibidos. *A pesar de ser un movimiento reciente, después de la discriminación y ataques sufridos en 2008, el número de sus integrantes disminuyó considerablemente.
Darks o góticos	Ropa medieval en color negro o tonos oscuros, gabardinas y ropa de terciopelo, todo en negro, botas, maquillaje blanco en el rostro, piercings.	Rock gótico, death rock, shoegazing, punk rock	Como muchas tribus urbanas los darks no se caracterizan por tener una ideología política, sino por sus consumos culturales. No obstante en algunos integrantes se muestra interés por temas como la tolerancia, la diversidad la intelectualidad y la filosofía.
Rockabillys	Copetes levantados al estilo de Elvis Presley, botas, tatuajes, chamarras de cuero. El look de las mujeres está inspirado en actrices y modelos de los años 40 y 50 denominadas pin up.	Rockabilly	No presentan una ideología ni ideales definidos, se reúnen solo por diversión y su interés en el género musical.
Punks	Ropa negra, chalecos de mezclilla, botas militares, estoperoles, cadenas, tirantes, cabello peinado en forma de crestas o mohicanos llamativos, piercings y otras modificaciones corporales.	Punk y sus variantes. Su música se caracteriza por letras radicales y de protesta.	Ejercen la crítica social, buscan la provocación, muestran el apoyo a la "clase obrera", se encuentran a favor de la anarquía y del libre pensamiento.
Skinheads	Cabeza rapada, jeans, botas, cazadoras o chamarras bomber, tirantes, playeras tipo polo, las mujeres usan faldas y llevan un corte de cabello llamado chelsea, el cual consiste en rapar una rueda en la parte superior de la cabeza dejando largas las patillas, la parte de la nuca y un fleco.	Ska clásico, skinhead reggae, rocksteady, soul.	En este grupo existen tres variantes: los skinheads neo-nazis identificados con el RAC (Rock Against Communism – Rock Contra el Comunismo) que muestran una postura de derecha y fascista, por otro lado, los llamados SHARP (Skin Heads Against Racial Prejudice - Cabezas Rapadas contra los prejuicios raciales) como su nombre lo indica se oponen a los prejuicios sociales y raciales, y finalmente, los RASH Red and Anarchist Skin Head – Skinheads Rojos y Anarquistas), grupo en el que se reúnen todos los integrantes que comparten ideologías de izquierda.
Metaleros	Cabelleras largas preferentemente lacias, playeras sin mangas, jeans, chalecos de cuero y botas en colores oscuros.	Metal	En esta corriente se identifican muchas variantes que van desde el anarquismo, el satanismo y el ocultismo, hasta los metaleros que no muestran posiciones ideológicas y solo se identifican por los gustos musicales.
Rockers	Jeans entallados, cabello alborotado, gafas oscuras	Rockanroll clásico, y sus derivados, también escuchan rock de diferentes nacionalidades: americano, británico, mexicano, etc.	Desde sus inicios se caracterizaron por ser "rebeldes" (cualidad característica de los jóvenes) y por ir en contra de la cultura popular. En la actualidad es una cultura muy diversificada debido a la cantidad de géneros musicales existentes.

¿Quiénes son?

Hipsters	Ropa tipo vintage o casual, skinny jeans, sombreros, gafas de pasta,	Rock, indie, trip-hop y otros géneros alternativos.	Buscan los productos culturales más alejados de la moda, convirtiéndose a sí mismos en una moda. Es un sector compuesto por jóvenes de clase media y alta que buscan consumos alternativos, como el cine de arte, la comida orgánica, el uso de bicicletas como medio de transporte, bebidas y cigarrillos extranjeros, etc. Su formación académica con frecuencia tiene que ver con las artes, las humanidades, la literatura o la historia.
Reguetoneros	Jeans entubados con bolsas, cortes de cabello exóticos generalmente a rapa y en mujeres flecos rectos, cabello decolorado, cejas depiladas, tenis grandes, gorras y accesorios de colores.	Reguetón, cumbia, salsa, pop y otros ritmos bailables.	Se les relaciona con las clases bajas. Practican un baile conocido como "perreo" cargado de connotaciones sexuales. No tienen una ideología determinada, sin embargo algunos de ellos suelen ser fieles de algún santo o de la Virgen de Guadalupe.
Mirreyes	Ropa de marcas prestigiadas, camisas entre abiertas del pecho y jeans. Usan colores claros o neutros.	Pop en español e inglés, músicaailable y electrónica; todo lo que esté de moda en las estaciones de radio.	Estilo de vida cómodo y despreocupado, suelen frecuentar lugares de diversión como antros y bares, asisten a algún club, realizan viajes constantes, cuentan con bienes difíciles de alcanzar para otras clases sociales, tales como autos y aparatos electrónicos novedosos.
Otakus	No tienen una forma peculiar de vestir, pues miembros de otras tribus pueden pertenecer a los otakus.	Soundtracks de series de anime en las que participan bandas japonesas	Son fanáticos del anime y el manga, Asisten a convenciones y exposiciones de comics, les gustan los videojuegos y la cultura japonesa. Aunque no tienen una vestimenta que los identifique en días normales, es común que en eventos relacionados con el anime o manga practiquen el cosplay, es decir, el uso de disfraces de sus personajes favoritos.

Del cuadro anterior destaca, la inexistencia de ideologías políticas salvo en los grupos más radicales y con mayor tiempo de existencia, lo cual se debe a su historia y a movimientos sociales de otras épocas.

Por el contrario, en las culturas urbanas de reciente formación el desinterés es evidente pues no obedecen más que a una identificación por medio del vestuario y la música, principalmente.

Respecto a sus hábitos de consumo es observable la apropiación de elementos extranjeros en la mayoría de las tribus, lo cual nos habla de una no-identidad o, por lo menos, una falta de correspondencia con su entorno nacional.

La elección del grupo al que se quiere pertenecer estará definida por los juicios de valor que se tengan sobre las personas que los integran, pero a pesar del deseo de inclusión, el miembro de la tribu urbana con frecuencia rechaza ser etiquetado como integrante de la misma.

Siempre ha existido una visión excluyente de algunas tribus urbanas, en algún momento fue contra los *punks*, los *hippies*, más recientemente los *emos* y los *reguetoneros*.

Se trata de una forma de discriminación que ha generado fuertes olas de violencia en nuestro país en los últimos años y es reflejo de la intolerancia y la pérdida de valores.

El grupo de pertenencia no es el único elemento que influye en la reafirmación de la identidad, es por ello que resulta necesario hacer mención de la elección de pareja como uno de los eventos más significativos en la vida del ser humano.

Cuando hablamos de la familia se mencionó la importancia que se le da a la unión en pareja; en este sentido, esta parte de la investigación se enfocará en los intereses que buscan los jóvenes al compartir su vida con alguien más.

En primer lugar es apropiado considerar las cifras respecto al estado civil pues en ellas se muestra que “la mayoría de los jóvenes del Distrito Federal son personas solteras (65.5 por ciento), una quinta parte son casados, el 11.4 viven en unión libre y sólo 2.2 por ciento vive separado, divorciado o es viudo”⁵⁷, pero a pesar de que más de la mitad se encuentran fuera de un compromiso sentimental, la necesidad de formar este vínculo es latente en esta etapa.

⁵⁷ s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*, op. cit., p. 10

Respecto a lo que buscan en una pareja, la Perspectiva de la Juventud en México indica que en primera instancia el joven espera encontrar valores como la sinceridad, seguidos por el amor, la amistad y el respeto. En menor proporción le otorgan importancia a la inteligencia de la pareja y sólo una mínima parte se inclina por la estabilidad.

Como fenómeno natural, hombres y mujeres suelen sentirse atraídos por motivos diferentes: los hombres, en particular, aceptan que lo primero en lo que se fijan es en el aspecto físico, mientras que las mujeres buscan un hombre que sea trabajador, “lo cual significa que las mujeres prefieren la seguridad ante la belleza, idea que los hombres no comparten”⁵⁸.

Una vez que se ha logrado la conformación de una pareja, la Encuesta de Salud Sexual y Reproductiva (INJUVE DF) señala que la juventud de la ciudad de México otorga valor a los siguientes aspectos para el éxito de la relación, los cuales son enlistados de acuerdo con la importancia que les asignaron los encuestados:

1. Comprensión y afecto
2. Compañía
3. Fidelidad
4. Diversión
5. Que comparta las mismas ideas
6. Entendimiento sexual
7. Formar una familia
8. Apoyo económico

⁵⁸ s/a, *Perspectiva de la juventud en México, op. cit.*, p. 33

Cuando termina la etapa del enamoramiento y la convivencia se vuelve más estrecha, las expectativas que se tienen en el inicio del noviazgo muchas veces no corresponden a los comportamientos reales de alguno o de ambos miembros de la pareja; de ser así, pueden surgir diferencias irreconciliables que desemboquen en el término natural de la relación.

En el documento mencionado antes se especifican las principales causas de ruptura, ubicando la infidelidad en el primer lugar, seguido por situaciones de violencia, falta de entendimiento, distanciamiento, adicciones, poco entendimiento sexual y, finalmente, bajo ingreso económico y problemas de salud.

Lo anterior indica que la falta de respeto así como la violencia son considerados factores determinantes para el término de una relación. Tanto en el noviazgo como en el matrimonio las cifras registradas de violencia tienden a afectar más al sector femenino.

Se puede hablar de cuatro tipos de violencia en la pareja: emocional, sexual, física y económica. En el D.F. los que registran mayor incidencia son la violencia emocional que se manifiesta con burlas, amenazas, limitaciones y menosprecios; mientras que la sexual es la segunda más frecuente, considerando que envuelve desde piropos ofensivos hasta abusos sobre el cuerpo de una persona.

La violencia física es la tercera más común. Ésta incluye golpes con el cuerpo, con objetos y agresiones con armas, y la ha padecido, por lo menos, el 16.9%⁵⁹ de las mujeres jóvenes y sólo el 15.7% ha sufrido de violencia económica.

⁵⁹ s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal*, op. cit., p. 15

Estos comportamientos ponen en peligro la salud de las personas, pero son igual de preocupantes los casos que terminan en cárcel debido al ejercicio de la defensa propia o, peor aún, en la muerte de alguno de los miembros.

1.2.2 Esfera social

- *Salud*

Otras situaciones de riesgo a las que se encuentra expuesta la juventud actual son las que tienen que ver con la salud.

Si bien es extraño que en este rango de edad se presenten enfermedades degenerativas, el adolescente se encuentra en condiciones propensas para adquirir otro tipo de padecimientos como los de transmisión sexual, trastornos alimenticios, consumo de sustancias nocivas y los relacionados con la reproducción.

Con respecto a la vida sexual, el 60.1% de los jóvenes encuestados por el Instituto de la Juventud del Distrito Federal respondió que ya había tenido relaciones sexuales, ante el 37.1% que indicó no haberlo hecho.

Del sector que contestó afirmativamente se encontró que la mayoría inició su vida sexual entre los 16 y los 20 años (52.1%), mientras que el 41.7% lo hizo entre los 12 y 15 años y sólo un pequeño porcentaje inició después de los 20 años.

Las cifras son evidencia de que las edades de iniciación cada vez disminuyen más, demostrando así, la falta de orientación sexual pues, aunque casi la totalidad de los encuestados afirmaron conocer algún método anticonceptivo, sólo la mitad asegura usarlos; además de que un gran porcentaje indicó no haber acudido nunca a un ginecólogo o a un urólogo.

La preferencia sexual del individuo es un aspecto que también va ligado a la identidad y se expresa en la convivencia social. La diversidad sexual implica todos aquellos discursos que hablen sobre orientaciones como la homosexualidad, heterosexualidad, bisexualidad, transgénero, travesti, y sobre todo aquel que exprese su sexualidad en formas no convencionales.

Las prácticas que antes eran exclusivas del ámbito privado, en la actualidad encuentran formas más abiertas de expresión como resultado de los cambios socio culturales; no obstante, para las parejas homosexuales la aceptación social sigue representando un reto.

Respecto a la visión que se tiene de este sector:

“...los y las jóvenes manifestaron en un 47.4% que las relaciones de pareja entre personas del mismo sexo tienen los mismos derechos que el resto de las personas, el 40.3% mencionó que las respeta, el 17.6% manifestó indiferencia; mientras que el 7.8% y el 5.8% mencionó que les incomoda que se manifiesten cariño en público y que no las considera aceptables.”^{60*}

⁶⁰ s/a, *Encuesta de Salud Sexual y Reproductiva*, [En línea], p.14, México, Instituto de la Juventud del Distrito Federal, 2007, URL: <http://www.jovenes.df.gob.mx/biblioDocs/02informacion/encuestaSaludSexualmayo.pdf> [Consulta: 7 de noviembre de 2011]

*Pregunta de opción múltiple por lo que el total no equivale al 100%

Queda demostrado que la percepción de los jóvenes está cambiando, pues una parte representativa reconoce a este sector con las mismas cualidades que cualquier persona o, por lo menos, practican la tolerancia. Aún así no podemos pasar por alto a los jóvenes –aunque en menor proporción– que no aprueban otros tipos de expresiones sexuales.

Cada persona debería ser libre de expresar su diversidad en tanto que no afecte a terceros, es por eso que no todas las formas de expresión sexual están permitidas en nuestra sociedad, ya sea por considerarse patológicas o violentas.

La normatividad de la sexualidad es una constante en los debates públicos, los cuales suelen considerar como delitos sexuales a las conductas que se ejerzan sobre el cuerpo de otra persona; sin embargo, también se han considerado otras prácticas que no necesariamente incluyan cópula. En este caso las legislaciones resultan ser poco específicas al referirse con términos vagos tales como “actos eróticos” o “actos lascivos”.

La preocupación principal en cuanto a la normatividad sexual consiste en propiciar una mayor equidad de género y la libertad de las personas de decidir sobre su propio cuerpo; una discusión permanente sobre todo cuando se habla de dos temas en específico: la aprobación de los matrimonios gay y el aborto.

Es indudable la evolución en el primero de los casos mencionados, pues desde 2007 se creó la Ley de Sociedades de Convivencia la cual ya validaba algunos derechos de las parejas que viven en una sociedad conyugal sin necesidad de estar casados.

Pero no fue hasta 2010 cuando la Suprema Corte aprobó los cambios al artículo 146 del código civil para el Distrito Federal, en el que se especificaba que el matrimonio consistía en la unión entre hombre y mujer. Desde entonces, pueden reconocerse los matrimonios de personas del mismo sexo con todos los derechos que éste implica.

Los debates derivados de esta legislación que aún están por tratarse van en el sentido de la adopción de menores, seguridad social y el reconocimiento a lo largo de la república.

En el caso del aborto, tema que concierne a la salud reproductiva, la cuestión se torna difícil al tratarse de una decisión que involucra la procreación de otra persona que no tiene poder de decisión.

En 2008 la Suprema Corte dictaminó como constitucional la despenalización del aborto inducido en la ciudad de México, siempre y cuando el feto se encuentre dentro de las primeras 12 semanas de gestación.

Las opiniones son contradictorias: por un lado se encuentran asociaciones religiosas y pro-vida que pugnan por el derecho a la vida del producto y, por otro, las asociaciones a favor de los derechos de la mujer sostienen que es una decisión personal y que no consiste en asesinato.

En los últimos meses se llevó a cabo un nuevo debate en los estados de Baja California Sur y San Luis Potosí, debido a que en dichas entidades las autoridades pugnan por la penalización del aborto, considerando a todo ser vivo a partir de la concepción (fecundación).

Lo anterior va contra las leyes establecidas en la Carta Magna, las cuales no contemplan los mismos términos para defender la vida del no nacido pero, al considerarse un asunto propio de cada entidad federal, su aprobación ha sido determinada y aplicada, de igual forma, en 18 estados de la república.

Esta determinación trae como consecuencia un retroceso en torno a la seguridad de la salud, pues a pesar de que el aborto haya quedado penalizado, éste seguirá existiendo en la clandestinidad y con prácticas inadecuadas que pueden terminar no sólo con la vida del feto, sino con la de la madre.

Las cifras del Distrito Federal son un buen motivo para que esta ley continúe vigente al menos en esta entidad, pues en la encuesta de la Salud Sexual y Reproductiva se observa que el 10.3% de las mujeres mencionó haber estado embarazada alguna vez y de este subtotal el 25.5% decidió interrumpir el embarazo por falta de planeación, problemas económicos y poco apoyo de la pareja y, sólo en pocas mujeres, por indicación médica.

De lo anterior podemos concluir que el embarazo en edades tempranas o en una mujer que sufre de condiciones desventajosas representa “una carga adicional que limita su desarrollo personal, como es el caso de las jóvenes estudiantes que en tal condición abandonan la escuela”⁶¹.

Es por esto que a partir de su despenalización, más de 39 mil 177 mujeres, muchas de ellas provenientes de otros estados de la república, han recurrido a la práctica del aborto.

⁶¹ s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*, op. cit., p. 52

Armando Ahued, Secretario de Salud del gobierno de la ciudad de México señaló que el método de interrupción del embarazo se realiza en su mayoría por medio de medicamentos y únicamente se practica el legrado en el 17% de las mujeres.

Ya sea que se esté a favor o en contra del aborto, ambas fracciones encuentran un punto de conciliación al reclamar la inminente necesidad de educar e informar a los jóvenes sobre los métodos de prevención del embarazo, tarea difícil para los gobiernos sin la cual no se logrará el decremento en la tasa anual de abortos, sean clandestinos o despenalizados.

Las enfermedades en esta edad no parecen ser un factor sustancial de mortalidad. Pero es cierto que algunos de los padecimientos que son adquiridos en esta edad con frecuencia se manifiestan hasta años posteriores.

Tal es el caso de algunas enfermedades de transmisión sexual como el papiloma o el VIH, o de otras causadas por adicciones o por una mala alimentación.

Las enfermedades de transmisión sexual, por la facilidad y la frecuencia con la que se presentan, han llegado a catalogarse como un problema endémico, registrándose año con año una mayor incidencia y siendo los principales factores de otros padecimientos de la salud reproductiva.

Las enfermedades clásicas como las sífilis, la herpes genital y la gonorrea se presentan en menor medida. El riesgo más significativo lo corren las personas infectadas de los llamados virus de nueva generación, entre los que destacan el VIH y el papiloma humano, los cuales pueden ser tratables durante mucho tiempo, pero no curables.

Por el contrario, sí son generadores de enfermedades a largo plazo como el cáncer y problemas de infertilidad en el caso del papiloma, así como padecimientos por baja de defensas en el caso del VIH.

Los desórdenes alimenticios no son menos importantes, pues nuestro país se ha colocado en el segundo lugar a nivel mundial con las mayores cifras de obesidad. Este trastorno también es uno de los más costosos, ya que a la larga se convierte en uno de los factores principales para desarrollar diabetes y enfermedades cardíacas.

En el otro extremo, la bulimia y la anorexia desde hace varios años son consideradas enfermedades propias de la juventud, aunque recientemente se han llegado a presentar desde la infancia. Dichos desórdenes son generadores de desnutrición, daños en los órganos internos y la muerte.

La importancia de la medicina preventiva radica en su labor orientadora sobre el cuidado de la salud. Aunque los jóvenes se encuentran en la edad ideal para prevenir enfermedades, una parte de este grupo no cuenta con derechohabiencia a los servicios médicos.

Los pertenecientes al sector escolar cuentan con servicios médicos hasta el término de sus estudios; sin embargo, los más desprotegidos son los mayores de 18 años que se encuentran excluidos de este sector, ya que es a esta edad cuando les es retirado el servicio que se le ofrece a los hijos de los trabajadores del Estado.

Como ya hemos visto, los cuidados preventivos no terminan en el ámbito de la sexualidad, sino que son adecuados, también, en situaciones de adicciones y problemas alimenticios, enfermedades a largo plazo como la diabetes, y las que conciernen a la salud mental del joven.

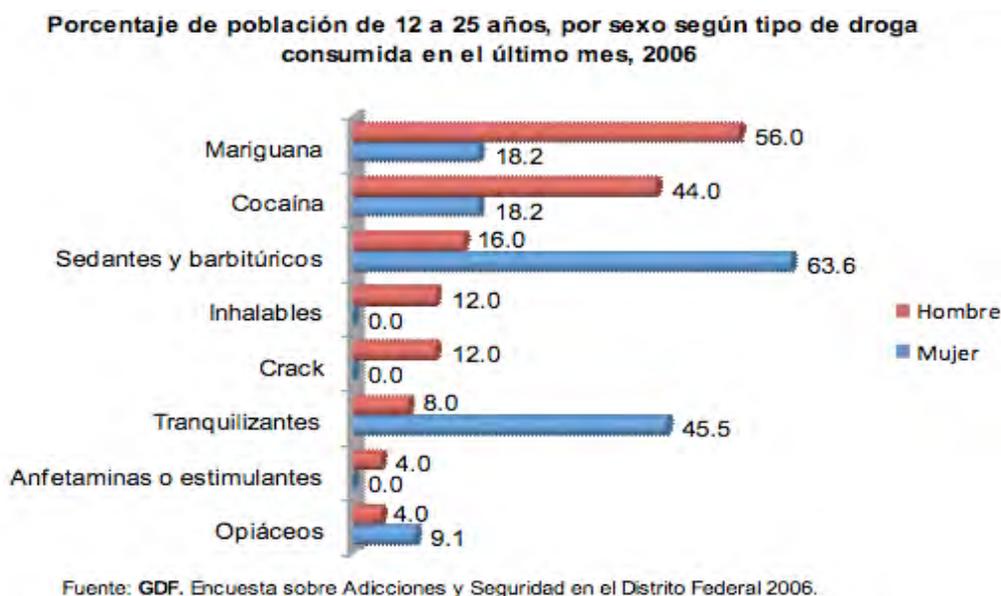
El tema de las adicciones, aunque muy conocido por la población mexicana y frecuentemente mencionado en los medios de comunicación y campañas publicitarias, sigue estando en las prioridades de la salud pública debido a las consecuencias que acarrea el uso de sustancias nocivas, que ya no comprenden nada más a la salud, sino otras cargas sociales.

El consumidor de sustancias nocivas –y por sustancias nocivas nos referimos a todas las drogas sin importar que estén legalizadas o no– buscar resolver de esta manera sus problemas de socialización, cuando en realidad los vuelve más grandes.

La sociedad mexicana acepta el consumo moderado de alcohol y cigarros, pero la línea entre este consumo y la adicción parece ser muy delgada, incluso puede considerarse como adictas a personas, que ni siquiera están conscientes de ello, por el hecho de ingerir estas sustancias al menos una vez por semana.

La edad promedio en que los adolescentes prueban por primera vez el alcohol y los cigarros se ubica entre los 15 y 17 años. Por escolaridad, afecta al nivel medio superior y constituye uno de los factores del bajo rendimiento y deserción escolar.

La siguiente gráfica muestra que la marihuana es la droga ilegal más utilizada por este grupo poblacional, aunque un dato más reciente obtenido de la Encuesta Nacional de Adicciones (2011), confirma que los inhalantes se encuentran por delante de ésta al ser baratos y de fácil acceso.



En general los hombres aparecen como mayores consumidores de drogas muy por encima de las mujeres; no obstante, la gráfica muestra un disparo exagerado en la cantidad de mujeres que toman sedantes, barbitúricos y tranquilizantes.

Es conveniente reflexionar sobre las causas que provocan el consumo de este tipo de drogas en las mujeres. La dependencia a estas sustancias podría estar relacionada con problemas de índole personal como el maltrato o abuso; otro factor que las hace más vulnerables es el hormonal, pues las vuelve propensas a problemas psicológicos como la ansiedad y la depresión.

Es bien sabido que el uso excesivo de drogas puede llevar a la muerte, no obstante, la mortalidad del joven está directamente relacionada con otros problemas: en los hombres la primera causa son las agresiones y en las mujeres las defunciones durante el parto representan una cifra igualmente preocupante.

Muchas de las problemáticas que se mencionaron en este tema son ya bien conocidas en la entidad que nos incumbe, pero aún así continúan presentándose en personas que cuentan con la información necesaria.

Es correcto afirmar que se trata de asuntos personales, pero es innegable que las malas decisiones tienen repercusiones a nivel personal, además de ocasionar un costo para las instituciones de salud y para la composición social.

- *Participación ciudadana y acceso a la justicia*

Hemos mencionado ya los principales problemas a los que se enfrenta la juventud de la ciudad de México; ante este panorama no está demás preguntarnos ¿qué están haciendo los jóvenes para resolverlos?

Resulta útil definir el concepto de participación ciudadana, el cual, en términos generales, se refiere a “un instrumento de construcción de la ciudadanía para la recuperación de un consenso integral y estratégico sobre las necesidades, demandas y propuestas que la sociedad plantea en un proyecto de desarrollo democrático y sostenible.”⁶²

⁶² s/a, *Programa de mediano plazo 2008 – 2012*, [En línea], p. 8, México, IMJUVE, s/fecha, URL: http://www.imjuventud.gob.mx/contenidos/programas/PMP_IMJ_2008-2012.pdf [Consulta: 9 de noviembre de 2011]

Los jóvenes muestran preocupaciones que en décadas pasadas eran impensables, por ejemplo, observamos su participación activa en marchas que claman por la legalización de la marihuana, a favor del aborto, de la diversidad sexual y de la seguridad nacional.

Otras inquietudes siguen vigentes, sólo ha cambiado la forma de expresarlas. Aquellos que organizaban revueltas para pedir que se extendiera la matrícula en las universidades y, en general, apoyos a la educación lo siguen haciendo, pero ahora de manera pacífica.

Los nuevos espacios de comunicación permiten al joven ser escuchado desde la comodidad de su casa, los medios electrónicos, en especial el uso de redes sociales y foros de expresión en Internet, facilitan la denuncia y permiten que miles de personas ejerzan su derecho a opinar sin censura alguna.

Sin embargo, la participación ciudadana es un tema que deja mucho que desear, pues sólo determinados grupos se muestran interesados en pronunciar sus inconformidades y demandas. Las movilizaciones se dan principalmente en escalas pequeñas y con menores pretensiones de cambio.

Contraria a la energía que supuestamente debería inundarlos, nos encontramos frente a grupos de jóvenes faltos de voluntad, individualistas, decepcionados de sus gobernantes y desinteresados por el acontecer nacional.

No es casualidad que en años recientes la Comisión Europea, la Organización Iberoamericana de Juventud, el IMJUVE en nuestro país y otros organismos, estén creando programas para fomentar la participación de los jóvenes en los sistemas democráticos y en la vida ciudadana; es una tendencia a nivel internacional, aunque presentada sobre todo en países que no han desarrollado una cultura cívica.

En el ámbito de la política es donde encontramos uno de los índices más bajos de participación. La negación a votar, por ejemplo, demuestra el descrédito hacia los gobiernos y las instituciones.

“En el campo de los derechos, los jóvenes tienen razón al sentirse ciudadanos de segunda clase, y esto por las siguientes razones. En primer lugar, se ven discriminados en el acceso al empleo, dado que están más educados que la generación anterior y manejan mejor las nuevas destrezas de la sociedad de la información[...]. En segundo lugar, no ven sus demandas y anhelos representados en el debate político[...]. Y en tercer lugar, se sienten discriminados en el espacio público, pues perciben que distintas figuras de autoridad (maestros, policías, jueces, políticos y expertos) los ven como potencialmente violentos y disruptivos.”⁶³

Por otra parte, en México, llama la atención que ni siquiera en cuestión de denuncia de delitos exista interés. Basta con decir que en el año 2005 los jóvenes que no presentaron denuncias por haber sido víctimas de algún delito (89%, casos de robo) lo hicieron porque creen que no sirve de nada o porque es una pérdida de tiempo.

Berthier habla de que nos enfrentamos a un paradigma distinto al tradicional en el sentido de que “mientras en el pasado las identidades colectivas se construían en torno a códigos socio-económicos e ideológico-políticos, ahora se construyen en torno a espacios de acción relacionados con la vida cotidiana (derechos de la mujer, defensa del ambiente, etc.)”⁶⁴

⁶³ s/a. *La Juventud en Iberoamérica. Tendencias y Urgencias*, op. cit., p. 268

⁶⁴ Héctor Castillo Berthier. *Los jóvenes populares: ¿Cuál futuro?*, op. cit., p. 12

Es por eso que muchos jóvenes demuestran una presencia inconstante en las movilizaciones, ya que sólo actúan en tanto expresan las inconformidades relacionadas con sus intereses personales y no comunes.

El objetivo de los institutos dedicados a la juventud y de los gobiernos, en cuanto a este tema, debería buscar que las juventudes se sientan parte de una sociedad y que interactúen con la misma; para esto, es necesario proporcionarles la información adecuada para tomar decisiones y crear políticas incluyentes.

Pero además, esta toma de conciencia debe llevarse a cabo desde las instituciones primarias –familia y escuela–, al inculcar alicientes y responsabilidades relacionadas con la vida pública para que sea aprendida la importancia de la participación.

02

¿Qué están consumiendo?

*2.1 Correlación audiencia–televisión,
2.3 El receptor joven en la ciudad de
México, 2.4 La integración de la
virtualidad*

En el tema anterior se habló sobre los intereses culturales y su influencia en la formación de identidades adolescentes. En éste se pretende resaltar la importancia de uno sólo de estos consumos esencial en la formación del joven en las ciudades: la televisión.

Cabe aclarar que en este apartado únicamente se tomará en cuenta la correspondencia de este medio con su audiencia, ya que en el siguiente capítulo se ahondará más en el tema de los modelos televisivos, los contenidos y la oferta actual de programas.

En este punto se busca entender a la televisión como agente socializador, pues como Raymundo Mier (México) y Mabel Piccini (Argentina) mencionan en su libro “Desierto de espejos”:

“Las características de acumulación de actos y objetos en la vida urbana, y los nuevos patrones de relación fueron convirtiéndola en el punto imaginario de convergencia de todos los otros ámbitos de la cultura.”⁶⁵

Al igual que otras tecnologías, la imagen televisiva ha ocupado un lugar esencial en la vida de las personas, al grado de llegar a sustituir hábitos como la recreación al aire libre, las reuniones familiares o la lectura; “son horas que la televisión ha sustraído a las fiestas, a las convergencias, a los encuentros”⁶⁶, incluso las pláticas se desarrollan en torno a temas transmitidos en ella.

⁶⁵ Raymundo Mier, *Desierto de espejos*, México, UAM Xochimilco, Plaza y Valdés, Colección Folios Universitarios, 1987, p. 11.

⁶⁶ *Ibid*, pp. 9 - 10.

Es por eso que en este capítulo se busca conocer cómo es que los jóvenes apropian los contenidos a sus estilos de vida y la manera en que socializan a través de ellos.

Es imposible definir a la audiencia de una sola manera, pues nos enfrentamos a un concepto cambiante y adaptable a las nuevas formas de interacción con los medios de comunicación de masas.

Si bien, diversos estudiosos de las audiencias como Michael Schudson (Estados Unidos) y David Morley (Inglaterra) —ambos doctores en Sociología—, sostienen que el receptor no absorbe la cultura como si fueran esponjas, esto no quiere decir que la audiencia siempre sea crítica o reaccione de forma activa.

Su actuación dependerá del contexto en el que se desenvuelva, así como de la individualidad que le permita o no apropiarse de ciertos contenidos y estructuras narrativas.

El debate histórico sobre los estudios de audiencias comienza con los integrantes de la escuela de Frankfurt quienes retomando la teoría de la aguja hipodérmica consideraban que la cultura de masas penetraba de la misma forma en la mentalidad de los espectadores.

Sin embargo, fue hasta la década de los 60 y 70 cuando James Halloran le da un giro a la investigación de audiencias, al pensar en “una interacción o un intercambio entre el medio y la audiencia”⁶⁷ y explica que no se trataba nada más de pensar en lo que los medios hacen a la gente, sino en lo que ésta hace con los medios.

⁶⁷ David Morley, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Argentina, Amorrortu Editores, 1996, p. 81.

Se entiende, entonces, que la concepción de la audiencia pasiva ha quedado relegada al pasado. Las teorías sobre audiencias de hoy en día, según Evans (citado por Morley), van encaminadas sobre dos ejes fundamentales, el primero se basa en la audiencia activa en todo momento, mientras que el segundo enfatiza en que el contenido de los medios es abierto a diversas interpretaciones.

El objetivo de este trabajo toma como guía las dos premisas anteriores, puesto que considera al receptor joven como activo y capaz de interpretar los contenidos televisivos y, por otro lado, pretende brindar un conjunto de características generales que encajan con la mayoría de los individuos que integran este grupo pero sin pensarlo, en ningún momento, como una masa alienada.

2.1 Correlación audiencia–televisión

La televisión constituye un referente social en el que se ven reflejadas las aspiraciones y los deseos de su audiencia. Ésta, al igual que otras formas de cultura popular, en palabras de la doctora en Comunicación, Roxana Morduchowicz (Argentina), permite a los individuos “entender quiénes son, cómo se les define socialmente y cómo es y funciona la sociedad en la que viven”⁶⁸.

Es por esto que la afición a la televisión se da cuando el espectador siente que se habla de él, se identifica y basa sus relaciones en ella, se encuentra a sí mismo en un espacio que le pertenece.

⁶⁸ Roxana Morduchowicz (Coord.), *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires, Gedisa, 2008, p. 47

Guillermo Orozco, especialista en medios de comunicación, explica el proceso por medio del cual el espectador se enrola frente al televisor.

Es una secuencia que puede presentarse en diferente orden y ritmo, pero que generalmente comienza al momento en que la TV capta nuestra atención, seguido por la comprensión, selección y valoración de lo percibido, para concluir con el almacenamiento, integración (con información anterior), apropiación y producción de sentido.

Si consideramos que la audiencia no sólo pertenece a esta categorización sino que al mismo tiempo forma parte de otros universos, podemos observar que su interacción con la televisión no termina al momento de apagar el aparato receptor ya que continúa presente en los procesos de socialización.

Retomando el concepto de “mediaciones” que Guillermo Orozco ofrece en su libro “Televisión y audiencias”, podemos considerar distintos factores que influyen en dicha interacción.

En primer lugar, Orozco destaca la existencia de mediaciones de referencia, como el género, la etnia, la edad y el origen; cualidades básicas que además ayudan a definir la conformación de las audiencias.

En cuanto al género es claro que existen diferencias entre lo que prefieren hombres y mujeres, pero no podemos olvidar que éstas son cambiantes y no siempre obedecen a los gustos que se considerarían específicos de alguno de los sexos.

Por citar un caso, tenemos las transmisiones de partidos de fútbol, que muchas veces se consideran un gusto exclusivo de la audiencia masculina, y las cuales en la actualidad cuentan con una audiencia femenina en crecimiento debido a la inclusión de las mujeres como comentaristas de fútbol, a su apertura y participación en la práctica del deporte o, simplemente, a un gusto personal.

La edad, por el contrario, parece ser una mediación más determinante al momento del *zapping*, pues en este caso se liga directamente con los intereses particulares correspondientes a cada etapa del crecimiento.

La diferencia es notoria sobre todo en la niñez, pues los procesos de significación distan mucho de los de la persona madura, ya que mientras para el niño es incluso difícil distinguir entre la realidad y la ficción, el adolescente o adulto las reinterpreta y las apropia a su modo de vida.

La región o el grupo al que pertenece el receptor convierte a la televisión en un referente de las prácticas, charlas y actividades que se lleven a cabo dentro del mismo.

Asimismo, este grupo tiene la función de aprobar o rechazar lo que se ve en la televisión como parte de la formación de identidades, tal y como se mencionó cuando se habló de las culturas urbanas.

Finalmente, el origen en el aspecto geográfico está determinado por el lugar de residencia y los consumos que se generen alrededor de él. Son mediaciones que limitan o hace más factible el uso del televisor al estar ligadas a la situación económica y la educación recibida en su entorno.

Estas prácticas y procesos de mediación no son suficientes para definir las preferencias de la audiencia, pues existen factores externos que tienen que ver más con las instituciones en las que se desenvuelven.

Los gustos personales son también mediaciones que afectan en la manera de consumir la programación; sin embargo, estos gustos muy frecuentemente se encuentran respaldados o influenciados por los colectivos.

Son, por tanto, los sujetos que conforman la familia, la escuela, el trabajo y los grupos de amigos, las piezas determinantes en la manera de percibir y darle nuevos significados a la oferta televisiva.

La influencia de la escuela o el trabajo depende, por ejemplo, del tiempo libre que estas instituciones le otorguen al individuo; a la vez que la utilización del mismo es una elección de carácter personal, por lo que el joven puede decidir entre aprovecharlo viendo televisión o realizando cualquier otra actividad.

En los grupos de convivencia, la televisión aporta en gran medida estándares para la formación de identidades, algunos aceptados por las mayorías y otros rechazados, pero incluso el hecho de mostrar una posición contraria frente a lo que se ofrece, constituye un factor para la creación del criterio personal y colectivo.

Un tipo de mediaciones que se concentra principalmente en los niños, pero también en un número de adolescentes, es la intervención de la familia, especialmente de la figura materna.

Continuando con Orozco, la primera variable corresponde a madres de los estratos sociales más bajos, quienes presentan un carácter autoritario que busca orientar a sus hijos y regula la forma en que estos ven la televisión, lo que “refuerza el ‘ámbito de significación familiar’ que junto con la institución escolar [...] resultan ser en términos pragmáticos, más prestigiados que la TV”⁶⁹.

El segundo tipo de esta audiencia mediadora, está integrado por madres de estratos económicos elevados, quienes muestran un carácter moderno y participativo que busca ofrecerle mayores recursos culturales a sus hijos por medio de la televisión.

La familia en conjunto desempeña, de la misma manera, una mediación importante, desde los momentos que se comparten al ver la televisión, hasta las decisiones de comprar nuevos aparatos receptores y la manera de ubicarlos en el hogar.

La intención de describir estas prácticas consiste en conocer a la audiencia joven en su interacción con distintos actores sociales. A continuación se tratan sus características principales pero ahora en el ámbito individual, concentrando la atención en las preferencias personales.

2.2 El receptor joven en la ciudad de México

La interacción excesiva entre el individuo y las pantallas es una situación que hoy en día se presenta con mayor auge en los jóvenes, quienes atraviesan por una época de constantes innovaciones en cuanto a dispositivos de comunicación y por alguna u otra razón se han visto en la posibilidad de hacer uso de ellos.

⁶⁹ Guillermo Orozco, *Recepción televisiva*, México, Proiicom, UIA, Cuadernos de comunicación y Prácticas Sociales No. 2, 1991, p. 52

Ya sea por necesidad o por entretenimiento, las cifras hasta el año 2008 muestran que “en México, el PC, el teléfono celular, la agenda electrónica y los videojuegos están incorporados en los hábitos del 50 al 80 por ciento de los jóvenes”⁷⁰

La Encuesta Nacional sobre Uso del Tiempo, llevada a cabo por el INEGI y el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres) en 2009, reveló que los jóvenes entre los 16 y 20 años, ven la televisión en promedio 15 horas semanales. Son el sector poblacional que destina más horas al uso de los medios de comunicación especialmente a ver televisión, escuchar la radio y navegar en Internet.

El Sociólogo chileno, Raúl Zarzuri Cortés, explica que para el joven encender la televisión no significa que quiera ver algo, es una actividad considerada como un ritual adquirido desde la infancia, pues se ha crecido tan cerca de ella que su uso se halla automatizado.

Aunado a lo anterior, la reciente ola de dispositivos portátiles como las tabletas o los teléfonos celulares inteligentes (smartphones), en los cuales se concentran un sinnúmero de aplicaciones ayudados del uso de Internet, ha influido en la utilización del tiempo en la juventud mexicana.

Estos productos, que por su elevado costo se considerarían propios de las clases medias o altas, han invadido ya a todos los sectores y, a pesar de que es cierta la desproporción existente, aun las personas de menores recursos están familiarizados con su uso aunque no cuenten con un equipo de uso personal.

⁷⁰ Roxana Morduchowicz, *op. cit.*, p. 49

Dichos instrumentos de comunicación y entretenimiento son deseados por millones de personas debido a la movilidad y practicidad que ofrecen, pero también son considerados elementos de estatus por el gasto que implica, tanto la compra, como la descarga de datos.

Lo anterior ha dado lugar a nuevas formas de negociación entre padres e hijos que aún dependen del ingreso familiar, ya que para obtener uno de estos productos estarán dispuestos a intercambiar tareas, permisos, ingresos extras y todo tipo de labores que impliquen un esfuerzo.

Los más favorecidos económicamente pueden hacer uso de estos dispositivos con más frecuencia y desde sus hogares, por lo que sus consumos culturales suelen ser mayores en estos medios que los de las clases bajas quienes tienen mayor acceso a las tecnologías ya “tradicionales” como la radio y la televisión.

En el primer caso, Roxana Morduchowicz habla de una nueva frontera: “la puerta de la habitación, que separa el espacio colectivo del individual dentro del hogar”⁷¹. Esta frontera se ha implantado desde que es cada vez más fácil el equipamiento de las habitaciones con equipo tecnológico (televisiones, reproductores de video y de audio, computadoras, consolas de videojuegos, etc.) que reducen el universo de interacción cultural de los jóvenes.

Por su parte, la televisión, que en sus inicios era considerada un medio de socialización familiar, se convirtió con el tiempo en un objeto individualizador, pues ahora cada integrante puede ver el programa de su elección sin la necesidad de compartir opiniones con el resto de la familia.

⁷¹ *Ibid*, p. 51

Dadas las condiciones de vida en la ciudad, esta individualización supone ventajas para el mejor aprovechamiento del tiempo, ya que permite realizar varias actividades a la vez.

La tendencia europea apunta a un decremento en las audiencias televisivas a causa de la proliferación del Internet. Según datos de la Asociación Europea de Publicidad Interactiva en España el “82 por ciento de los jóvenes de 16 a 24 años usa Internet entre 5 y 7 días a la semana, mientras que sólo el 77% ve la televisión regularmente.”⁷² En este estudio realizado en 2007 se registró la caída de esta cifra en un 5%, en tanto que el uso de Internet creció un 10%.

El Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE), dedicado a la medición de audiencias, indica que en México la audiencia para la televisión se incrementó 37% del año 2000 a 2010.

Señalan, también, que en 1998 los adolescentes veían televisión por 4 horas con 5 minutos, mientras que en 2010 lo hicieron 16 minutos más.

Estas cifras nos indican que a diferencia del caso europeo, en nuestro país las fuentes de información y entretenimiento son aún limitadas, es el caso de los servicios de Internet y de televisión de paga, los cuales por razones económicas no son accesibles para toda la población.

Pero no debemos olvidar otro tipo de alternativas como las actividades al aire libre o los eventos culturales y recreativos, pues tampoco forman parte del estilo de vida del mexicano, ya sea por su escasa difusión o simplemente por falta de tiempo e interés.

⁷² Oscar G., *Los jóvenes usan más Internet que el TV*, [En línea] “PC World digital”, s/p, s/lugar, 19 de noviembre de 2007, URL: <http://blog.idg.es/pcworld/content/jovenes-usan-mas-internet-que-tv> [Consulta: 22 de noviembre de 2011]

Otra cifra importante, es proporcionada por el Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina (SITEAL) en el Informe 2008, al señalar que en México la televisión es el medio de mayor presencia en los hogares de todos los estratos socioeconómicos, tanto en zonas urbanas como rurales, a diferencia de países como Honduras, Guatemala, Colombia y el Salvador en los que se muestra un rezago importante en los sectores bajos.

Porcentaje de hogares con televisión donde vive al menos un adolescente, circa 2006.

	NIVEL SOCIOECONÓMICO DEL HOGAR			ÁREA GEOGRÁFICA		TOTAL
	BAJO	MEDIO	ALTO	URBANA	RURAL	
BRASIL	86,3	96,3	99,1	96,9	77,2	93,4
COLOMBIA	56,4	89,6	96,7	93,5	48,2	75,6
EL SALVADOR	67,7	84,0	96,3	94,4	67,8	83,5
GUATEMALA	42,7	67,6	92,3	84,7	51,0	67,1
HONDURAS	39,2	67,7	94,0	90,0	42,6	64,3
MÉXICO	89,8	97,5	98,9	97,3	90,7	95,6
URUGUAY	81,5	92,6	97,8	93,4	74,6	92,3

Fuente: SITEAL con base en Encuestas de Hogares

Además de acuerdo con los datos de las encuestas de hogares realizadas para dicho informe se deja ver que “la televisión abierta es el sistema que se encuentra presente con mayor frecuencia en los hogares con adolescentes”⁷³, logrando alcanzar el 95.6% de la cobertura total del país.

Las cifras anteriores indican que a pesar de la poderosa inserción del Internet como una herramienta de entretenimiento y de gran auge entre la población juvenil, la televisión abierta por su fácil acceso sigue estando presente en los hogares mexicanos.

⁷³ Claudia Morales, *Televisión e Internet con fines educativos*. [En línea] Aula virtual, s/p, s/lugar, 13 de enero de 2009, URL: <http://e-consulta.com/blogs/educacion/?tag=adolescentes-que-ven-la-televisión> [Consulta: 10 diciembre de 2011]

Desafortunadamente el alcance de la televisión abierta no es proporcional a la oferta de contenidos. Ha quedado en desventaja frente a señales que ofrecen una programación de mayor entretenimiento, pero también orientada a la cultura y la educación.

Este tipo de programación variada ha encontrado salida en la televisión de paga, la cual se ha vuelto cada vez más accesible para todos los segmentos poblacionales, al ofrecer planes de pago económicos pero, sobre todo, una oferta de programas llamativa para cada miembro de la familia.

Ante el abanico de posibilidades que ofrece la televisión de paga se ha construido una audiencia segmentada, que logra su identificación incluso con los temas más especializados.

El aumento en los consumos del receptor interesa a los grupos televisivos pues representa un crecimiento en las ventas publicitarias.

Según el Centro de Investigación de Medios, tanto para las marcas como para los consumidores, la televisión de paga “pasó de 30% de penetración a 45% actual, y se estima que a finales de este año llegará a la mitad de la población mexicana, impulsada principalmente por el segmento socioeconómico bajo”⁷⁴.

Max Linares, vicepresidente de ventas publicitarias para la cadena Sony Pictures Television Ad Sales México, afirma que en la actualidad “los dos canales que más crecen en telecomunicación en el país son tv de paga e internet”⁷⁵.

⁷⁴ Adriana Cruz, “Televisión de paga logra más ventas que el sistema abierto”, [En línea] México, *El Universal*, 13 de junio de 2011, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/87043.html> [Consulta: 10 de diciembre de 2011]

⁷⁵ *Íbid.*

Es así, como el mercado de los medios audiovisuales se vuelve cada vez más competitivo, al mismo tiempo que se sirven mutuamente para ofrecer una mayor interacción con el público.

En este sentido encontramos, programas que además de ser transmitidos por televisión, utilizan herramientas como las redes sociales para lograr un mayor acercamiento con su audiencia, además de ser útiles para calcular la medición de su impacto.

Otro instrumento, muy recurrido en la televisión para conocer a su audiencia, son los estudios de *rating*, los cuales marcan las tendencias que el espectador sigue y, aunque estas mediciones en ocasiones son poco certeras, ofrecen una idea de sus preferencias.

En los documentos publicados por la empresa IBOPE no se ofrece una visión específica de los consumos de los jóvenes, pero de acuerdo con el horario destinado a este público y a la clasificación otorgada a los programas se pueden conocer de manera aproximada cuáles contenidos son consumidos y cuáles no por este sector.

En televisión abierta los programas con mayor puntaje en los últimos meses de acuerdo con IBOPE son los siguientes:

- Películas taquilleras de reciente estreno o presecuelas de alguna estrenada en las ultimas fechas (Presunto culpable, Harry Potter)
- Programas del acontecer nacional (inauguración y clausura de los Juegos Panamericanos, transmisión del grito de Independencia, mensajes presidenciales)

- Telenovelas
- Programas para toda la familia (*Reallity shows*, series)
- Programas para público femenino (*Talk shows*, programas de revista)
- Deportes

Como se puede observar en los datos anteriores, los programas más vistos no corresponden específicamente a la audiencia juvenil, para ellos se han creado las llamadas barras juveniles, las cuales no se colocan en los primeros lugares de *rating*, lo que nos advierte dos posibles respuestas del receptor:

- 1) El joven no suele ver televisión y ha optado por otro tipo de actividades de recreación u otros medios,
- 2) Los programas destinados a este público, no corresponden a sus intereses y, por lo tanto, prefieren ser espectadores de otro tipo de contenidos destinados a otras audiencias o a toda la familia.

El mercado de los programas juveniles se concentra entre semana en telenovelas o series de producción mexicana y extranjera, mientras que los fines de semana la programación disminuye considerablemente, sobresaliendo los programas de índole familiar, deportivo y películas. Sólo en Canal 11 encontramos una programación de dos horas para jóvenes que incluye programas musicales, culturales y de otros intereses.

Estos cambios en la programación podrían explicarse si tomamos en cuenta los objetivos de la televisión que Raúl Zarzuri propone en su texto “Jóvenes y Televisión”, el cual a pesar de estar enfocado a las juventudes chilenas bien podría aplicar en nuestro país:

“...mientras en la semana, el objetivo es la compañía, la relajación, la distracción, con un horario más apretado porque se está dentro de un tiempo cargado de obligaciones y deberes, el fin de semana hace que el ver televisión en algunos jóvenes, sea relativizado, ya que ésta se convierte en otra alternativa más, frente a otras actividades, que podrían ser de mayor interés...”⁷⁶

Los puntos tratados anteriormente se reafirman con los resultados de un trabajo cualitativo sobre el comportamiento de los votantes jóvenes, realizado por la doctora en Estudios Latinoamericanos, Delia Crovi Druetta, y publicado en su libro “Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes”.

Los datos fueron arrojados por tres grupos focales compuestos por estudiantes con intereses y valores diversos. Lo que retomaremos para la presente investigación son los testimonios relacionados con su comportamiento y preferencias frente a la televisión.

En primer lugar, los participantes remarcaron la diferencia entre los hábitos televisivos de acuerdo con la edad y las ocupaciones: aseguraron ver menos televisión una vez que ingresaron a la universidad que cuando estudiaban la preparatoria, debido a la falta de tiempo.

Algunos más, opinaron que ven la televisión sin prestarle mucha atención; sin embargo, a la hora de la comida la televisión juega un papel relevante en la socialización familiar.

⁷⁶ Raúl Zarzuri Cortés, *Jóvenes y Televisión. Un estudio sobre la cultura televisiva de los jóvenes*, [En línea] “GDS Consultores”, p. 15, s/lugar, URL: <http://www.comfer.gov.ar/documentos/pdf/n2.pdf> [Consulta: 10 de diciembre de 2011]

Tanto hombres como mujeres asumieron una actitud crítica al identificar los intereses del gobierno plasmados en las televisoras. Además coincidieron en el hecho de que mucha gente cree todo lo que pasa en la televisión, pero ellos mostraron tener mayor confianza en los medios impresos cuando se trata de obtener información.

En general se expresaron con desdén sobre la televisión. La identificaron como un medio de entretenimiento banal, que define y canaliza los deseos inalcanzables del espectador.

Reconocieron la crisis de valores representada con el aumento de violencia y agresividad, uso de palabras altisonantes y drogas, y reclamaron la existencia de una televisión “realmente” cultural.

Un aspecto curioso es que a pesar de expresar su rechazo a ciertos programas, (como las telenovelas de moda), era claro que los participantes los veían pues parecían familiarizados con su contenido; sin embargo, en ningún momento se reconocieron a ellos mismos como telespectadores.

Las condiciones de ese estudio realizado hace ya 15 años, no son completamente diferentes de las actuales en cuanto a la percepción que se tiene de la televisión abierta, pero sí encontramos variaciones en relación a los contenidos de aquella época, a la apertura de nuevas vías de comunicación y al incremento de la televisión privada.

Por ejemplo, en aquella época la telenovela juvenil mostraba un fortalecimiento naciente que apenas alcanzaba para colocar a estos programas en horarios AA; ya en los primeros años de la década de los 2000, este formato contaba con una fuerte influencia en este sector; al grado de llegar a ser colocados en horario AAA (horario estelar).

La cúspide de las telenovelas juveniles llegó en 2006 con “Rebelde”, la cual alcanzó los primeros lugares de *rating*, no sólo en México, sino en varios países de Latinoamérica. Pero después de la afamada telenovela, no ha habido otra que iguale en impacto, a pesar de que se han hecho varios intentos que siguen la misma fórmula.

Lo anterior ha ocasionado que se elimine por completo este formato de la programación y le deje el camino libre a un género similar: las series. Éstas últimas, antes eran consideradas únicamente de procedencia internacional y en su mayoría aún lo son, pero actualmente se le ha dado un impulso a la producción nacional que parece prometedor.

No obstante, en su mayoría encontramos series representadas y dirigidas al público adulto, tales como XY, El octavo mandamiento, El sexo débil, Las Aparicio, por citar algunas.

El privilegio de las llamadas barras juveniles se basa, según Raymundo Mier, en que los programas juegan con la gestión de la identidad de manera sensible y estigmatizada.

Esto se observa principalmente en las ya mencionadas telenovelas y series mexicanas que deben su éxito al “atractivo físico de sus protagonistas, cuyas edades van de los 18 a los 26 años, en su vestuario y en la imagen que proyectan, a veces rebelde y otras de sumisión”⁷⁷.

Ofrecen perfiles que no corresponden a la cotidianeidad del joven pero que les gustaría adoptar en su vida: “Construyen patrones de comportamiento social y son indicadores indiscutibles de la moda en el vestir, el peinado y, en ocasiones, de la música o los bailes que se consumen”⁷⁸.

Las series extranjeras muestran una discordancia abismal con la situación del adolescente mexicano, que puede llegar a la frustración al no encajar con los estereotipos y estilos de vida. La publicidad no se queda atrás, pues a excepción de los spots del gobierno, los anunciantes prefieren continuar con los cánones de belleza y modos de vida extranjeros.

Pero además del entretenimiento, la televisión cuenta con espacios que aunque no están considerados en las barras juveniles ni están diseñados para ellos, cumplen con una necesidad importante para el joven. Nos referimos a los espacios informativos en todos sus formatos.

Los programas de noticias reafirman el vínculo del receptor con lo que pasa a su alrededor y lo mantienen al día de lo que ocurre en la agenda nacional e internacional.

⁷⁷ Delia Covi Druetta, *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*. México, UNAM, 1997, p. 72

⁷⁸ *Ibid.* p.72

Es para la audiencia una forma de mantenerse en comunicación con el mundo y, a la vez, una guía para la formulación de ideas y argumentos propios que tienen su conclusión al momento de ser socializados.

Así como esta necesidad informativa tiene su cúspide en los jóvenes que han superado la adolescencia, todas las prácticas y usos de la televisión dependen de factores que van ligados al ciclo de vida, como los cambios en los intereses, en los grupos de pertenencia o en las actividades que determinan el uso de su tiempo.

Ver la televisión no representa el mismo fenómeno para el joven de 15 años que vive en familia, que para el joven que ha logrado su independencia económica y dispone de mayor tiempo en soledad que muchas veces genera un vacío ocupado por el ruido de la televisión.

La situación económica, la disponibilidad del tiempo libre, el nivel educativo y la conformación familiar son mediaciones de gran variabilidad, por lo tanto la apropiación de los medios de comunicación adquiere significados distintos en cada joven.

De lo que no hay duda, es de que los jóvenes han integrado a la televisión como parte de sus vidas; han construido valores y creado imaginarios a su alrededor, y si bien hoy por hoy la televisión no ocupa el lugar principal de los medios de comunicación, es aún sobresaliente su presencia en los hábitos y en la socialización de las personas, pues ha influido en ellas al estar presente desde sus primeros años de vida.

2.3 La integración de la virtualidad

La introducción de las tecnologías de la información tiene un impacto a pequeña y gran escala, desde las transformaciones culturales y la organización del trabajo, hasta convertirse en el reflejo del avance o rezago de una nación.

El éxito de este nuevo sistema de comunicación se debe a que reúne el conjunto de todos los medios, ya sean escritos o audiovisuales, y la facilidad para acceder a ellos en el momento que lo deseemos.

En la ciudad de México, así como en otras grandes ciudades del país, las nuevas tecnologías se propagan velozmente; las redes sociales se vuelven cada vez más un reflejo de la vida cotidiana, de las exigencias de la población. No obstante, aún con esta gran penetración no han logrado representar a todos los sectores.

Su uso continúa siendo desigual, más que nada en las zonas rurales y menos privilegiadas en su economía, son lo que en palabras de Castells podríamos llamar “discontinuas cultural y espacialmente”⁷⁹, pues forman parte de una realidad diferente a la que viven las millones de personas que ya se encuentran conectadas.

Pero aunque en la zona metropolitana que nos concierne no encontramos grandes comunidades rurales, las diferencias se hacen notar en cuestión de edades, ya que mientras los jóvenes se encuentran más ligados a las nuevas tecnologías, los adultos continúan dándole preferencia a los medios tradicionales para buscar información y entretenimiento.

⁷⁹ Manuel Castells, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*, México, Siglo XXI Editores, 2001, 3ª ed, p. 60.

Los usos que se le dan a la virtualidad varían también entre clases socioeconómicas, pues mientras las personas con mayores recursos han integrado el uso del Internet a sus actividades cotidianas (tareas escolares, búsqueda de información, etc.), para las menos favorecidas resulta un medio de mero entretenimiento.

Y ya que tocamos el tema de los usos que se le han dado a estas herramientas, conviene hacer un paréntesis para hablar sobre el periodo de transición por el que atraviesan las nuevas generaciones.

Hasta hace unos meses se hablaba en los medios de una juventud pasiva, alienada y desinteresada por el acontecer social; hoy se habla de un “despertar”.

El fenómeno de la concientización y la protesta, resurge un poco tarde si lo comparamos con países como Grecia, España, Israel o Brasil, en los que desde hace algún tiempo la población se ha venido manifestando por causas como el desempleo, la educación y otras inconformidades de carácter político.

Y hablamos de un resurgimiento, pues desde las protestas estudiantiles de la década de los 60, en México no se presentaba un movimiento que unificara distintas expresiones y sectores de la juventud, sino hasta el presente año.

Por su parte, los grupos reactivos quienes pugnaban por las causas sociales nunca dejaron de existir pero no volvieron a tener un impacto a gran escala. Recordemos, por citar algunos ejemplos, los paros estudiantiles de 1987 y 1999 en la UNAM, en los que ni siquiera la población total de la universidad estuvo de acuerdo.

La escuela es en definitiva un factor fundamental, pues es a partir de agrupaciones estudiantiles de donde han surgido los principales movimientos históricos liderados por los jóvenes, incluso si los intereses de la lucha no están involucrados con la educación o con las instituciones que la imparten.

Aunque también hay que señalar que gran parte de esta acción juvenil se ha llevado a cabo gracias a grupos mercenarios o porriles, sin objetivos específicos, mucho menos de cambio y lucha verdadera, y en ocasiones incitados por actores que nada tienen que ver con los estudiantes.

En el fenómeno que se está presentando actualmente, las causas son distintas e innovadoras. Así como en los países antes mencionados, en el nuestro ocurre algo a la par de dicha toma de conciencia, una de las principales razones de este despertar: el manejo de los consumos virtuales como herramientas de información, de expresión y de organización para llevar sus quejas más allá de los medios electrónicos.

La facilidad para acceder a la información en tiempo real, para expresar opiniones y compartir intereses, entre otras actividades, han generado un nuevo sistema de comunicación entre los jóvenes que a la vez es reflejo de sus intereses.

Las redes sociales han jugado el papel fundamental. La identidad, como se estudió en el primer capítulo, representa una parte esencial en el desarrollo del adolescente, la cual no puede entenderse separada del grupo de amigos. La comunicación entre ellos es uno de los objetivos primordiales de las comunidades virtuales, de ahí podemos comprender su éxito.

Un ámbito donde las consecuencias de la alza en los dispositivos móviles y el Internet se han hecho evidentes es el de las relaciones personales.

Además de servir como plataformas para mantener contacto y ejercer el derecho a la libre expresión, a los usuarios de las redes les interesa el reconocimiento y la popularidad; lo que más importa es la imagen proyectada, pues esto determinará en gran medida, el número de amigos.

La amistad real y la amistad virtual no es igual y los jóvenes lo saben. En las redes sociales se le llama amigo a cualquier persona que sea aceptada para acceder al perfil del usuario, quien puede compartir información personal y de cualquier tipo dependiendo de la red: existen algunas con temáticas específicas como la fotografía o la música, y las que no responden a un objetivo definido más que la comunicación.

Así como las nuevas tecnologías han fortalecido las relaciones interpersonales, también han sido las culpables de malos entendidos y rupturas entre amigos o parejas al irrumpir en la privacidad del otro y al ser medios que facilitan el contacto con nuevas personas, lo cual ha desembocado en problemas de celos e infidelidades. Tal situación ha convertido a las redes sociales en una de las principales causas de divorcios en países como Reino Unido y Estados Unidos.

Y no es que los medios electrónicos estén destinados exclusivamente a los jóvenes, pero según el informe titulado “Los adolescentes y las redes sociales” (Argentina, 2010) “El 80 por ciento de los usuarios de redes sociales en todo el mundo, tiene entre 12 y 30 años”⁸⁰.

⁸⁰ Roxana Morduchowicz, et. al. *Los adolescentes y las redes sociales*, Ministerio de Educación, Argentina, 2010, p. 7

Es el grupo de los consumidores potenciales de nuevas tecnologías y, al mismo tiempo, el más propenso a incurrir en situaciones riesgosas al hacer un uso irresponsable de la información publicada.

Facebook, la red social más popular, cuya función básica es la interacción con amigos, cuenta con 36,240,080 de usuarios en México de los cuales en el D.F. hay 6,493,200, de ellos 4,656,840⁸¹ tienen entre 15 y 29 años; es decir, más del 70 por ciento de usuarios.

Por otra parte, *Twitter*, un espacio en el que los datos llegan prácticamente por sí solos, se convierte más que ningún otro medio en un marcador de tendencias, en la nueva agenda-setting.

Este año se han registrado 10.7 millones de usuarios en el país⁸² y su número crece exponencialmente después del fuerte impacto que tuvo en el pasado proceso electoral, sobre todo en las regiones urbanas.

Existe entonces, un mensaje detrás de estos datos: el joven se encuentra en la búsqueda de alternativas, no está conforme con la información proporcionada en los medios tradicionales.

Tal vez lo anterior podría entenderse como característica de la rebeldía del joven, y puede que en parte lo sea, pero no cabe duda de que el momento histórico ha sido el impulso de esta conducta.

⁸¹ Cifras obtenidas directamente de Facebook desde su plataforma publicitaria. URL: <http://www.facebook.com/ads/manage/adcreator/> [Consulta: 25 de julio de 2012]

⁸² APR. "Twitter alcanza en México 10.7 millones de usuarios", [En línea] México, *El Economista*, s/p, 21 de marzo de 2012, URL: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/03/21/twitter-alcanza-mexico-107-millones-usuarios> [Consulta: 25 de julio de 2012]

Una de las grandes protestas actuales va en contra de la televisión, la radio y los medios impresos. Se pugna por espacios abiertos, libres de tendencias políticas, por una información de calidad.

El problema de los medios no es lo único que le interesa a la juventud, en realidad es sólo una pequeña parte, pero sí es fundamental e influyente para los procesos sociales.

El reciente cambio de consciencia ha permitido a los jóvenes ser piezas fundamentales en la vida política del país, expresando su opinión ya sea a favor o en contra de algún candidato o ideología, difundiendo información y organizándose para pronunciar sus inconformidades.

El reto será continuar participando con ideas claras, no sólo en periodos polémicos como el que acaba de sufrir el país, sino de manera constante y, por supuesto, sin caer en la protesta oportunista y sin fundamentos, y considerando de antemano todas las vías posibles de la participación ciudadana.

03

El espectro televisivo en el Distrito Federal

3.1 Modelos de televisión, 3.2 Nuevas catalogaciones, 3.3 Televisión educativa y cultural, 3.4 La oferta televisiva en la ciudad de México 3.5 Regulación y financiamiento de los medios audiovisuales, 3.6 El devenir tecnológico y el futuro de la televisión

La televisión como la conocemos actualmente ha sufrido una especie de metamorfosis desde del momento de su invención en las primeras décadas del siglo XX, cuando aún no se le atribuía un carácter socializador, sino que era considerada como mero artificio científico.

Este invento fue el resultado de una secuencia de experimentos como el disco de Nipkow y el iconoscopio, creados en diferentes partes del mundo y por diversas personas; por lo que hablar de un padre de la televisión es una tarea imposible.

Su perfeccionamiento y distribución fueron acelerados, en cuestión de aproximadamente dos décadas la mayoría de los países ya tenían conocimiento de este medio. Los primeros equipos llegaron a nuestro país en 1930, y su instalación corrió a cargo del profesor de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, Francisco Javier Stavoli.

Patrocinados en un inicio por el Partido Nacional Revolucionario y posteriormente con la ayuda del sector privado, Stavoli y su alumno Guillermo González Camarena llevaron a cabo una serie de ensayos que darían lugar a la primera transmisión televisiva en el año de 1950.

En un principio la finalidad de la televisión se ajustaba perfectamente a su raíz etimológica: *tele* (lejos) y *visio* (ver) = ver de lejos; pues este artefacto permitía establecer la transmisión de imágenes a distancia. Pero en la actualidad el término se ha quedado corto, ya que su objetivo inicial ha sido rebasado por uno mucho más complejo: la comunicación.

En este sentido, la televisión ha permitido un intercambio constante de información, ha transmitido mensajes influenciados por el contexto y ha logrado la retroalimentación entre emisor y receptor. Es por esto que forma parte de las telecomunicaciones que arrojan mayores beneficios a la economía y a sus poseedores.

En este capítulo se hará hincapié en los mensajes dirigidos a la juventud en los diversos modelos televisivos, los cuales se expondrán en un inicio bajo una perspectiva histórica para, posteriormente, explicar las variaciones más actuales.

La meta será ubicar cuáles de estos mensajes corresponden a la llamada televisión cultural, para lo que se explicará y delimitará este concepto y se analizarán los contenidos que ofrece la televisión abierta de la ciudad de México.

3.1 Modelos de televisión

Los modelos televisivos tienen su origen en los años cuarenta o cincuenta, cuando la televisión como industria se constituyó en la mayoría de los países. Estos nos presentan las formas de hacer televisión desde distintos ángulos: económicos, políticos y de programación.

Las dos regiones que sirvieron como ejemplo para el resto del mundo fueron Europa occidental (con el modelo británico o europeo) y Estados Unidos (con el modelo estadounidense), las cuales acataron regulaciones diferentes, impuestas por sus gobiernos, y, para su implantación, tomaron en cuenta la experiencia de la industria radiofónica.

El primero de los casos surge como un modelo público, pues en un principio, el Estado era el único organismo capaz de solventar los elevados costos de una estación televisiva.

Estos canales se caracterizaron por tener “objetivos pedagógicos de la oferta de programas, la financiación dominante a través de un impuesto ad hoc (canon), y por una siempre relativa pero progresiva autonomización de la gestión respecto de los Gobiernos”⁸³.

En Estados Unidos, por el contrario, la financiación de la industria sería derivada de su comercialización. Se crearon tres cadenas: NBC, CBS y ABC, cada una conformada por emisoras propias y afiliadas. En este modelo, la televisión pública no parece relevante.

Pero años después surge en dicho país la PBS (1969), como una corporación privada no lucrativa, apegada a los lineamientos de las televisiones públicas.

A partir de entonces los modelos cambian a lo largo del mundo y las televisiones públicas se esparcen: en Alemania se crea la Deutsh Welle; Channel 4 TV, en Gran Bretaña; La Cinquième, en Francia; la NHK, en Japón, y TV Ontario, en Canadá.

Los motivos de la aparición de la televisión pública en los países europeos han sido muy discutidos.

⁸³ Enrique Bustamante, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Editorial Gedisa, España, 1999, p. 30.

Según Enrique Bustamante, catedrático en Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense de Madrid, la finalidad de este modelo, que conjuntaba atinadamente los objetivos de educar, informar y entretener, fue determinada por el contexto político de algunos países que al resultar debilitados de la II Guerra Mundial buscaron la unificación y el consenso a través de la televisión, por lo que mezclaron la visión paternalista del gobierno con la cultura de élite.

En la siguiente tabla se muestran las características y contrastes del modelo europeo y del estadounidense:

Los modelos fundadores en televisión

	Televisión pública	Televisión comercial
Papel del Estado	Estado-gestor	Estado-árbitro
Garantía del pluralismo	Gestión pública	Mercado (competencia)
Financiación	Canon	Publicidad
Dinámica dominante	Política/Cultura	Economía/Política
Objetivos programáticos	Información/ Educación/ Entretenimiento	Entretenimiento
Producción	Propia-Nacional	Múltiple (Propia/Ajena) (Nacional/Importada)
Destinatario	Ciudadano	Consumidor
Legitimación	Satisfacción (audiencia acumulada)	Cantidad (Fidelidad)

Fuente: *Íbidem*, p. 38.

En América Latina el modelo de televisión privada fue adoptado rápidamente, apoyado en muchas ocasiones por inversionistas asociados a las cadenas estadounidenses: “el movimiento de comercialización fue arrollador y absorbió las iniciativas públicas o no lucrativas, instaurando una casi completa hegemonía privada que sólo se romperá en algún país muy puntualmente”⁸⁴.

Es así como la televisión en Latinoamérica surge al revés que en Europa e incluso que en Estados Unidos. Nuestro país no es la excepción: nace con un interés comercial y después da cabida a las transmisiones que adoptan algunas características del modelo público, presentándose primeramente con la creación de Canal 11 en 1959 a cargo del Instituto Politécnico Nacional.

Ya en los años 70, algunos países de esta región llevaron a cabo reformas en la regulaciones que pretendían reforzar a las televisiones públicas.

En México a partir del gobierno de Luis Echeverría y durante los sexenios subsecuentes, se llevaron a cabo intentos por mantener señales de carácter estatal, con objetivos culturales, informativos y de entretenimiento sano; sin embargo, el modelo neoliberal suscitó la privatización de algunas emisoras, únicamente los canales 11 y 22 se mantienen en manos del gobierno, hasta nuestros días.

Al ser entidades dependientes de Estado, el término de televisoras públicas ha quedado en entredicho pues no cumple con las características esenciales establecidas por el modelo europeo.

⁸⁴ Fox, 1989 citado en Enrique Bustamante, *op. cit.*, p. 38.

Rosario de Mateo Pérez y Laura Bergés Saura, –ambas comunicólogas y profesoras de la Universidad Autónoma de Barcelona–, relacionan estrechamente el concepto de servicio público con el de “necesidad o interés general”, ya que este tipo de servicios buscan la satisfacción de los requerimientos que conciernen a la población.

En el medio televisivo estas necesidades, según Gabriel J. Pérez, profesor y director de la Cátedra UNESCO en la Facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana en Colombia, “son las que corresponden a la realización de los derechos de todas las personas a la información, a la formación y a la recreación”⁸⁵.

En México, la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) estipula que los medios deberán cumplir con cuatro funciones básicas para el ser humano: educar, orientar, informar y entretener; es por ello que son medios socialmente responsables, aunque las tres primeras características si acaso se cumplen en los canales gubernamentales y no así en los privados.

Por consiguiente, la televisión mexicana es una actividad de interés público (o general), y queda así establecida en el Artículo 4º de la LFRT, en el cual también se le otorga a Estado el deber de proteger y vigilar a esta actividad para su debido cumplimiento.

Desde el punto de vista económico, los servicios públicos admiten “diversas formas de gestión o prestación, ya sea directa o por parte de entidades o empresas públicas, o a través de concesiones a entidades o empresas privadas”⁸⁶.

⁸⁵ Guillermo Orozco, Coord., *Miradas Latinoamericanas a la televisión*, Universidad Iberoamericana, México, 1996, p. 96.

⁸⁶ Rosario de Mateo Pérez y Laura Bergés Saura, *Los retos de las televisiones públicas. Financiación, servicio público y libre mercado*, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, Sevilla, 2009, p. 17.

Por lo tanto cuando hablamos de televisión como servicio público debemos entenderla en su doble naturaleza, ya sea como un bien económico que requiere de un ingreso para su producción; o como un bien cultural, social e ideológico, en tanto que satisface las necesidades de los grupos poblacionales.

En el momento en que surge el concepto de servicio público, se da por sentada la injerencia del Estado en la administración de actividades, pero con la transformación económica de los países europeos en los años 70 y 80, se fue limitando la acción de dicha institución dentro de este tipo de servicios, y a la par, se le abrieron las puertas a la gestión privada.

Es por ello que el modelo de televisión pública europea, como lo entendemos en la actualidad, supone cierta autonomía con respecto al Estado; lo cual en el caso mexicano es prácticamente inexistente, pues aunque algunos canales están en manos de instituciones como el IPN o CONACULTA, es él quien se encarga por completo de su financiamiento.

En las televisoras de Europa y demás regiones que han adoptado el modelo británico con todo y sus variantes, el pago de un impuesto mínimo garantiza la calidad y el cumplimiento de las necesidades programáticas que demande la audiencia.

En nuestro país esto no ocurre, por esta razón para referirnos a los canales que no pertenecen al sector privado, resulta más conveniente hablar de una televisión gubernamental o de Estado, la cual cumple, si acaso, con uno de los requisitos de la televisión pública: el de sus objetivos programáticos (cultura, educación e información).

No está de más diferenciar a la televisión del Estado de las llamadas televisiones autonómicas⁸⁷ o estatales, cuyo financiamiento depende de los gobiernos regionales y del federal.

Entre sus objetivos se encuentra reforzar la identidad de las entidades al mostrar noticias o actividades que incumben a grupos específicos; pero también pueden funcionar como repetidoras de programas de otros canales no necesariamente estatales.

A pesar de contar con el mayor número de habitantes en el país, fue hasta febrero de 2012 que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) otorgó el permiso para que operara un canal estatal en el Distrito Federal.

El Canal 21, antes transmitido por Internet, tendría una finalidad “pública” según su director general, Héctor Cervera, con lo que incrementará la competitividad de este tipo de señales.

En conclusión, si nos referimos a un modelo de televisión mexicana nos encontraremos con uno **híbrido o mixto**, conformado por una televisión del Estado, controlada por el poder ejecutivo y con una finalidad de interés social; una televisión privada, a cargo de grandes consorcios con objetivos lucrativos y de entretenimiento; y una televisión estatal, también perteneciente al gobierno y con objetivos más específicos dependiendo de la entidad en la que se encuentren.

⁸⁷ Llorenç Soler, *La televisión, una metodología para su aprendizaje*. Colección medios de comunicación en la enseñanza, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona, 1988, p. 157.

3.2 Nuevas catalogaciones

Las nuevas necesidades, los adelantos tecnológicos, así como las deficiencias en las regulaciones y sistemas políticos, exigen hacer un replanteamiento sobre los modelos televisivos.

Si bien, los que se mencionarán a continuación, se apoyan en los fundadores, también incluyen características que se ajustan mejor a las realidades de los países, tomando en cuenta, más que su gestión económica o política, elementos relacionados con su audiencia, contenidos y plataformas tecnológicas.

Mariano Cebrián, Catedrático de Teoría y Técnica de Información Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid, propone tres modelos o plataformas según su oferta:

- *Modelo generalista:*

Este modelo es el más apegado al estadounidense en tanto que “se inclina por el enfoque comercial y la ausencia bastante llamativa de la orientación de servicio público”⁸⁸, sin embargo, no excluye a las televisiones públicas y, según Cebrián, el enfoque competitivo y el interés mercantil, en algunas ocasiones, ha llegado a contagiar a estas televisiones hasta el punto de parecer indistinguibles.

⁸⁸ Mariano Cebrián, *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Editorial Paidós, Barcelona, 2004, p. 47

Otra de las características es la acumulación de audiencia como principal objetivo. Se considera al público como una mercancía, por lo que la publicidad tiene un papel circunstancial en este modelo. Por otro lado, se hace una diferenciación entre los programas que sólo pretenden obtener audiencia y los que buscan consolidarla a partir de una línea editorial y una programación definida.

El modelo generalista ha quedado encasillado en los géneros que le han resultado más redituables, tales como el entretenimiento, deportes, informativos, y programas de concursos o, más recientemente, *talk shows* y *reality shows*.

Su impacto aumenta en transmisiones especiales como “competiciones deportivas, cataclismos naturales o de accidentes, atentados, fallecimientos, conmemoraciones, celebraciones electorales.”⁸⁹

- *Modelo multitemático*

Este es un modelo integral que puede incluir tanto canales de producción propia como ajena, además de crear paquetes que ofrecen al cliente restringir o ampliar su programación, e incluso rentar otros servicios como telefonía e Internet.

La característica esencial de esta plataforma, es que combina contenidos de interés para un público heterogéneo (como los de la televisión generalista), con programas especializados, dirigidos a una audiencia delimitada, ya sea por la edad o por intereses personales como la cocina, algún género musical, los deportes, etcétera.

⁸⁹ *Íbidem*, p. 48.

El modelo multitemático ofrece una oferta mucho más variada que la televisión generalista, sin embargo, sólo es posible acceder a ella a través de un sistema de televisión de paga.

- *Modelo convergente con Internet*

Como el título lo indica, este modelo se refiere a la incorporación de ambos medios: televisión e Internet, como una nueva forma de comunicación interactiva a través de la cual el espectador puede ahondar más en un tema específico, ver la retransmisión de documentales, acceder a diarios, entre otras opciones que le permitirán ampliar sus conocimientos. Los contenidos y los públicos meta en este modelo son infinitos.

Este modelo, apenas naciente en la época de la escritura del libro de Mariano Cebrián, es ahora evidente con el uso de las redes sociales, tan empleadas para conocer opiniones y medir audiencias, pero más sorprendente resulta la interacción entre estos dos medios con la creación de aparatos de televisión que nos permiten acceder a Internet desde sus pantallas.

En cuanto a su carácter económico, el autor indica: “Si el modelo generalista es financiado por la publicidad y el temático mediante abonos [o suscripción], el convergente abre la puerta a las transacciones comerciales de la información”⁹⁰

Sin duda, en nuestro país encontramos los tres modelos descritos con un crecimiento cada vez mayor. Pero es la televisión generalista (comprendida en la televisión abierta), aquella que llega a todos los hogares sin costo alguno y la más accesible hasta nuestros días.

⁹⁰ *Íbidem*, p. 202.

3.3 Televisión educativa y cultural

Sin necesidad de pertenecer a alguno de estos dos géneros, la televisión tiene como obligación, de acuerdo con la LFRT en su Artículo 5º, cumplir con cuatro principios que fundamentan su función social:

- I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
- II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.”⁹¹

La misma ley dispone que “las estaciones deberán transmitir 30 minutos diarios dedicados a difundir temas, educativos, culturales y de orientación social”⁹².

Esta norma se cumple escasamente: en las cadenas privadas se le brinda mayor prioridad a los temas de orientación social con la emisión de *spots* patrocinados por el gobierno o por los partidos políticos; sólo en un canal encontramos cápsulas de cinco minutos sobre ciencia o historia, mismas que son transmitidas una vez al día y a media noche.

⁹¹ s/a, *Ley Federal de Radio y Televisión*, Última Reforma, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2009, p. 2, [En línea] URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf> [Consulta: 20 de marzo de 2012]

⁹² Miguel Ángel Sánchez Armas Coord. *Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana*. Revista Mexicana de Comunicación. México, 1998, 1ª ed. p. 226.

Con la mención de los dos artículos antes referidos, se pretende demostrar que, por lo menos en teoría, la televisión es considerada por la ley como un ente transmisor de cultura, sin importar que pertenezca a una u otra cadena.

Pero, ¿a qué nos referimos con cultura? La ambigüedad del concepto nos obliga a hacer una revisión sobre sus diferentes interpretaciones. Desde los teóricos clásicos como Gramsci y Durkheim se ha establecido un nexo indiscutible entre la cultura y la educación; quedando entendido este segundo término, como una práctica social que contribuye a la formación del individuo.

Felipe López Veneroni, académico e investigador de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, menciona por lo menos tres métodos para su concepción:

“...desde el que engloba la parte educativa y de servicios institucionales, hasta el que visualiza como antropología de hábitos, costumbres y tendencias de comportamiento, pasando por el que la circunscribe únicamente a la expresión y fomento de las bellas artes y la literatura”⁹³

En cualquiera de estas acepciones, la escuela juega un papel fundamental, pero si bien ha sido considerada como el agente principal para llevar a cabo el proceso educativo, el pedagogo mexicano, Dr. César Carrizales*, hace hincapié en que la formación puede ser adquirida de manera personal (en el ámbito familiar, el grupo de amigos, los medios de comunicación) y de manera profesional (en la escuela o el trabajo).

⁹³ *Íbidem*, p. 285

* Citado en: Rafael Ahumada Barajas, *La televisión y la educación ¿Una red interconectada?*, Plaza y Valdés Editores, México, 2005, pp. 166.

Es por esto que el Doctor en Ciencias Políticas y Sociales (UNAM-FCPyS), Rafael Ahumada Barajas, propone que “la televisión debe ser vista en términos similares a la escuela –en tanto institución para la reproducción económica y cultural–, pues también reproduce y refuerza valores, normas sociales, pautas de conducta, y presenta un modelo de vida, así como una visión del mundo”⁹⁴

Pero el vehículo transmisor de educación, llámese escuela, familia o medios de comunicación, no nos asegura que ésta sea encaminada de manera positiva. En el caso concreto de la televisión, funciona simplemente como una herramienta encargada de mostrarnos formas de pensamiento y conducta, que el espectador será capaz de discernir entre adoptarlas o no, dependiendo de su propia experiencia.

Dentro del menú de contenidos e información que nos ofrece la televisión, encontramos dos rubros que tienen como propósito llevar estos procesos formativos de manera positiva.

Como su nombre lo indica, se trata de la televisión pública y de la televisión cultural, las cuales cuentan con una profunda relación en cuanto a su función formativa, sin embargo, presentan diferencias respecto a sus estructuras narrativas, transmisiones y objetivos programáticos.

Para poderlas distinguir, López Veneroni, en “Apuntes para una historia de la Televisión Mexicana”, menciona las características que definen a las producciones audiovisuales de tipo cultural:

⁹⁴ Rafael Ahumada Barajas, *La televisión y la educación ¿Una red interconectada?*, Plaza y Valdés Editores, México, 2005, p. 11.

En primer lugar, presentan contenidos complejos y especializados, no se limitan en cuanto a temas puesto que no persiguen un objetivo mercadológico, simplemente buscan llegar a la comprensión de un público medio.

El atractivo de las imágenes y personajes pasa a segundo plano; lo que realmente interesa en este tipo de producciones son los conceptos presentados y las estructuras narrativas. Se busca respaldar ideas con autoridades en los temas que se exponen para otorgarle credibilidad a los programas.

La tercera característica consiste en la importancia de los tópicos a tratar; se pretende que sean trascendentales, que cuenten con un valor como materiales de consulta o de referencia, antes de considerarse rentables económicamente.

Ahora bien, los canales de televisión cultural se distinguen, en primer lugar, por ser espacios donde se transmite programación variada de calidad, no necesariamente de producción propia.

En esencia los canales culturales no obtienen su financiamiento a partir de anuncios publicitarios, sin embargo, como requieren de grandes cantidades monetarias, en países como el nuestro “se ha tenido que modificar este principio no escrito para dar paso a formas comerciales de financiamiento”⁹⁵.

La tercera y última característica, consiste en la relación entre estos canales y el Estado, quien será el encargado de financiar y estimular a este medio, de la misma forma que lo hace con otros servicios públicos.

⁹⁵ Miguel Ángel Sánchez Armas Coord., *op. cit.*, p. 289.

Lo anterior le dará a los canales culturales un sentido de identidad nacional, orientado a integrar la educación, los valores, la información y la promoción de la tolerancia por encima de su función de entretenimiento.

Por su parte, la televisión educativa hace más evidente el puente entre escuela y televisión, pues consiste en trasladar los conocimientos de la enseñanza formal, al medio audiovisual.

Los contenidos son realizados con la finalidad de servir de apoyo en clases, pero también pueden ser transmitidos fuera de las aulas, como es el caso de algunos programas de la Red EDUSAT-ILCE, los cuales, hasta el presente año, sólo habían encontrado su espacio –aunque bastante limitado– en la televisión abierta, por medio de una programación matutina dirigida a los niños y jóvenes que por alguna razón no pudieron asistir a clases.

Al igual que la televisión cultural, los programas educativos pueden funcionar como materiales de consulta, pues además de producir las llamadas video-lecciones (clases magistrales en las que se exponen explícitamente los contenidos), también se produce el video-motivador, que busca incentivar y generar el interés por algún tema y el video-apoyo, conformado por imágenes que complementan la exposición.

En cuanto al lenguaje audiovisual, la televisión educativa se ha enfrentado a grandes retos. En sus inicios su única finalidad consistía en reemplazar al profesor, por lo que, sin ningún conocimiento de las técnicas y estructuras narrativas, se presentaba al educador frente a las cámaras para que recitara una clase.

En nuestros días, aún con la inserción de recursos audiovisuales, la programación resulta escasamente atractiva debido a su restringido presupuesto. Esto ha dado lugar a que en México la televisión educativa, así como la cultural, no representen ninguna competencia para la televisión comercial.

Antonio Campuzano, Asesor de Tecnologías AV del CPR de Ciudad-Lineal Madrid, nos brinda otra clave para entender la decadencia de estas televisoras cuando menciona que “comprender es más difícil y trabajoso que emocionarse y, en busca de audiencias mayoritarias (las que no saben o no les gusta leer, las que tratan de desconectar del trabajo diario, etc.), toda la televisión e incluso la radio y la prensa, se están dirigiendo a emocionar más que a explicar.”⁹⁶ Y el público, a su vez, se ha acostumbrado a emocionarse, más que a generar pensamientos útiles.

Desde las deficiencias en su financiación, hasta la creencia de que la educación no es redituable, la pantalla pequeña se enfrenta a diversas causas que han demeritado su impacto como herramienta formativa y han impedido su crecimiento.

Resulta curioso que incluso los programas que no están destinados a la educación funcionen como grandes formadores de valores y comportamientos, debido a que, a diferencia de otras instituciones, este medio cuenta con todos los elementos para ser el instrumento transmisor de cultura y educación más eficaz: es atractivo, influyente, de fácil acceso y nos brinda la capacidad de elegir entre varias opciones.

⁹⁶ Antonio Campuzano Ruiz, “Conceptos e instrumentos para la evaluación de contenidos educativos en televisión”, [CD-ROM] *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*, Madrid, Máster de Televisión Educativa y Corporación Multimedia, con la colaboración de UNICEF, 2002, pp. 1-2

Además, siguiendo con Campuzano, al hablar de la capacidad para generar actitudes menciona que “Los medios de comunicación, sobre todo los audiovisuales unen a su omnipresencia, su persistencia, lo que les hace especialmente eficaces para la adquisición de actitudes y valores.”⁹⁷

Es por lo anterior necesario considerar su aprovechamiento en la formación del individuo de manera seria, el cual sólo se logrará si se conjuntan todos los actores involucrados para resolver sus deficiencias; es decir, los encargados de su financiamiento, las empresas productoras, sin olvidar la participación esencial de los ciudadanos.

3.4 La oferta televisiva en la ciudad de México

El análisis de los contenidos audiovisuales se realiza en un momento histórico cambiante en cuanto a sus formas de operar. Es un periodo de continuas modificaciones debido a la evolución tecnológica y administrativa que ha dado pie a la apertura de nuevas señales y a la competitividad entre las ya existentes.

La televisión abierta en el Distrito Federal cuenta con una oferta de 12 canales, de los cuales únicamente dos de ellos son culturales: 11 y 22; un porcentaje muy bajo si tomamos en cuenta que en regiones como Gran Bretaña, del total de emisiones abiertas el 50 por ciento corresponde a este tipo de programación.

⁹⁷ *Íbidem.*, p. 6

Sin embargo, esto no significa que en la ciudad de México los demás canales de televisión privada no transmitan programas culturales, aunque sea de forma ocasional.

Lo realmente preocupante no es el número de frecuencias culturales, sino la cantidad de personas que consumen su programación: apenas un 25%⁹⁸ del total de televidentes en el país.

La televisión cultural supone estar al servicio de su audiencia, a diferencia de la televisión privada, en la que la audiencia se encuentra al servicio del medio. Ahora bien, en cualquiera de los dos modelos, el objetivo consiste en acumular el mayor número de audiencia y mantenerla fiel a sus contenidos.

Para cumplirlo los programadores han identificado la utilidad de colocar las transmisiones dentro de ciertos horarios; y para decidir su ubicación se conocen algunos criterios.

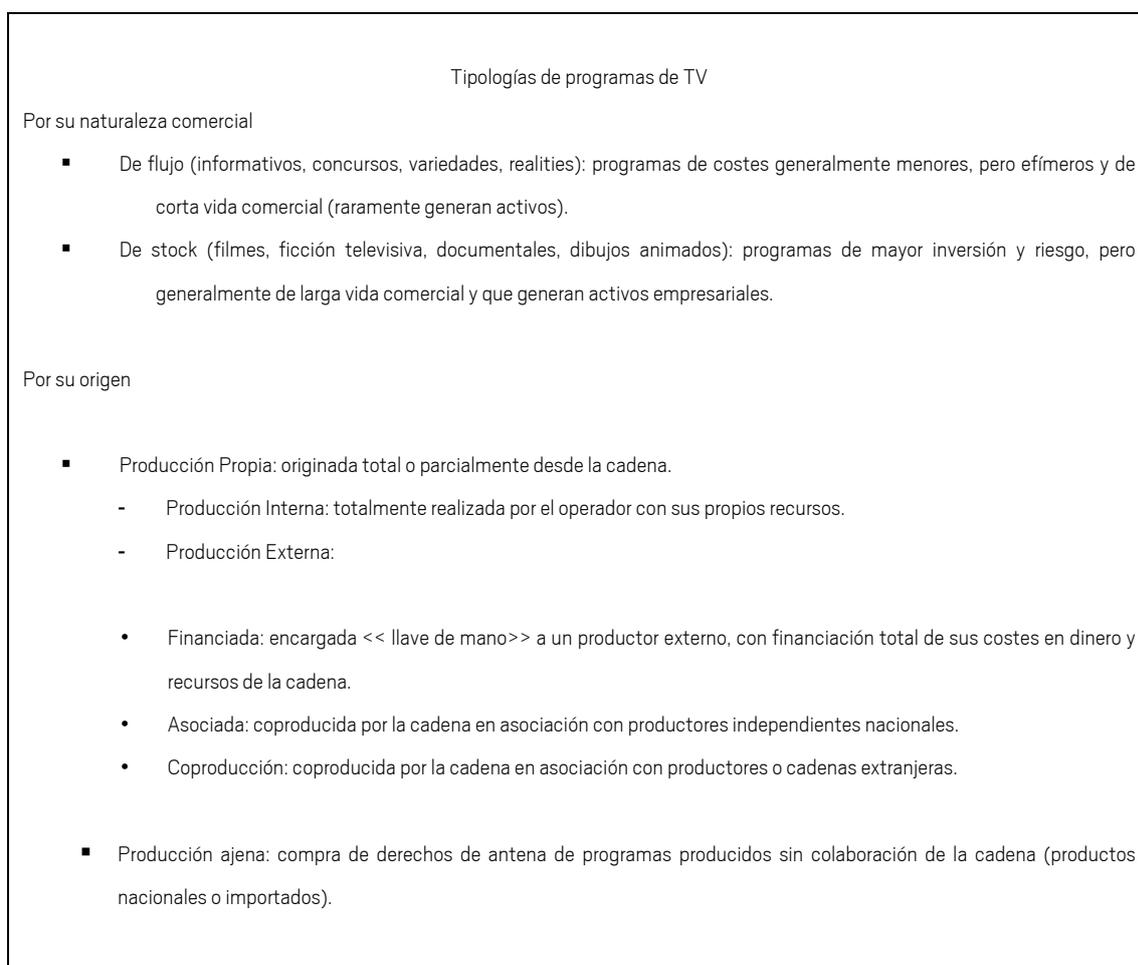
Uno de los más recurridos en la televisión mexicana se basa en lo que ofrece la competencia; con ello, en lugar de que la parrilla de programación sirva para crear la identidad de un canal o de una cadena, se convierte en un reflejo en el que los grupos televisivos entregan al espectador una oferta que no brinda variedad.

Las cadenas en su afán por obtener más seguidores que la competencia, han caído en una falta de compromiso con los mismos, pues están dispuestos a alterar la programación efectuando cambios de horario y de canal, e incluso llegan a quitar o poner programas sin previo aviso.

⁹⁸ Florence Toussaint. *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*, México, Plaza y Valdés Editores, 2009, 1ª ed., p. 99.

Otros criterios para la colocación de programas son los datos del público, tales como el sexo, la edad, las rutinas diarias y el tiempo libre. Muchos de estos aspectos son considerados en los estudios de *rating* de los que ya se habló en el capítulo anterior.

Antes de analizar la parrilla de programación, resulta útil establecer una diferenciación entre las tipologías de acuerdo con sus dos naturalezas (comercial y de origen), para lo cual nos basaremos en el siguiente esquema planteado por Enrique Bustamante:



Fuente: Enrique Bustamante, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados.*

Gedisa, España, 1999, p.108.

El método para el estudio de los contenidos actuales consiste en la formulación de 3 preguntas: ¿qué se está haciendo en la televisión abierta?, ¿cómo se está haciendo? y ¿con qué intención?. A continuación se hace una descripción por canal, profundizando en aquellos programas destinados al televidente de 15 a 29 años.

Canal 2

XEW-TV, El canal de las estrellas.

Televisa

Su oferta televisiva consiste en una programación de flujo destinada a las amas de casa. Los géneros que más abundan en este canal son los programas de revista, de comedia, telenovelas, *talk shows* y espacios informativos.

Los fines de semana sus contenidos se dirigen a toda la familia; incluyendo un programa para niños, espacios deportivos, programas de revista y de concursos, y en su horario de mayor audiencia se han colocado *reality shows* con temáticas musicales.

Como es bien sabido es el canal más importante para la empresa Televisa, ya que concentra la mayor cantidad de televidentes, además de que parte de los programas transmitidos por este canal son vendidos a diferentes países.

Por lo anterior, Canal 2 sigue apostando por una programación de fácil consumo para todos los sectores, a pesar de que sus ficciones difícilmente reflejan las necesidades y modos de vida de la población mexicana.

Canal 4

XHTV-TV, Foro TV

Televisa

Es un canal de reciente creación, destinado a la información de casi cualquier tipo: nacional, internacional, deportes, cultura, datos curiosos, clima, etcétera. Sus principales formatos son el noticiario convencional y las mesas de debate y análisis.

Sus transmisiones están dedicadas a los adultos, aunque por la versatilidad de contenidos podrían también interesar al joven.

Canal 5

XHGC-TV

Televisa

Este canal es el único de Televisa que cuenta con espacios destinados a los adolescentes, aunque la mayor parte de su programación está dirigida a los niños.

Su programación para jóvenes está basada en series de producción extranjera provenientes de cadenas estadounidenses como Nickelodeon, Universal, Fox, Cartoon Network, entre otras; y actualmente se transmite una telenovela creada por la televisora, dirigida al sector femenino, aunque este formato ha presentado variaciones en cuanto a su horario y canal (ha pasado del 2 al 5), por lo que resulta inestable y poco característico del canal.

El objetivo de Canal 5 es el entretenimiento sano, por lo que los fines de semana cuentan con espacios dedicados al deporte y películas para toda la familia.

Canal 7

XHIMT-TV, Azteca Siete

TV Azteca

Es un canal dedicado a todo público. De lunes a viernes durante las mañanas sus espacios están destinados a los infomerciales; a partir del medio día se transmite un programa de denuncia social dirigido a un público adulto, y a su término comienza la transmisión de series de producción extranjera, las cuales concluyen hasta la media noche.

Los fines de semana su target es diverso. Inicia con una barra de caricaturas y programas para niños, prosigue con bloques de películas para todo público y finaliza con programas de deportes. En estos días Canal 7 representaría la competencia más cercana a Canal 5.

Canal 9

XEQ-TV, Galavisión

Televisa

La programación de esta frecuencia está destinada al público adulto. Sus horarios estelares están ocupados por un noticiario y dos telenovelas elaboradas en coproducción con otros países.

El resto de sus espacios están ocupados por repeticiones de programas transmitidos originalmente en otros canales de la cadena y los fines de semana cuenta con una programación de deportes.

Este canal presentó un giro radical en su programación a partir de 1992, ya que anteriormente estuvo dedicado a la cultura y la educación, contrario a su finalidad actual, enfocada al entretenimiento.

Canal 11

XEIPN-TV, Once TV

Instituto Politécnico Nacional

Se hará énfasis en este canal, ya que al igual que el 22, conforman las únicas frecuencias de carácter cultural, que además integran programas para adolescentes y adultos jóvenes.

El canal cuenta con una programación diversa, conformada en su mayoría por producciones propias (60 por ciento⁹⁹) y algunas de origen extranjero.

En su horario matutino transmite una barra dedicada a las amas de casa, mostrando programas de debate e informativos sobre salud, finanzas, relaciones de pareja, cocina e identidad cultural.

Posteriormente, se transmite una barra para niños (Once niños) la cual ya lleva varios años al aire con gran éxito, pues además de transmitir caricaturas, fomenta la participación y retroalimentación del televidente y el canal.

Es el único que cuenta también con una barra para adolescentes llamada central 11; un espacio que se trasmite los fines de semana a las 13:00 horas y dos días a la semana en la madrugada.

⁹⁹ Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *Los medios digitales México*, s/lugar, Ed. Open Society Foundations, 2011, p. 30.

Presenta programas de música, amor, ciencia, historias de padres y madres adolescentes, consejos culturales, etcétera. Conjunta así algunas de las problemáticas que atañen a los jóvenes del grupo quinquenal de 15 a 20 años.

Para los jóvenes mayores cuenta con una ficción en formato de serie que nos muestra la vida en la ciudad de México de un grupo de jóvenes de clase media y alta, en la cual se exponen cánones de belleza y situaciones cliché, pero más apegada que otras ficciones a la realidad de los capitalinos en muchos sentidos, tales como los consumos culturales, los círculos sociales y algunos temas de interés como la libertad sexual, el desempleo, la independencia económica y las relaciones de pareja.

Finalmente, se transmiten series encaminadas al adulto joven y al adulto pleno, las cuales abarcan temas como la política, la construcción familiar, relaciones afectivas, empleo, enfermedades, entre otros temas.

A pesar de sus deficiencias y críticas por la introducción de patrocinadores y la apuesta por el entretenimiento seriado, —características de canal 11 a partir de su nueva administración—; dentro de la empresa se está haciendo un esfuerzo por abarcar públicos que ningún otro canal había considerado, se crean ideas y formatos innovadores y se tratan temas de interés para cada sector.

Canal 13

XHDF-TV, Azteca 13

TV Azteca

Un canal familiar, con programación variada aunque en general bajo la misma fórmula de El canal de las estrellas, es decir, programas de revista, de espectáculos y telenovelas, seguidos de un noticiero nocturno y uno en la mañana.

Incluyen, también, *reality shows* y *talk shows*, dos de los formatos más exitosos para esta frecuencia, con los cuales compite directamente con el canal de Televisa.

Canal 22

XEIMT-TV, El canal cultural de México

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

La producción interna de programas en este canal es de un 49 por ciento, aunque a partir de la gestión del novelista Jorge Volpi, incrementó la compra de programas a televisoras extranjeras, tales como la BBC, Televisión Española y la ARD (la televisora pública de Alemania).¹⁰⁰

De lunes a viernes durante las mañanas, Canal 22 es el único encargado de transmitir los programas de la Red EDUSAT-ILCE, con contenidos educativos para jóvenes y niños.

A partir de las 14:00 horas cuenta con una barra infantil, creada hace apenas un año para darle cabida a un nuevo público. Por la tarde sus contenidos constan de programas sobre ciencia, historia, naturaleza y noticias.

Ya en su horario nocturno, se transmiten series o documentales de producción nacional y extranjera, algunos en coproducción con instituciones públicas, dirigidos a los jóvenes, en los cuales se abordan temas como los consumos culturales propios de este sector (música, cine, anime), así como algunas de sus problemáticas (valores, discriminación, justicia).

¹⁰⁰ *Íbid.*

A pesar de ser un canal cultural, Canal 22, al igual que Canal 11, se ha adaptado a los nuevos formatos, por lo que ha creado *reality shows* con el objetivo de acercar al público a las artes, por medio de la ópera o la danza.

Los especialistas en medios, Gabriel Sosa-Plata y Rodrigo Gómez, describen la gran debilidad de estos dos canales de la siguiente manera:

“su preferencia exagerada por la alta cultura en sus estrategias de programación, noticias y servicios informativos. Existe una discrepancia en la cantidad de tiempo dedicado a los programas de bellas artes como la ópera y la música clásica, la literatura y el teatro en comparación con los programas relacionados con el México contemporáneo y las culturas populares...”¹⁰¹

Canal 28

XHTRES-TV, Cadena 3

Grupo Imagen

Con apenas unos años de existencia, Cadena 3 ha logrado un lugar en la audiencia con una programación que sigue las pautas de Televisa en cuanto a los programas de espectáculos, deportes, noticias, cocina, los de revista dirigidos a las amas de casa y las barras infantiles transmitidas los fines de semana.

Por otro lado se ha distinguido por sus series y telenovelas en coproducción con la empresa Argos, las cuales abordan temáticas actuales y controversiales, algunas de ellas han tocado tópicos de actualidad para la juventud mexicana.

¹⁰¹ *Íbid.*

Canal 34

XHPTP-TV, Televisión Mexiquense

Gobierno del Estado de México

Televisión Mexiquense es la Televisión Estatal Cultural del Estado de México, pero debido a que su señal llega a la mayor parte del Valle de México, habremos de considerarla en esta revisión.

Sus contenidos son variados, abarca desde noticiarios, revistas informativas, documentales, programación infantil, películas, series y un programa sobre agricultura. Para el público joven únicamente ofrece un programa de música y uno de cine, aunque este último no está enfocado específicamente a este grupo.

Canal 40

XHTVM-TV, Proyecto 40

TV Azteca

En sus inicios Canal 40 se caracterizó por sus contenidos informativos de calidad y sus espacios abiertos a la libre expresión. Después de la controversial toma del canal por parte de TV Azteca, (antes perteneciente a Televisora del Valle de México), se trató de mantener el mismo enfoque, sin embargo, no alcanzó el éxito obtenido en sus primeros años.

Actualmente, su programación consta, además de espacios informativos y mesas de debate, de documentales, series culturales y un programa de deportes; todos dedicados al público adulto.

Podemos decir que los canales anteriores forman parte de una televisión que lleva ya algunos años siguiendo los mismos formatos sin cambios significativos. Ahora corresponde hablar de las nuevas propuestas creadas a raíz de la apertura de la televisión digital surgida en los últimos meses de 2012 y sobre la cual se profundizará en el siguiente tema.

Hasta el momento contamos con cuatro frecuencias nuevas en televisión digital, correspondientes a los canales 30, 30.1, 30.4 y 21.1, cuyas señales están a cargo del Organismo Promotor de Medios Audiovisuales, la Universidad Nacional Autónoma de México, la Dirección General de Televisión Educativa- Telesecundaria y el Gobierno del Distrito Federal, respectivamente.

Resulta esencial ser testigos del surgimiento de estas emisoras pues al parecer pretenden responder a las necesidades y demandas sociales, además de proporcionar contenidos de calidad para los diferentes sectores, entre los que destacan el de los jóvenes.

El Canal 30 (XHOPMA), perteneciente a la Secretaría de Gobernación, contará con una serie de repetidoras a lo largo del país y una señal para la zona metropolitana. Surgido como un “canal ciudadano”, el 30 cuenta con programas culturales de producción extranjera así como nacional.

Es sobre todo relevante que a través del OPMA se le esté otorgando una salida en televisión abierta a la Telesecundaria y a TV UNAM, pues ambas rompen con el esquema de la televisión generalista mexicana. Estas señales serán visibles por el canal 30.1, en el caso de TV UNAM, y por el 30.4 en el de Ingenio TV, el canal de la Telesecundaria.

Con la transmisión del 30.4 por el sistema abierto, se logrará llegar a las 16 ciudades más importantes del país y no sólo al 21 por ciento¹⁰² de los jóvenes que cursan la secundaria, como se hacía anteriormente.

Esta señal busca difundir contenidos dedicados al aprendizaje pero sin olvidar el entretenimiento; por lo que se pretende jugar con formatos como las telenovelas, pero conservando el interés en temas relacionados con la educación y la formación de valores.

Por su parte, TV UNAM obtiene su lugar en la televisión abierta digital luego de 7 años de existencia como un canal de paga, aunque cabe mencionar que la Universidad ya contaba con una señal en el canal 20 desde 2008, sin embargo, no opera porque su transmisor no tiene el alcance suficiente para llegar a toda la ciudad.

Sus programas abordan diferentes expresiones de la cultura y la divulgación de las ciencias, con producciones de origen nacional y extranjero, dirigido a los estudiantes universitarios y al público en general.

Hablar de Capital 21 (XHCDM) no es menos interesante. Este canal transmitido desde 2010 vía Internet, llega a la televisión con una programación dedicada a los habitantes del Distrito Federal, en la cual se transmiten noticias, deportes, música, salud, programas de debate y entretenimiento; todo situado dentro de la ciudad de México.

¹⁰² Arturo Jiménez y Karina Avilés, “Lanzan el canal 30.4 de tv digital, ‘para afianzar el desarrollo de valores’”, *La Jornada*, México, Desarrollo de Medios S. A. de C. V., sábado 1° de septiembre de 2012, p. 4.

En la actualidad las cuatro propuestas antes mencionadas se encuentran en un periodo de prueba, falta observar el avance y la efectividad de las mismas para llegar a su público meta; sin embargo, hasta el momento parecen prometedoras para resolver la carencia de contenidos culturales, por lo menos en la zona metropolitana.

3.5 Regulación y financiamiento de los medios audiovisuales

Las demandas de la sociedad civil para la reforma de las leyes de medios tienen un carácter histórico. “Momentos significativos en este proceso fueron las consultas públicas nacionales de 1980, 1983, 1995 y las propuestas de 1999-2000”¹⁰³, aunque no se lograron más que transformaciones pequeñas y superficiales.

La democratización de los medios, los cambios en las estructuras monopólicas, así como las exigencias en cuestiones de libertad de expresión, fueron iniciativas menospreciadas por décadas.

Fue hasta principios del nuevo milenio, con el cambio de régimen gubernamental, que se trató, por primera vez, de realizar una transformación profunda en la estructura del país, que no podía dejar fuera a los medios de comunicación.

¹⁰³ Alma Rosa Alva de la Selva y Javier Esteinou Madrid, “La reforma jurídica de la comunicación social y el Estado fallido en México”, *Derecho a comunicar. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información México*, No.1, Año 1, México, Ed. Asociación Mexicana de Derecho a la Información A.C, Enero-Abril, 2011 p. 100

A partir del año 2001, recién iniciado el gobierno de Vicente Fox, se comenzó a trabajar en las llamada Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de Medios Electrónicos, que tenía como objetivo llegar a acuerdos para la transformación de la Ley Federal de Radio y Televisión a partir de la opinión de los tres sectores involucrados: el gobierno, los concesionarios y la sociedad civil.

El proyecto de la Mesa de Diálogo representaba la transición del país en cuanto a su política de comunicaciones, en la que habían sido reprimidas las necesidades sociales por más de 70 años.

Consistía en una propuesta integral y abierta, en la cual se trabajó por más de 18 meses, logrando llegar a acuerdos importantes entre los tres sectores participantes.

Pero un año más tarde, cuando aún no concluía el proceso para concretar el proyecto de un nuevo marco jurídico de los medios, el presidente en turno decretó la reducción de los tiempos fiscales de 180 minutos a sólo 18 en televisión y 35 en el caso de la radio; lo que significaba retroceder a 1969, cuando se logró que el gobierno obtuviera estos tiempos.

En palabras de los investigadores Alma Rosa Alva de la Selva y Javier Esteinou:

“Dicha propuesta jurídica marginó la anterior iniciativa plural de reforma integral de los medios electrónicos y reformó unilateralmente el marco jurídico de la radiodifusión nacional beneficiando la expansión de los intereses de los monopolios de la comunicación en México.”¹⁰⁴

¹⁰⁴ *Ibid*, p 111

Pese a la inconformidad mostrada por los especialistas y la sociedad civil sobre este “regalo” que se le había hecho a las empresas de medios de comunicación, y aún ante los intentos posteriores de crear un proyecto bajo la iniciativa ciudadana, las irregularidades continuaron, algunas de ellas fueron la toma de Canal 40 por parte de TV Azteca en 2002, en la que el gobierno no tomó partido, y cuatro años después la llamada Ley Televisa.

La anterior consistió en los cambios a la Ley Federal de Radio y Televisión y a la Ley Federal de Telecomunicaciones aplicadas en 2006, que establecían “nuevas disposiciones para hacer más difícil la entrada al sector de futuros operadores”¹⁰⁵, privilegiando así, al duopolio de las telecomunicaciones en el país, de ahí que fuera llamada de esta forma.

Con estas reformas también se hizo clara la posibilidad de que las estaciones concesionadas pudieran prestar otros servicios multimedia además de la televisión digital y sin necesidad de una licitación, dejando fuera a las emisoras permisionadas.

En pocas palabras, el debate y la crítica hacia estas leyes se enfocó en que propiciaban la concentración de los medios en manos de unos cuantos (Televisa y TV Azteca, principalmente), quienes hasta el momento son dueños del 94 por ciento¹⁰⁶ de las señales de televisión.

Aunado a lo anterior, en esas fechas se suprimieron algunas de las iniciativas de la sociedad civil, que si bien establecieron las obligaciones del Estado y de la Cofetel, dejaron de lado las responsabilidades de los concesionarios.

¹⁰⁵ *Íbid.*, p. 260

¹⁰⁶ Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *op. cit.*, p. 68

El cambio en la legislación de los medios que parecía inminente ante la transformación del poder político fue casi nulo, incluso se habla de un retroceso, en el cual el presidencialismo sufrió una caída y se puso al servicio de los medios, para satisfacer los intereses de quienes se encontraban en el poder.

Con estos privilegios el duopolio mediático se ha fortalecido en su financiamiento; pues además de contar con los ingresos que le genera la publicidad comercial y la gubernamental, “Grupo Televisa y TV Azteca están invirtiendo masivamente en el sector de las telecomunicaciones, con expectativas de utilizar la convergencia digital para incrementar sus ganancias”¹⁰⁷.

La publicidad gubernamental, por su parte, implica una paradoja, pues mientras algunos medios sobreviven de ella, para otros significa una forma de control político.

Sosa-Plata, propone que se establezcan normas claras para su regulación, y retoma las propuestas de expertos que exhortan a que los gobiernos destinen su publicidad únicamente a los medios “públicos” y no a los privados o a que el financiamiento de estos sea decidido por un consejo, anteponiendo siempre el interés público.

Para ello, conviene establecer de manera formal, qué es lo que se entiende por medios públicos, y exigirles a estos “contar con códigos de ética, lineamientos claros de programación y de producción que den garantía del compromiso con los valores de la radiodifusión de servicio público”¹⁰⁸.

¹⁰⁷ *Íbid.* p. 69

¹⁰⁸ Dolores Beistegui, “Medios públicos: los vacíos”, [En línea] *Revista Etcétera*, México, 1 de noviembre de 2004 URL: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1484> [Consulta: 4 de noviembre de 2012]

Pero para que esto ocurra, será importante plantear dentro del marco legal nuevas opciones de financiamiento, tales como los patrocinios y otras fuentes para generar ingresos, para que de esta forma las grandes cadenas no puedan impedir el progreso de los medios de interés público al sentir amenazado su mercado.

Y, por último, debido a que en nuestro país estos medios no gozan de autonomía, es necesario un presupuesto gubernamental suficiente, que considere a la cultura y la educación como fuentes redituables de ingresos.

3.6 El devenir tecnológico y el futuro de la televisión

Más allá de la evolución en cuanto a contenidos y formatos; la tecnología, la capacidad económica para poseerla y la incursión de la política en las comunicaciones, han sido factores determinantes para la penetración o el estancamiento de los medios.

Como se vio al inicio de este capítulo, aunque el avance de la televisión fue aparentemente rápido, presentó algunos obstáculos relacionados con su adquisición debido a los elevados costos que representaba para las familias mexicanas comprar uno de estos aparatos receptores, por lo que su acceso inicial fue exclusivo de las clases sociales más privilegiadas.

El caso del Internet, es otra evidencia de este planteamiento. La plataforma, que se encuentra a disposición de la sociedad desde los años 80, no ha logrado, a lo largo de más de 30 años, acercarse en absoluto al alcance de la televisión.

En los próximos años nos enfrentaremos a un fenómeno más; esta vez no se trata de la creación de un medio, sino de la modificación de los sistemas de telecomunicaciones ya existentes, de la llamada migración digital. La radio y la televisión serán los protagonistas de esta transición, aunque debido a que se presentarán con características diferentes, para este trabajo, sólo será valioso hablar del segundo.

Será conveniente iniciar la explicación de este proceso y sus repercusiones entendiendo que la digitalización "...consiste en la transformación de las señales analógicas en la información numérica y así una vez que las señales son digitales pueden ser tratadas como datos tanto en las fases de producción como en las de transmisión y consumo"¹⁰⁹.

La digitalización en los medios es un tema de impacto mundial debido a los beneficios que traerá en las diversas áreas de las telecomunicaciones. En cuanto a los servicios técnicos que ofrecerá la digitalización de la televisión podemos decir que "...habrá mayor calidad de imagen, se implementarán, multicanales, la interactividad y movilidad serán posibles"¹¹⁰.

La ventaja que representa este cambio en la configuración del sistema consiste en la disminución del ancho de banda, ya que puede comprimirse de tal forma que en donde cabía una sola señal analógica ahora quepan hasta 4 digitales, a esta transmisión intercalada de señales se le conoce como multiplexeo o multiprogramación.

¹⁰⁹ Adrián Miranda, *et. al.*, *Pensar los medios en la era digital. Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires, La Crujía, Instituto de Estudios sobre Comunicación, Serie Categorías, 2010, 1ª ed., p. 42

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 27

La digitalización también dará paso a la convergencia digital o “triple play” (o “cuádruple play” dependiendo del número de servicios que integre), que tiene como propósito ofrecer varios servicios de telecomunicaciones mediante una sola red.

Además se espera que con esta apertura, la competencia se incrementará, y las empresas serán capaces de ofrecer al televidente una mayor variedad de contenidos y servicios. Pero para poder alcanzar estos objetivos, la televisión digital ha tenido y tendrá que enfrentarse a nuevos retos.

Para empezar, la adopción de un estándar o norma de televisión digital terrestre (TDT) ha sido un proceso complicado en los diferentes países que ya cuentan con este sistema.

Hasta el momento existen cuatro estándares: ATSC, DVB, DMB-T/H e ISDB-T, con origen en Estados Unidos, Europa, China y Japón, respectivamente. La elección de estos sistemas en el resto del mundo ha considerado la economía, la tecnología y el espacio geográfico de cada región.

Por ejemplo, la Comisión Interamericana de Telecomunicaciones perteneciente a la Organización de Estados Americanos (OEA) resolvió que la adopción de un mismo estándar en todo el hemisferio traería beneficios económicos, ya que se disminuirían los costos de equipos y otros productos al ser consumidos en grandes proporciones.

A pesar de que en el continente americano no se consolidó una sola norma, México, al igual que Canadá, se sumaron al estándar estadounidense con el sistema ATSC (Advanced Television Systems Committee) .

Características del estándar ATSC (Advanced Television Systems Committee) [sic]

- Imagen de alta definición (HDTV) o de definición estándar (SDTV)
- Transmisión de programas múltiples utilizando el mismo ancho de banda (6 Mhz)
- Sistema de audio con calidad de disco compacto y tipo teatro en casa (5.1 canales)
- Transmisión de datos (contenidos de Internet, servicios de alerta, servicios para personas con discapacidad, descargas multimedia, servicios interactivos, etc.)
- Recepción a transmisores fijos (se experimenta la recepción móvil)
- Menor potencia de transmisión para la misma cobertura alcanzada por la televisión analógica
- Mayor eficiencia en el uso del espectro radioeléctrico

Fuente: ATSC, en www.atsc.org

Fuente: Adrián Miranda, et. al., *Pensar los medios en la era digital. Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires, La Crujía, Instituto de Estudios sobre Comunicación, Serie Categorías, 2010

A partir de esta definición en 2004, se establecieron fechas para el llamado apagón analógico en nuestro país, aunque éstas fueron reorganizadas años después tras diversos ajustes en la política de transición.

En este punto será conveniente destacar lo que están dejando como base los gobiernos y administraciones actuales en materia de medios, pues sólo así podremos tener una visión más acertada sobre lo que debemos esperar de la televisión ya que la influencia política ha sido determinante en este proceso.

Durante el pasado periodo presidencial correspondiente a la alternancia panista, se acordó adelantar al 2015 el apagón analógico que se tenía programado para el año 2020, esto obedece a diversas razones que tienen que ver con el avance tecnológico del país.

Pero además, no podemos pasar por alto el impacto político, pues esta decisión se tomó a dos años de concluir el sexenio y formaría parte de las estrategias para mantener a dicho partido en el poder.

A raíz de esa disposición se han consumado ya algunas de las fases para entrar de lleno a la digitalización, tales como la aparición de algunas señales no comerciales en televisión digital abierta (las pertenecientes al OPMA), o el otorgamiento de los “canales espejo” de experimentación, conferidos desde 2004 a Televisa y TV Azteca con el objetivo de retransmitir su señal analógica pero en forma digital, y que una vez terminado el proceso deberán ser devueltos para su mejor aprovechamiento.

Se tenía planeado que antes del término del gobierno del presidente Felipe Calderón, la Cofetel hubiera publicado las bases de licitación de las frecuencias digitales, lo que prometía mayor competencia al poner a disposición del mercado a una o dos cadenas nuevas.

Este proceso se vio retrasado ya que, como se ha visto, la influencia de las grandes empresas de medios es otro factor importante para las determinaciones tomadas por el Estado.

Los acontecimientos más trascendentes en los que quedó clara su preponderancia son los ya mencionados, conocidos como el “decretazo” y la “Ley Televisa”.

Otro ejemplo de controversia en cuanto a la digitalización de la televisión es un hecho relacionado con el multiplexeo. Los primeros experimentos que se llevaron a cabo en México, correspondientes a esta tecnología, surgieron hace aproximadamente 3 años, cuando TV Azteca (Grupo Salinas) puso a la venta el aparato conocido como *HiTV* que permitía la recepción de más canales sin pagos mensuales, a diferencia de las televisiones de paga.

Este sistema recibió fuertes críticas y en 2010 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes intentó multar a TV Azteca por operar HiTV sin concesión, sin embargo, al tratarse de un servicio que debe ser regulado por la Cofetel, no se logró comprobar que violara ninguna ley, pues esta instancia declaró que “no tenía motivos para sancionar a TV Azteca porque el servicio se ofrecía de acuerdo con la ley y la política de conversión digital”¹¹¹.

Ante los acuerdos de la Cofetel que pretenden abrir la competitividad, el llamado duopolio ha impuesto amparos que obstaculizan el proceso de transición y la licitación de canales nuevos. El Ejecutivo y sus instituciones, por su parte, han tratado de mantener el control pero se encuentran incapacitados ante estas empresas que en México parecen tener mayor poder político que el mismo gobierno.

Sin embargo, la Cofetel advirtió que de seguir retrasando la transición digital, las partes implicadas serán acreedoras de una multa, además de que la asociación recién formada por la empresa de telecomunicaciones Iusacell y Televisa quedaría disuelta al violar una de las condiciones impuestas por la Comisión Federal de Competencia (CFC) al autorizar esta alianza.

La Cofetel ha anunciado también, que espera que exista continuidad en los proyectos durante el nuevo sexenio priista, aunque para la televisión cultural el escenario es complejo frente a un gobierno que ni siquiera ha dado a conocer su estrategia en materia de cultura.

Ahora bien, si el proceso concluye satisfactoriamente habrá que preocuparse por otra cuestión: la garantía de que las nuevas frecuencias sean capaces de brindar una oferta plural e incluyente.

¹¹¹ Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *op. cit.*, p. 78

Actualmente, todos los canales analógicos cuentan con sus repetidoras espejo y otras señales de prueba, y se tiene prevista la repartición de algunos canales sobrantes para instituciones como la Universidad Autónoma Metropolitana o el Congreso de la Unión.

Pero lo que en teoría traería consigo una mayor apertura a la experimentación de contenidos, como menciona Omar Rincón, investigador y profesor de Comunicación y Televisión de la Universidad Javeriana de Colombia, en algunas regiones que ya han probado estas tecnologías, no siempre se han obtenido resultados favorables.

En Europa, por ejemplo, la apertura de nuevas señales no ha significado una mayor diversidad, por el contrario, ha homogeneizado su programación, generando competencia entre los canales existentes para obtener los mayores niveles de *rating*.

Rincón explica que como consumidores obtendremos muchos beneficios debido a la diversidad de alternativas que se nos presentarán ante nuestros ojos, la única barrera que nos impedirá desarrollarnos como consumidores será el dinero con el que contemos para adquirir estos servicios.

Hasta ahora el crecimiento de la televisión digital ha sido lento, pues según el INEGI sólo el 13.2% de los hogares mexicanos cuenta con uno de estos aparatos receptores. “Esta cifra representa un aumento del 3.3%, con respecto del año pasado y el 81.5% del total de hogares declaró disponer sólo de televisor de tipo analógico.”¹¹² No obstante, se espera que para 2015 se logre el apagón analógico en la mayor parte del país.

¹¹²s/a. En México 38.9 millones de personas usan una computadora y 32.8 millones utilizan Internet, [En línea] Comunicado Núm. 413/10, s/p, México, INEGI, 8 de diciembre de 2010, URL:

El temor es que la brecha digital, ya existente desde el surgimiento de las nuevas tecnologías de la información, se incremente con el cambio en la televisión: “Quien no accede a la información tampoco puede acceder en igualdad de condiciones a un mundo supuestamente intercomunicado.”¹¹³

Además de la incapacidad económica para adquirir aparatos nuevos, las predicciones para los televidentes no son tan alentadoras, pues así como ocurre en Colombia (país desde el que escribe Rincón), en México no se nos ha tomado en cuenta como ciudadanos, sino como consumidores.

Seremos más útiles para el mercado, ya que para los operadores de los canales será más fácil conocer las preferencias de la audiencia con respecto a su programación; habrá “una mayor experimentación con nuestros gustos y nuestra capacidad de compra”¹¹⁴, pero hasta el momento han sido relegados nuestros intereses como espectadores.

Las regulaciones aún continúan. Es por ello necesaria, la adopción de estrategias que regulen la participación de los concesionarios, el gobierno y las audiencias en sus dos modalidades, la de consumidores y la de ciudadanos.

En un país como el nuestro en el que la información sigue siendo uno de los grandes poderes, los objetivos de la regulación de señales digitales, más que enfocarse en el televidente, giran en torno a las afecciones económicas y políticas.

<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp> [Consulta: 29 de julio de 2012]

¹¹³ Agustín García Matilla, “Una televisión para la educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial”, [CD-ROM] *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*, Madrid, Máster de Televisión Educativa y Corporación Multimedia, con la colaboración de UNICEF, 2002, p. 1

¹¹⁴ Adrián Miranda, *op. cit.*, p. 30.

El modelo que prevaleció a lo largo de los anteriores gobiernos priistas y aún durante el primer sexenio del Partido Acción Nacional, estaba encaminado a la privatización de los medios; ya en el actual podemos observar un avance en cuanto al otorgamiento de algunas señales a organismos estatales y la apertura –aunque aún con limitantes– de la competencia.

Hasta el momento en que se escriben estas líneas, se ha generado un replanteamiento de los medios en el que las políticas de comunicación han quedado estancadas y obsoletas.

Se requieren estrategias que vayan a la par de los avances tecnológicos y que regulen desde las estructuras de los medios, hasta los contenidos de las mismas, así como su producción y difusión.

El apagón analógico traerá consigo muchos cambios en las tecnologías de la información, en la economía, en la manera de producir contenidos, en la reconfiguración de la audiencia; sin olvidar los aspectos de socialización, pues al contar con mayor movilidad (al captar señales vía Internet desde dispositivos portátiles, por ejemplo) se terminará por completo la televisión que propiciaba la convivencia familiar o social.

Podemos decir que este cambio en las telecomunicaciones implica riesgos y hasta la fecha no garantiza mejoras para el ciudadano en cuanto a su función social, pero tampoco las descarta; además de que tecnológicamente representa un gran avance para el país.

“En el futuro la digitalización podría ser una oportunidad para abrir el sistema de comunicación mexicano y otorgar a los ciudadanos gran variedad de puntos de vista”¹¹⁵, todo depende de que se lleven a cabo las regulaciones adecuadas y se vigile el cumplimiento de las mismas.

¹¹⁵ Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *op. cit.*, p. 89

04

Televisión cultural para la juventud

*4.1 Propuesta de agenda programática
y estrategias de difusión, 4.2 Observa-
ciones finales*

La dificultad para realizar contenidos abunda en un mal cada vez más frecuente: la redundancia. Las nuevas propuestas recurren a las viejas fórmulas modificando algunas características o simplemente haciendo continuaciones de las mismas.

Vemos con decepción que los horarios estelares han quedado conformados por series o películas de origen extranjero, principalmente norteamericanas, y en cuanto a la producción nacional encontramos programas de entretenimiento burdo que no tienen otra finalidad más que la venta de productos en sus cortes comerciales.

Surge, entonces, la necesidad de crear contenidos incluyentes, que abarquen a las diferentes generaciones: niños, jóvenes, adultos y ancianos. Una programación que no excluya a ningún sector por el hecho de resultar poco redituable.

Como se ha estudiado, es la televisión cultural quien se ha encargado de proporcionar salidas a este tipo de programación, aunque todavía en espacios limitados y sorteando dificultades de presupuesto, difusión y claridad en sus contenidos para adecuarlos al público.

Los 30 minutos de programación cultural que la LFRT exige a la radio y la televisión, no representan ningún porcentaje significativo para estos medios y, aún así, pocas son las ocasiones en las que nos llegamos a encontrar con programas de este carácter en las televisoras comerciales.

Es indispensable que los medios sean regulados periódicamente, y que estas acciones no se queden sólo en el centro del país, sino que lleguen también a las televisoras estatales, pues debemos tomar en cuenta que la forma de vida es variable de ciudad en ciudad y no se trata de establecer patrones, sino de impulsar las características, tradiciones y costumbres de cada región.

Tampoco hablamos de segmentar toda la televisión para alcanzar los intereses más sofisticados del telespectador, pues como Jesús Martín-Barbero menciona, es necesaria una televisión que “ofrezca a todos los públicos un lugar de encuentro”¹¹⁶, una televisión que unifique y fomente los valores nacionales, tal y como la LFRT lo marca.

Pero para iniciar hay que considerar a la televisión como una herramienta de progreso, que contrario a lo que muchos piensan, nos puede ofrecer más de lo que imaginamos.

El aprendizaje por televisión puede fallar al ser un proceso personal que dependerá de los conocimientos externos y de la capacidad de abstracción. Y ya que es imposible revisar los esquemas de cada televidente, de ahí la importancia de una escuela (como institución) que brinde las bases para la comprensión e integración de conocimientos aprendidos fuera del aula.

Los medios tienen derecho a mostrar opiniones y tendencias que influyan en la consciencia del receptor; sin embargo, entre mayor sea la calidad de nuestra preparación escolar y familiar, será más difícil aceptar la información sin cuestionamientos. Es por eso necesario que tanto la televisión como la escuela se unifiquen tal y como se hace desde hace tiempo en otros países.

¹¹⁶ Miguel Ángel Sánchez Armas, *op. cit.*, p.47.

Por ejemplo, en Japón, la NHK (la corporación de televisión pública del país) en conjunto con las instituciones dedicadas a la enseñanza planifican los contenidos con base en los planes de estudios establecidos por el sistema educativo, aunque también abordan temas que no están incluidos en los temarios.

Sus contenidos son evaluados por institutos de investigación en educación y cultura, todo esto mediante una comisión que se reúne varias veces al año para intercambiar opiniones y materiales útiles para la realización de los programas de acuerdo con las necesidades del sistema educativo.

España, aunque en menor medida, ha sabido sacar provecho de sus televisoras educativas, pero sobre todo ha conjuntado las ventajas de las tecnologías digitales al integrar la interactividad a sus emisiones.

Es el caso concreto de los canales “Quiero TV” (actualmente extinto) y “Beca TV”, el cual se apoya de su plataforma en Internet para ofrecer servicios que complementen los conocimientos transmitidos, como cursos en línea, libros y productos multimedia.

En nuestro país se ha optado por la transmisión de señales de alta definición, lo cual limitaría al espectro en cuanto a la integración de aplicaciones que permitan al televidente acceder a Internet desde su televisor y aprovechar la infinidad de posibilidades que ofrece esta interactividad.

De esta forma, como espectadores, sólo seríamos beneficiados con una imagen y un sonido de excelente calidad, pero estaríamos desperdiciando muchas de las ventajas que ofrece la digitalización.

Si las regulaciones permiten que se abran este tipo de servicios, la retroalimentación entre el espectador y el productor de contenidos sería una labor continua. Mirar la televisión se convertiría en una labor didáctica, como sucede con “Beca TV”.

Para la elaboración de programas en televisoras gubernamentales, será necesaria una reestructuración desde sus formas de trabajo, seguir procedimientos, plantearse objetivos de comunicación, en especial para los dedicados a la enseñanza, que suponen considerar al televidente como actor social y no como consumidor.

Estaríamos equivocados si no consideramos como pilar fundamental a la relación económica entre televisión y televidente, tan mencionada a lo largo de este trabajo. Es por ello que el presupuesto que reciban las empresas es indispensable para que las acciones aludidas anteriormente se lleven a cabo.

Durante los últimos años expertos han exhortado al gobierno “a reorientar su gasto en medios de comunicación privados hacia los medios de comunicación de servicio público”¹¹⁷, pero no se ha obtenido respuesta a estas demandas.

Tal vez, una regulación que le otorgue la importancia debida a la televisión cultural y formativa no representa una inversión redituable a corto plazo, pero sí a largo si la consideramos como parte del sistema educativo.

Esto nos lleva a la inversión en infraestructura, pues hasta el momento, las señales de las televisoras culturales no son capaces de llegar, ni siquiera, a todas las zonas del Valle de México debido a cambios geográficos y a la organización de la urbe; ya no digamos en el resto del país, donde la desigualdad en este sentido es mucho más evidente.

¹¹⁷ Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *op. cit.*, p. 9 y 10

Todo lo anterior sería posible con la creación de políticas públicas que defiendan al ciudadano, que fomenten la creación de contenidos útiles, de calidad y que muestren la diversidad cultural; pero sobre todo haciendo válidas dichas reformas por encima de los intereses económicos de los grupos más poderosos.

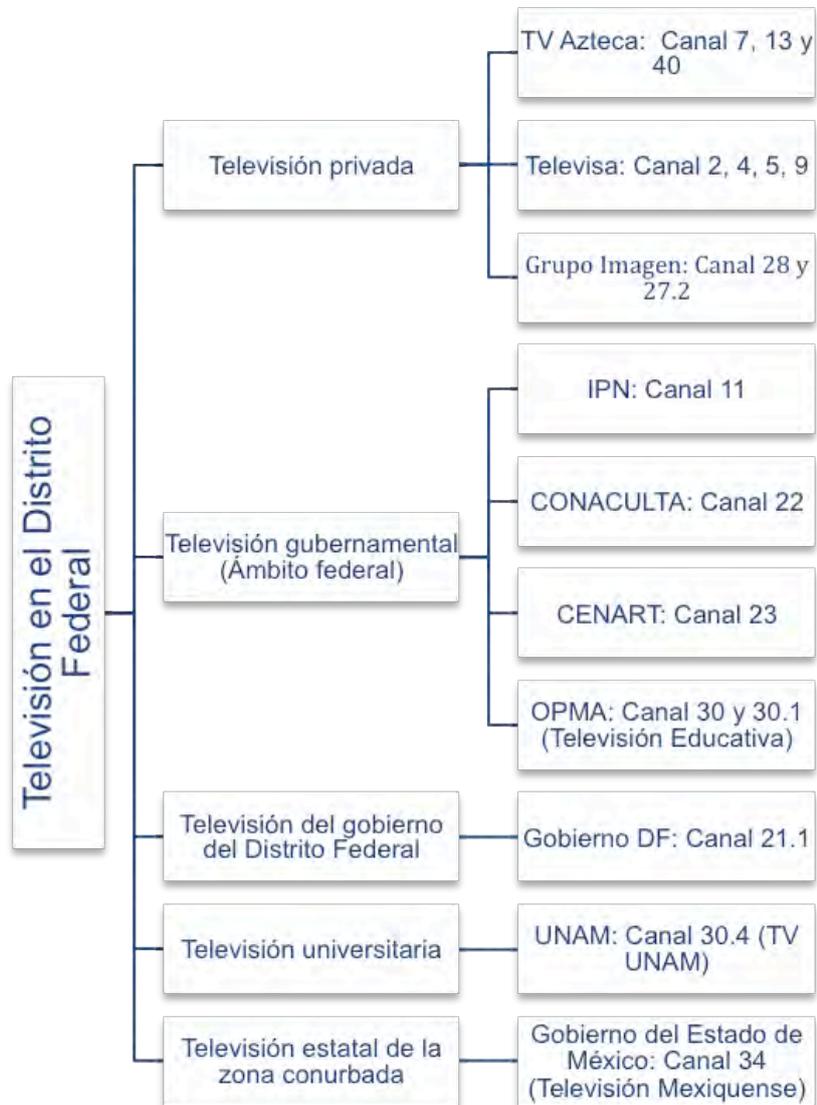
Omar Rincón plantea, además, una salida interesante pero sobre todo necesaria en nuestro país: la televisión pública, “como aquella en la que los ciudadanos tenemos derecho a la pantalla desde nuestras estéticas y gustos; como lugar de todos, de encuentro y conexión entre culturas y gustos”¹¹⁸. Una televisión pública capaz de regular de los contenidos del modelo generalista.

4.1 Propuesta de agenda programática

En esta sección se busca crear estrategias de contenidos para jóvenes, para lo que tomaremos en cuenta que la televisión no necesariamente es una herramienta para resolver problemas, pero sí un vehículo para dar a conocer los intereses de las audiencias y así actuar al lado de otros mediadores.

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 31

El esquema de la televisión abierta en la ciudad de México se configura de la siguiente manera:



Con la apertura de la televisión digital cada vez encontramos más canales que podrían ofrecer contenidos con interés social, sin embargo al ser subsidiados por el gobierno, sus presupuestos son muy limitados y otros son recortados anualmente.

Por ejemplo, en la siguiente tabla se observa una reducción de 66.4 millones de pesos para Canal 11 y de 3.9 para Canal 22:

	2009		2010	
	Pesos mexicanos millones	US\$ millones	Pesos mexicanos millones	US\$ millones
Canal Once	532.4	41.0	466.0	36.0
Canal 22	224.2	17.0	220.3	16.5

Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), 2010. En: Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *Los medios digitales México*, Open Society Foundations, 2011, p. 29.

Si consideramos que esas cantidades monetarias se utilizan en la producción de programas, mantenimiento, pago de nóminas e inversión tecnológica, las cifras resultan escuetas para realizar productos de calidad.

Algunos canales de carácter gubernamental como los antes mencionados cuentan con otras salidas para su financiamiento, pero los ingresos que se obtienen de otras fuentes son insignificantes.

Por ello es indispensable la reorientación del gasto público destinado a los medios, por ejemplo, al limitar los recursos encaminados a la publicidad gubernamental, los cuales son excesivos comparados con lo que se le otorga a los canales del Estado.

Además de la acción del gobierno, existen alternativas que podrían llevarse a cabo desde los propios medios. Para empezar, se propone un trabajo interinstitucional entre las dependencias encargadas de cada canal, con tres objetivos básicos:

- a) Realizar coproducciones entre canales, que aligeren los gastos de producción.
- b) Compartir materiales y reutilizarlos, con lo cual también se reforzaría la difusión de los mismos.
- c) Intercambiar servicios de producción cuando más de un canal necesite los mismos materiales. Es decir, establecer una coordinación entre instituciones para que cada una aporte parte del equipo, ya sean cámaras, iluminación o transporte, en lugar de que cada dependencia se limite a sus recursos.

Por otro lado, se propone la explotación de los programas a través de su comercialización, o bien de una difusión potencializada, que además de estar disponible por televisión abierta, incluya transmisiones en las organizaciones dedicadas a tratar cada una de las problemáticas, por ejemplo hospitales, escuelas, centros de trabajo; además de lugares de uso común como el transporte público.

Al llevar a cabo el proceso por el cual se identificaron las instancias correspondientes a cada una de las problemáticas, se comprobó que una de las mayores deficiencias es la falta de difusión de los programas que cada una ofrece.

La información vía Internet, además de tener un alcance poco accesible para las clases marginadas, no resulta suficiente en contenido; muchas veces se encuentran lagunas, pues no aclaran de qué tratan los proyectos, otras tantas no es posible saber cómo acceder o beneficiarse de los mismos.

Algunas estrategias se realizan por medio de las escuelas o centros de trabajo, dejando excluidos a los niños y jóvenes que no tienen acceso a la educación o al empleo.

Sería útil, entonces, considerar el apoyo de estas dependencias para trabajar en conjunto, realizando coproducciones que beneficien a ambas partes: por un lado, la televisión se serviría de un respaldo económico y de ideas, y por otro, ayudaría a las organizaciones e instituciones a difundir información, proyectos y resultados.

Para un mejor aprovechamiento de las producciones logradas, se plantea tratar los contenidos de manera atemporal, a fin de que estos puedan ser reutilizados cuantas veces sean necesarias para lograr una mayor penetración en la audiencia.

Debido a que las circunstancias en las que se desarrollan los jóvenes son variables — ya que encontramos quienes se dedican al estudio, al empleo o quienes no desempeñan ninguna actividad—, los formatos de programación generalistas, predominantes en la televisión mexicana, son insuficientes, pues no permiten la apropiación de contenidos específicos.

Los productores han de entender que con la proliferación del Internet y la televisión de paga, el campo en la televisión abierta exige moverse entre la diversificación y la especialización.

Se requiere magnificar su impacto, para lo cual se necesita un esquema amplio, donde los programas sean repetidos en diferentes horarios y canales, durante un tiempo determinado. La transmisión de estos programas podría ir de la mano de campañas propuestas por el gobierno federal o estatal.

La televisión privada ha tratado en los últimos años de realizar labores que contribuyan al bienestar social, por ejemplo, la creación de fundaciones que protegen a personas de sectores vulnerables como los discapacitados o los adictos a alguna sustancia.

Sin embargo, con su programación ofrecen mensajes contradictorios, en los que destaca la falta de interés por estos temas si no es para atraer el morbo de la audiencia.

Una buena forma de legitimarse como actores preocupados por la sociedad sería la transmisión de cápsulas o programas en los que se aborden temas de interés para la ciudadanía, de una forma seria y solidaria con las instituciones públicas.

Con lo planteado en los párrafos anteriores se busca optimizar el presupuesto de los canales así como sus formas de difusión. El principal interés consiste en llevar a la mayor cantidad de jóvenes posible contenidos de calidad, que los orienten sobre situaciones propias de esa etapa.

Se trata de establecer una vía alternativa, capaz de llegar a las mayorías. Una vía que facilite y proponga salidas.

4.1.1 Temáticas destinadas a adolescentes, padres y educadores

A continuación son retomados los problemas que presentan las cifras más alarmantes en el sector joven –vistos durante el primer capítulo–, para plantear estrategias en relación con el público objetivo al que se encuentran enfocados, ya que un joven de 15 años no tendrá la misma asimilación que uno de 29.

En este primer apartado, se recomienda que los preadolescentes sean nuestro principal público objetivo, como una medida para la prevención de cada problema.

Por otra parte, se cree conveniente la presencia de dos mediadores fundamentales en la formación humana: los padres y los encargados de la educación, pues se trata de temas que requieren de la preparación de estos dos agentes para saber afrontarlos.

El reto consiste en poder llegar a dos públicos tan alejados generacionalmente para hablar de los mismos temas.

- *Desintegración familiar*

Ya sea a causa de la violencia, las adicciones, las condiciones económicas precarias o la migración; la desintegración familiar constituye la base de muchos de los problemas que aquejan a los jóvenes.

Aunque el Censo de Población y Vivienda 2010 muestra que en el país, seis de cada diez personas mayores de 15 años se encuentran casadas o en unión libre (59.5 de esta población), “entre 2000 y 2009 el monto de matrimonios se redujo 21% y el de los divorcios aumentó 61 por ciento.”¹¹⁹ Lo anterior indica su tendencia al crecimiento que atiende a las condiciones actuales del país.

Las familias de menores ingresos son las más propensas a incurrir en situaciones originadas por la desintegración familiar y son, estas mismas, las principales consumidoras de televisión abierta.

¹¹⁹ s/a, “Estadísticas a propósito del 14 de febrero”, [En línea] INEGI, México, 10 de febrero de 2012, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2012/matrimonios12.asp?s=inegi&c=2827&ep=83> [Consulta: 12 de noviembre de 2012]

Por lo tanto, se piensa que a través de programas dirigidos a los padres se les puede orientar en la prevención y solución de problemas como la violencia, niñez callejera, delincuencia, deserción escolar y subempleo.

Entonces, sería de utilidad retomar programas como “Escuela para padres” transmitido en años anteriores por Canal 11, en el que se debatían temas relacionados con la formación de los hijos, con la ayuda de especialistas en el tema; para lo cual habría que reorientar los contenidos a temas más frescos y ágiles.

En este caso, el sistema para el Desarrollo Integral de la Familia y la Secretaría de Desarrollo Social, jugarían un papel fundamental como asesores, y al mismo tiempo, estos programas funcionarían como vías para difundir las acciones que se llevan a cabo desde el gobierno federal.

El DIF nacional y el DIF-DF han creado estrategias para atender a las víctimas de la desintegración familiar, por ejemplo, el programa “Hijos de la ciudad” que tiene como objetivo fomentar en los niños y jóvenes en situación de calle actitudes positivas a través de actividades lúdicas, que los impulsen a reintegrarse a la sociedad por voluntad propia.

Cuenta también con programas para prevenir la delincuencia; asesorías jurídicas sobre temas como el divorcio, la patria potestad o la pensión alimenticia de los hijos; así como estrategias dentro de las escuelas para ayudar a los niños y adolescentes a detectar la violencia familiar y denunciarla.

La estrategia en este caso es sencilla ya que se cuenta con proyectos ya elaborados por las instituciones (como los anteriores); lo que hace falta es generar impacto a

través de su difusión, al mostrar lo que se hace en estos programas y la forma de acceder a ellos.

Para lo anterior, se requiere de un trabajo en conjunto con otras herramientas de comunicación, por ejemplo, redes sociales o páginas web, a través de las cuales se refuerce la información y los datos para acudir a los centros de ayuda; esto, al tener en cuenta que cada vez más familias cuentan con acceso a estos servicios.

Se propone para este caso, confrontar en un estudio a padres e hijos, para discutir y exponer problemáticas generacionales y temas que pueden ser causa de discordia, así como la forma en que las familias los enfrentan.

El objetivo aquí no sería mostrar una manera correcta o incorrecta, sino ofrecer ambos puntos de vista para lograr un mejor entendimiento, y que a partir de ejemplos el televidente se de cuenta de qué tipo de comunicación da mejores resultados y sea capaz de aplicarlos en situaciones similares.

El moderador deberá ser una persona que conozca los conceptos de ambos grupos generacionales, y que de preferencia se encuentre en una edad intermedia para que no sienta identificación con alguno de los sectores. El conductor servirá para guiar la discusión y evitará emitir opiniones.

Debido a que no se pretende llegar a conclusiones inducidas, los expertos no estarán presentes en el programa sino que servirán como instructores para que el conductor conozca el tema, además de que proporcionarán información sobre centros de ayuda y especialistas.

Ya que el programa busca que los participantes se expresen abiertamente se plantea que el set sea cómodo y agradable pero no informal, pues cabe recordar que en este caso el público objetivo son tanto padres, como jóvenes.

- *Adicciones*

El problema de las adicciones tiene varias aristas. Las más relevantes son el aumento en el consumo de estupefacientes (sobre todo en la zona capitalina) y la ola de violencia generada a raíz de la *guerra contra el narcotráfico*, impulsada desde el pasado sexenio presidencial.

En el Distrito Federal, la edad en la que se inicia el consumo de drogas cada vez disminuye más. En la última Encuesta Nacional de Adicciones (2011) se detectó que es entre los 12 y 17 años cuando los adolescentes experimentan por primera vez con sustancias nocivas.

En los medios de comunicación ya se han hecho intentos por concientizar al joven sobre los efectos y consecuencias de las drogas pero, a pesar de esto, el número de adictos continúa en aumento.

Se plantea una labor organizada entre mediadores como la familia, la escuela y las organizaciones encargadas de estos temas; junto con la televisión; con el fin de establecer ideas, discursos y valores claros, que no se contradigan de institución a institución.

Es esencial que además de brindar la información básica sobre las adicciones, se den a conocer alternativas para solucionar el problema, pues como afirma Juan Núñez Guadarrama, coordinador de la Alianza Nacional para el Control del Tabaco, uno de los mayores problemas se encuentra en la difusión.

Lo anterior, según Núñez, debido a que hay jóvenes que apenas saben de la existencia de organizaciones como Alcohólicos Anónimos, pero desconocen otros centros de ayuda que además atienden de manera gratuita.

Los encargados de ofrecer servicios de prevención y ayuda son los Centros de Integración Juvenil, A.C. (CIJ), la Comisión Nacional Contra las Adicciones (CONADIC) y, en el D.F., el Instituto para la Atención y Prevención de las Adicciones.

Todos ellos han venido trabajando en conjunto con escuelas, centros de trabajo, la Secretaría de Salud y el Instituto Nacional de Psiquiatría. Sólo hace falta ampliar sus canales de difusión para llegar a aquellos jóvenes que no pertenecen a ningún sistema escolarizado o no cuentan con servicios de salud.

En cuanto al tratamiento de los temas se propone que sean abordados de manera abierta, sin prejuicios y sin prohibiciones, ya que el joven, por su naturaleza, suele reaccionar con curiosidad ante lo que le es negado.

Por ello, es viable realizar contenidos en los que se les brinde la capacidad de tomar decisiones, pero siempre dando a conocer las repercusiones desfavorables para la salud y su impacto a largo plazo en el ámbito familiar y social, además de sus consecuencias ante la ley.

Todo esto con la ayuda de orientadores que contribuyan a la toma de decisiones asertivas y que actúen en caso de que estas no beneficien al adolescente.

En los últimos años, los medios de comunicación y las autoridades le han prestado atención a la propuesta sobre la legalización de la marihuana, con el objetivo de reducir el tráfico ilegal de esta sustancia. Dicha reforma no ha sido avalada debido a que aún se ponen en duda muchas variables, principalmente el posible aumento de consumidores.

Sin embargo, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Adicciones (2011) la droga de primer consumo predominante en la mayoría de los jóvenes es el alcohol, seguida por el tabaco y, posteriormente, los inhalantes y la marihuana.

No es que el tema de la marihuana y las drogas de diseño resulte menos importante, pero si debemos comenzar atacando desde las bases, el primer paso sería reforzar la atención en las drogas de fácil acceso y mayor consumo.

En este caso, hay que eliminar el mito de que el alcohol y el tabaco no son drogas dañinas por el hecho de ser legales. Simplemente, de 2008 a 2011 el número de consumidores jóvenes aumentó del 31.7 al 42.9 por ciento. Además de que destaca el consumo en mujeres, quienes presentan una mayor dependencia.

No está de más recordar que en el caso de estas dos sustancias se han creado infinidad de campañas que advierten sobre los daños al hígado y a los pulmones ocasionados por el consumo desmedido.

Sin embargo, en estas drogas así como en la marihuana y otras, las repercusiones más graves son los trastornos mentales, debido a que convierten al individuo en una persona no apta para realizar actividades naturales como el trabajo o el estudio, además de que generan aislamiento social y desórdenes emocionales.

Para desarrollar este tema adecuadamente es fundamental la ayuda del Instituto Nacional de Psiquiatría, a través del cual se pueden obtener acercamientos a situaciones reales y testimonios de personas que se han enfrentado a este problema, mismos que podrían ser transmitidos por televisión, con lo cual se evitarían las dramatizaciones descontextualizadas.

El afán de estas estrategias no consiste en crear miedos o prejuicios en el joven, sino en crear consciencia. Se proponen, por lo tanto, programas seriados en los que se muestren situaciones diversas de consumidores de drogas legales e ilegales, y en distintos momentos de la vida del ser humano, por lo que algunas tendrían un mayor grado de crudeza que otras.

Como ya se mencionó, es fundamental no actuar desde la prohibición ni la dramatización, sino facilitar argumentos para que el joven sea capaz de decidir sobre su consumo y poder mantener control del mismo al conocer las consecuencias a largo plazo y hacer énfasis en que éstas no tienen marcha atrás.

En el otro lado, tenemos el tema del tráfico de drogas que, al igual que “la violencia, la falta de seguridad y el crimen organizado, son los asuntos más sensibles tratados con mayor frecuencia en los medios de comunicación, pero no con la profundidad que requieren”¹²⁰.

¹²⁰ Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa-Plata, *op. cit.*, p. 53

Además de que el tratamiento de estos temas se encuentra ligado a las disposiciones del gobierno, sobre todo si recordamos la reciente ola de crímenes atribuidos al narcotráfico que mancharon la imagen del pasado gobierno.

Las cifras de jóvenes que se encuentran entre las filas del narcotráfico es alarmante: de acuerdo con el periódico Reforma, la Red por los Derechos de la Infancia ha estimado que alrededor de 30 mil jóvenes participan en actividades ligadas al tráfico de drogas, la mayoría de ellos reclutados en provincia.

Su edad de iniciación es en promedio los 16 años, y su participación sobresale en zonas rurales y al norte del país. En el Distrito Federal, sin embargo, encontramos un gran número de jóvenes implicados en el narcomenudeo.

Según Jesús Rodríguez Almeida, ex procurador capitalino, fueron detenidas 504 personas de agosto a octubre de 2012, de las cuales “228 tienen una edad de entre 18 y 27 años, mientras que 124 se encuentran en el rango de 28 a 37 años, los demás son menores o personas de mayor edad”¹²¹. Muchos de ellos fueron puestos en libertad al demostrar que sólo eran farmacodependientes.

A pesar de que estos datos develan la necesidad de reforzar la educación y la formación de valores para que los jóvenes no sean presas fáciles de los contrabandistas, los noticiarios muestran esta realidad como algo cotidiano a lo que nos hemos acostumbrado.

¹²¹ Notimex, “PGJDF captura a 504 narcomenudistas en mes y medio”, [En línea] *Azteca Noticias*, México, 11 de octubre de 2012, URL: <http://www.aztecanoticias.com.mx/notas/seguridad/133280/pgjdf-captura-a-504-narcomenudistas-en-mes-y-medio> [Consulta: 14 de noviembre de 2012]

Por su parte, las casas productoras se han aprovechado de este contexto para llevar a las pantallas series, películas y telenovelas que reproducen conflictos derivados del narcotráfico, con héroes, villanos e historias de amor de por medio. Esto hace que el problema sea banalizado y llevado a extremos que lo hacen parecer un cuento fuera de la realidad.

Por ello, surge la necesidad de que los medios le brinden la debida seriedad a este tema a través de los noticiarios y programas de análisis; asimismo, es primordial que intervengan, una vez más, mediadores externos para concientizar al joven y alejarlo de situaciones de riesgo.

- *Violencia*

Como es sabido existen formas diversas de violencia, las que más afectan al joven capitalino son la intrafamiliar, la de género y la escolar, sin olvidar que diariamente estamos envueltos en un panorama de violencia, desde lo que observamos en los medios, hasta lo que nos encontramos en la calle.

Una de las razones por las que este tema ha cobrado importancia en los últimos años se debe a que de 2006 a 2009 el delito de violencia intrafamiliar aumentó 486%. Aunque en realidad todos los ilícitos relacionados con violencia se incrementaron: lesiones 5%, violación 20%, secuestro 141%¹²².

¹²² s/a, *Seguridad pública y justicia 2010 : principales indicadores*, México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010, p. 8

Otra cifra importante resulta si consideramos que el joven por su condición física no se encuentra dentro de los grupos con mayores índices de mortandad por enfermedades o causas naturales; sin embargo, se ha registrado que el 4.4%¹²³ de sus defunciones se debieron a conductas violentas.

“Entre las mujeres la tasa más alta se ubica entre quienes tienen 20 años, donde cerca de ocho de cien mil mueren por agresiones intencionales, mientras que entre los hombres de 25 años, 102.6 por cada cien mil”¹²⁴

La tasa de defunciones para hombres sobrepasa por mucho la de mujeres. Pese a esto, la violencia de género se encuentra dentro de las principales preocupaciones por su alta incidencia.

De hecho, se ha registrado que 67 de 100 mujeres mayores de 15 años han sufrido de algún tipo de violencia a lo largo de su vida en pareja (INEGI, 2006), pero también por parte de desconocidos o en el ámbito laboral. Y se ha contabilizado un 7.1¹²⁵ por ciento de mujeres que han considerado el suicidio como una solución ante el maltrato sufrido.

A pesar del esfuerzo de la televisión abierta por mostrar programas apegados a lo que viven las familias mexicanas, muchas veces también incentivan la falta de apertura, la formación de juicios erróneos y la doble moral.

¹²³ s/a, “Estadísticas a propósito del día internacional de la no violencia”, [En línea] INEGI, México, 2 de octubre de 2012, p. 9, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=inegi&c=274> [Consulta: 13 de noviembre de 2012].

¹²⁴ *Íbidem*, p. 10

¹²⁵ s/a, “Estadísticas a propósito del día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer” [En línea], INEGI, México, 25 de noviembre 2011, p. 9, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=inegi&c=274> [Consulta: 13 de noviembre de 2012]

Por ejemplo, en algunos programas –los menos– se invita a las mujeres a denunciar el maltrato físico o psicológico, mientras que en otros, incluso del mismo canal, las observamos sumisas y condescendientes ante una pareja que ejerce el maltrato.

En el caso de la violencia escolar, el llamado *bullying* constituye una de las nuevas causas de mortandad, al revelarse que, tan solo en el Distrito Federal, al menos 190¹²⁶ jóvenes se quitaron la vida en 2009, a causa de las agresiones sufridas en el entorno escolar.

A pesar de que en estados como el Distrito Federal, Puebla, Tamaulipas y Veracruz ya se cuentan con leyes para evitar el abuso escolar, México es el primer lugar en casos de *bullying*, según la OCDE.

La mayor incidencia del problema la encontramos en los niveles de educación primaria y secundaria, sobre todo entre los 7 y 14 años¹²⁷, por lo tanto éste se convierte en un tema de interés para los futuros jóvenes como medida de prevención, ya que al crecer y contar con más herramientas, (ideológicas, tecnológicas e incluso de armamento), la agresión se torna más fuerte y difícil de controlar.

Además de los mencionados, existen otros tipos de violencia menos representativos en el Distrito Federal. Para todos ellos, la televisión podría funcionar como una excelente herramienta de información sobre su prevención y atención.

¹²⁶ s/a, “Se han suicidado 190 jóvenes por ‘bullying’ en el DF”, [En línea] *El Universal*, 9 de septiembre de 2010, URL: <http://www.eluniversaldelvalle.mx/detalle2316.html> [Consulta 13 de noviembre de 2012]

¹²⁷ s/a, “México, primer lugar en ‘bullying’ en secundaria: OCDE”, [En línea] *Milenio*, México, 14 de noviembre de 2012, URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/2e6ad9e6ff8b914eee2a3ba8fb27aa81> [Consulta: 14 de noviembre de 2012]

Como se dijo antes, en el esquema generalista, existen programas de dramatización sobre casos supuestamente reales, pero con frecuencia carecen de credibilidad y son creadores de estereotipos y prejuicios.

Además parece incongruente que se pretenda concientizar sobre este tema a través de dramatizaciones que muestran más violencia, y qué decir de las telenovelas, los *talk shows* y hasta los programas de deportes.

No es que se exhorte a “esconder” el problema, pero, sobre todo en televisión abierta, debemos pensar que las imágenes transmitidas serán absorbidas por conciencias infantiles o jóvenes incapaces de discernir entre la realidad y la ficción.

Por esta razón, se propone abordar el tema desde el punto de vista de especialistas, a través de mesas de debate y orientación a víctimas donde se explique paso a paso qué hacer en caso de sufrir una agresión, a dónde acudir y cómo manejarse ante situaciones de riesgo.

La orientación que recibimos generalmente está dirigida a las mujeres, quienes son las principales víctimas, pero para la realización de estos programas es fundamental que en ningún momento se excluya a los hombres ya que, por el contrario, es importante conocer su percepción del problema como propiciadores y receptores de violencia.

Otra forma para atacar el problema es a través del fomento de la comunicación entre padres, hijos y maestros, para lo cual se requiere de una tarea de orientación sobre cómo acercarse al joven, para detectar cuando sean víctimas, pero también victimarios, y aprender a reaccionar como la autoridad que representan.

Finalmente, si aún con las campañas de prevención y denuncia que ya se han llevado a cabo hasta ahora las cifras de maltrato no han disminuido, tal vez es momento de mostrar la otra parte del problema, la visión del agresor que ha sido denunciado. En otras palabras, hay que advertir a la sociedad que la violencia es un delito grave y, por lo tanto, es penado.

- *Delincuencia*

Como consecuencia de los problemas anteriores encontramos esta situación que afecta en mayor o menor medida a toda la población. Es un problema de carácter histórico, que tiene sus bases en la educación, la situación económica del país y, por supuesto, en el ámbito familiar, como podemos ver a continuación:



Fuente. INEGI. Encuesta Nacional sobre Inseguridad, 2010.

Según el INEGI, en 2010 los delitos más frecuentes fueron los ocurridos en casa, calle, transporte o cajero automático; es decir, delitos con menor uso de violencia si los comparamos con el secuestro y las violaciones.

Prevalencias de delitos por tipo y sexo de la víctima entre la población de 18 años y más

	Sexo			
	Hombre		Mujer	
	Población	Porcentaje	Población	Porcentaje
POBLACIÓN DE 18 AÑOS Y MÁS	35 422 998	100.0	38 974 308	100.0
Víctima de algún delito en 2010	9 450 007	26.7	8 397 543	21.5
Robo total o partes de vehículo	3 363 230	9.5	1 782 730	4.6
Robo en casa, calle, transporte o cajero automático	3 622 388	10.2	3 646 449	9.3
Otros robos	673 421	1.9	568 579	1.5
Fraude o extorsión	2 500 700	7.0	2 650 667	6.8
Amenazas, Lesiones, Delitos sexuales, secuestro y otros	1 398 781	3.9	1 437 379	3.7

Fuente: INEGI. Base de datos de la Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública, 2011

Sin embargo, estas cifras sólo corresponden a los crímenes registrados por las autoridades, el porcentaje de personas que no denuncian supera al de las que sí lo hacen. Se estima que “el 88% de las personas que sufrieron un delito en 2010 no presentaron denuncia alguna y no existe ningún registro ministerial que dé cuenta de los mismos”¹²⁸.

Los motivos más importantes para no denunciar se encuentran relacionados con el desempeño del sistema de procuración de justicia, las principales causas según los ciudadanos son: “la pérdida de tiempo (38%), la desconfianza en la autoridad (15%) y los trámites largos y difíciles (12%)”¹²⁹.

Otra de las causas mencionadas fue el tratarse de un delito de “poca importancia”, lo cual nos indica que la sociedad se está acostumbrando a ser víctima de la delincuencia y se conforma con que los agresores no perjudiquen su integridad física.

¹²⁸ s/a, *Estadísticas a propósito del día internacional de la no violencia*, op. cit, p. 7.

¹²⁹ s/a, *Seguridad pública y justicia 2010 : principales indicadores*, op. cit. p. 78.

El miedo es, sin duda, otro factor determinante para que la ciudadanía no coopere con la procuración de justicia. El encontrarse bajo amenazas de un agresor, o el temor a extorciones o venganzas a futuro conforman aproximadamente el 8 por ciento de las razones por las que los afectados decidieron no denunciar en 2010.

Esta situación ocurre principalmente cuando el delito fue cometido por alguna persona cercana a la víctima.

Las “Estadísticas a propósito del día internacional de la no violencia” (INEGI-2012) demuestran que el 25 por ciento de mujeres que sí denunciaron algún delito, declaró que el agresor era una persona conocida, de los cuales un tercio eran familiares o personas cercanas.

En el caso de las extorciones y secuestros se ha demostrado que, de igual forma, son las personas conocidas quienes cometen estos delitos con mayor facilidad. Somos parte de una sociedad donde ni siquiera los valores familiares han podido anteponerse a los intereses personales.

Además, el sexo ya no hace la diferencia a la hora de cometer un ilícito:

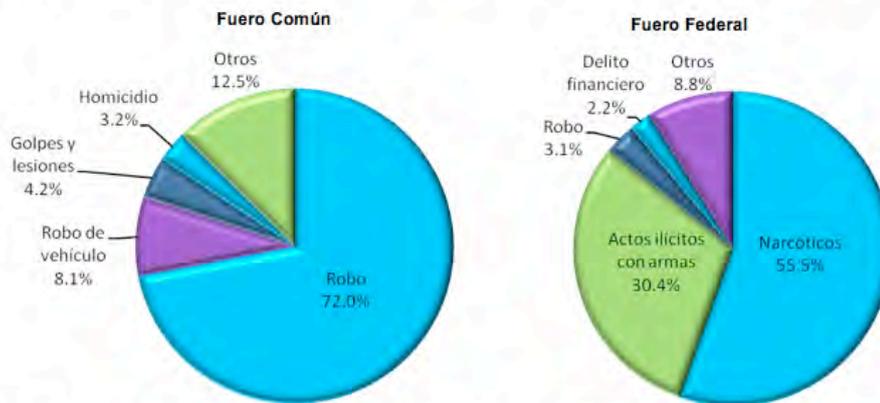
“La participación de las mujeres en este escenario es cada vez mayor y, sin embargo, poco visible y atendida pese a que el Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres), en agosto de 2009, declaró que en los diez últimos años el número de mujeres en las cárceles mexicanas aumentó 200 por ciento como reflejo de su mayor participación en la delincuencia organizada y el narcotráfico.”¹³⁰

¹³⁰ Lucía Lagunes Huerta, Coord., *Las mujeres en el crimen organizado: narcotráfico y secuestro. ¿Tema de información y disertación periodística?*, México, CIMAC Comunicación e Información de la Mujer, AC y Fundación Friedrich Ebert, 2009, p. 11

Las edades cada vez disminuyen más. La Encuesta Nacional sobre Inseguridad (2009), indicó que “los delitos son cometidos en mayor medida por personas entre 18 y 35 años de edad (32%) y entre 26 y 35 años (28%)”¹³¹, entre los 35 y 45 años existe un 12%, los mayores de 45 son los que menos delitos cometen en México.

Los siguientes son los delitos más comunes entre los jóvenes:

Distribución porcentual de la población de 18 a 29 años sentenciada por tipo de fuero según delito, 2011



Fuente: INEGI. Estadísticas judiciales en materia penal 2011. Consulta interactiva de datos.

En las gráficas anteriores se observa que el uso y venta de sustancias ilegales, al igual que la violencia y los robos derivados de situaciones de pobreza son los motivos principales para incurrir en situaciones delictivas.

No está de más destacar que los adolescentes entre 12 y 17 años ya conforman un 7 por ciento de menores infractores. Por ello, debemos fomentar la prevención de delitos desde edades tempranas y atender a los que ya incurrieron en situaciones delictuosas para evitar reincidencias.

¹³¹ *Ibidem*, p. 78

Si mostráramos las consecuencias al cometer un ilícito, ya sea a través de documentales o entrevistas a reclusos, podríamos crear consciencia en aquellas personas que han considerado a la delincuencia como una opción para mejorar su posición económica.

Ante la falta de denuncia, se propone para su tratamiento en televisión, primeramente, reafirmar la imagen de la autoridad mostrando lo que sí se hace en materia de seguridad, pero esto no tendrá sentido si en la práctica no se demuestra su trabajo o si los trámites continúan siendo interminables y se sigue actuando desde la corrupción.

Es un tema complicado, pues no depende sólo de la buena imagen que se pueda ofrecer en los *spots* gubernamentales, sino de la reformulación de todo un sistema de justicia.

Por lo pronto, la televisión podría actuar desde la promoción de valores y de la denuncia, aún tratándose de personas cercanas, para lo cual también sería útil abordar la cultura de la prevención; sobre todo ahora que la información personal se encuentra tan expuesta en las plataformas de Internet, muchas veces por nosotros mismos.

Si se pretende que las producciones sean difundidas en centros de trabajo y escuelas, será recomendable crear una estrategia en la que los contenidos vayan de acuerdo con las diferentes zonas del Distrito Federal, puesto que es una situación variable en cifras y en tipos de delitos.

4.1.2 Temáticas destinadas a jóvenes de 15 años en adelante y padres

En este segmento se abordan dos de los ejes de mayor relevancia: la educación y la salud. Los ubicamos en el público mayor a los 15 años porque las cifras nos indican que son los más expuestos a tomar decisiones negativas.

Como un tercer punto, se encuentra el tema de las madres solteras, al ser una consecuencia de la falta de planificación de salud reproductiva, por lo que está directamente relacionado con lo anterior.

Finalmente, se tratará la discriminación, pues además de hallarse ligada a la violencia y la pérdida de valores, es uno de los pocos problemas en los que se ha de reconocer que ya se está actuando a través de los medios, en especial de la televisión.

- *Educación e inserción laboral*

No hacen falta cifras para conocer la realidad de la educación en nuestro país. Como sociedad, día a día somos partícipes de ella y estamos conscientes de que se debe actuar para su mejoramiento, aunque muchas veces no sepamos cómo hacerlo.

Lo que ocurre en el ámbito escolar tiene infinidad de ramificaciones, de las cuales resaltamos durante el primer capítulo las que tienen que ver con el sistema educativo, o sea, los bajos niveles escolares, la deserción y la insuficiencia de lugares para atender a todos aquellos jóvenes que desean estudiar.

Por otro lado se trataron temas que involucran al ambiente escolar, como la decadencia de valores y el *bullying*, de los cuales ya se habló.

Los últimos, al tener sus bases sentadas en la institución familiar, no serán abordados en este apartado. Las propuestas irán encaminadas a complementar lo que se hace desde las aulas, a llenar lagunas y a fomentar el deseo del joven por concluir sus estudios.

Como se vio en el primer capítulo, en el Distrito Federal, apenas el 52% de jóvenes entre 15 y 24 años estudian y sólo 27 de cada 100 personas logrará aprobar por lo menos un grado de educación superior, ya que la mayor tasa de deserción se ubica a los 16 años.

Hoy en día sabemos que el discurso de que una mayor educación garantiza un empleo bien pagado ha quedado anticuado, y por ende muchos jóvenes buscan salidas inmediatas en el trabajo informal y el subempleo.

Por ello es importante que le sean mostradas al joven otro tipo de alternativas para no abandonar sus estudios, tales como las becas que ofrece el gobierno o los programas de trabajo temporal auspiciados por el IMJUVE.

También es urgente que se revaloricen las carreras y profesiones menos solicitadas, para que todos tengan acceso a un lugar y para diversificar las aspiraciones personales. Los talleres de orientación vocacional ofrecidos en las escuelas, podrían llevarse a la pantalla chica, haciendo hincapié no nada más en las capacidades y los gustos personales, sino en la situación por la que atraviesa el país.

Es necesario que el joven conozca cuáles son las profesiones y los oficios con mayor futuro, los cuales no necesariamente deben estar ligados a una educación universitaria, lo anterior, también con la intención de que el sobrecupo en las carreras de mayor demanda disminuya.

Respecto al rezago educativo, es precisa la cooperación gubernamental a través de sus órganos encargados, como la SEP, tanto para la revisión de los materiales educativos transmitidos por televisión abierta, como para exigir a las televisoras gubernamentales programas que vayan de la mano con los planes de estudio.

En este aspecto la calendarización de contenidos deberá ajustarse a los ciclos escolares, para que sirvan realmente como un apoyo a lo aprendido dentro de las aulas.

Con el apagón analógico se espera que existan nuevas y más variadas salidas para la televisión educativa, pero mientras seguimos esperando que la digitalización nos permita, por ejemplo, la interactividad, podemos avanzar a partir de los medios alternativos con los que ya contamos.

Una forma efectiva para incentivar la apropiación de la audiencia es hacerla partícipe de lo que ve. Siguiendo el ejemplo de los formatos españoles, se plantea la posibilidad de que se emitan programas o documentales y que a raíz de ellos se generen chats con expertos a través de las redes sociales, lo cual además de reforzar lo aprendido, nos daría una idea de los intereses de los jóvenes.

Otra forma sería, la realización de cuestionarios al término de los programas, en los que se demuestre que los temas han sido aprendidos de forma correcta, y dependiendo de los presupuestos de cada canal, se podría incentivar la participación a través de sorteos.

Con el propósito de incrementar la inserción y el rendimiento laboral, se requieren programas de capacitación, que permitan a la sociedad económicamente inactiva adquirir conocimientos y actualizaciones sobre las herramientas utilizadas en diversas profesiones y oficios, ya sea para la inserción, así como para la reinserción de quienes por algún motivo tuvieron que abandonar su actividad laboral.

Desde la elaboración de un *currículum vitae*, la entrevista de trabajo hasta el trato con clientes, son temas que podrían interesar a profesionistas de diversas áreas, especialmente a quienes buscan trabajo por primera vez.

Finalmente, la falta de preparación es un factor que puede ocasionar la pérdida del empleo, por ello a la par de los programas de capacitación, son necesarios otros que incrementen la especialización de los empleados, así como su rendimiento e interés.

Por ello se piensa en una serie sobre profesiones y oficios donde en cada programa se resuelvan dudas al público y se den consejos para desempeñarse mejor en una actividad específica. No olvidemos que un sector de jóvenes han optado por el comercio informal, tema que no puede pasar desapercibido en esta serie.

- *Salud*

La información recibida a través de los medios cuando se trata de temas polémicos es confusa, por tanto requiere de la atención de los padres y encargados de la formación del joven para fungir como mediadores que lo ayuden a crear juicios y valores propios.

La sexualidad es uno de los tópicos que más afectan a las juventudes en todos sus niveles. En los medios, principalmente en la televisión y el cine, estamos constantemente expuestos a presenciar escenas eróticas sin que éstas sean catalogadas como algo malo o prohibido; sin embargo también tenemos una contraparte que nos muestra estigmas y genera más dudas que respuestas.

Retomando lo dicho en el primer capítulo, el 52.1 por ciento de los jóvenes inició su vida sexual entre los 16 y 20 años, y un 41.7 entre los 12 y 15. Las edades cada vez disminuyen más, lo cual es contradictorio en una sociedad que, supuestamente, se encuentra cada vez más informada.

El tema de la salud reproductiva afecta sobre todo al sector femenino, a pesar de que la responsabilidad envuelve a ambos sexos. Es por ello que se han creado una serie de campañas que promueven el uso de métodos anticonceptivos, mismas que podrían ser llevadas a los medios para obtener resultados potenciales.

Si recapitulamos, nos daremos cuenta de que la mayor parte de los jóvenes que aceptaron haber comenzado su vida sexual conoce algún método anticonceptivo, de los cuales sólo la mitad los usa.

Lo anterior sólo puede indicar que ya no es suficiente con brindar información sobre el tema, ahora se trata de dignificar la posición de la mujer, de hacerla sentir capaz de exigir su bienestar y, por otro lado, de fomentar la responsabilidad en el hombre.

Para concientizar sobre las repercusiones de tener una vida sexual descuidada basta con transmitir la información adecuada, por ejemplo, al prestarle atención a las cifras de embarazos no deseados y de personas afectadas por alguna enfermedad de transmisión sexual.

Según la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2009, el 15.5% de los nacimientos registrados durante un periodo de 5 años provinieron de madres adolescentes. A esto se le suman los embarazos interrumpidos: más de 39 mil 177 abortos desde su despenalización en el D.F.

En lo que corresponde a las enfermedades de transmisión sexual destaca el incremento de casos de Virus del Papiloma Humano y el Virus de Inmunodeficiencia Humana.

En cuanto a la primera, actualmente se llevan a cabo campañas de vacunación en niñas menores de 11 años, con el fin de disminuir las cifras de cáncer cervicouterino, originado en gran medida por el VPH y que anualmente causa la muerte de 4 mil 100 mujeres.

En el caso del VIH, hasta el año 2000, la cifra de muertes en jóvenes del D.F. provocadas por esta enfermedad llegó a los 111 casos en hombres y 19 en mujeres, convirtiéndose en la cuarta y séptima causa principal de muerte, respectivamente.

Las manifestaciones de esta enfermedad en el D.F. varían entre delegaciones, las más afectadas son “Álvaro Obregón, Benito Juárez, Cuauhtémoc, Iztacalco y Venustiano Carranza; de éstas, Cuauhtémoc es la que presenta la tasa más alta con 17.2 muertes por cada 100 mil jóvenes.”¹³²

De esa manera podemos identificar claramente los grupos en los que se requiere aumentar esfuerzos en la concientización de la prevención de enfermedades, con un esquema de programación que requerirá mayor difusión en esas zonas.

Dejando aparte la salud sexual, existe otro tema alarmante por sus elevadas cifras: los trastornos alimenticios, los cuales son considerados problemas propios de la adolescencia y suele decirse que han incrementado como consecuencia de los estereotipos ofrecidos en los medios.

Los problemas de anorexia y bulimia se quintuplicaron en la última década según la Fundación para el Tratamiento de la Bulimia y Anorexia CBA¹³³, y el promedio de edad en el que se inicia con estos desórdenes son los 17 años.

Pero también es indudable que la necesidad de adelgazar muchas veces obedece a un problema real al encontrarse en una situación de sobrepeso. Por ello, además de las campañas en pro de la aceptación física, es urgente, ya sea a través de series o cápsulas, educar en materia de alimentación, es decir, enseñar las formas adecuadas de comer que se adecuen a los diferentes tipos de cuerpos.

¹³² s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*, op. cit., p. 46

¹³³ Cristina Pérez-Stadelmann, “Cirugía revierte bulimia y anorexia” [En línea] *El Universal*, México, 15 de octubre de 2012, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/876654.html> [Consulta: 19 de diciembre de 2012]

Ya que el sedentarismo es una de las causas de la obesidad, se requiere fomentar la actividad física, no sólo con la transmisión de eventos deportivos, sino con programas que incentiven al joven y al niño, en el juego y la competencia sana.

Se proponen programas que faciliten la práctica del ejercicio, incluso desde el hogar, a través de transmisiones que enseñen cómo realizarlos. Todo esto, por supuesto, con la ayuda de expertos.

- *Madres solteras*

Se ha especificado en el título de este apartado, que se trata de un tema que afecta al sector femenino, debido a sus condiciones de vulnerabilidad; sin embargo no se descarta que el género masculino que, aunque en menor cantidad, también se encuentra expuesto.

Derivado de una serie de causas diversas, entre las que se encuentran la pobreza, la falta de educación sexual, la migración y la mortandad, surge el problema de las madres y padres solteros.

La prevención nunca está de más. La creación de una serie sobre planificación familiar, que muestre posibilidades para afrontar el problema aún en situaciones de pobreza, serviría como guía ante los errores más comunes de los jóvenes cuando se trata de pensar en el futuro.

Ya que los casos de padres o madres solteros no siempre van de la mano con la falta de planificación familiar, pues algunos surgen del fallecimiento de la pareja o del abandono de hogar, es indispensable que se de a conocer la ayuda pública.

La Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) cuenta con proyectos de apoyo, como el de estancias infantiles, Abasto Social de Leche, Desarrollo Humano Oportunidades, Apoyo Alimentario y los de vivienda para familias indígenas o de escasos recursos.

Este tipo de políticas asistenciales, brindan soluciones temporales; pero no resuelven el problema de raíz. Esto sólo podría lograrse a través de la educación de los beneficiarios y de la capacitación para darles un mejor aprovechamiento a estos servicios, para lo cual las instituciones podrían valerse de cápsulas televisivas de orientación al usuario.

Si tomamos en cuenta que los formatos seriados de dramatizaciones o casos reales prevalecen en la actualidad en el gusto de las audiencias, se podría lograr un mayor acercamiento a través de casos de jóvenes que se encuentren en esa situación, no necesariamente mostrando un lado positivo o de superación personal, sino uno acercado a la realidad.

- *Discriminación*

Los jóvenes constituyen un grupo lleno de prejuicios que les impiden desenvolverse en actividades que son nuevas para ellos, tales como el trabajo o la participación política.

La Encuesta Nacional sobre Discriminación en México (ENADIS-2010) señala que el 25.1 por ciento de los jóvenes considera que no se respetan sus derechos. Las causas con mayor número de identificación fueron: no tener dinero, apariencia física, edad y sexo; además de su forma de vestir, nivel escolar, color de piel, entre otras.

Ante esto, el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) ofrece su servicio de quejas y reclamaciones, mediante el cual es posible denunciar daños provenientes de personas físicas o morales, así como de autoridades y servidores públicos.

En televisión, quizá el esfuerzo más representativo en esta materia, es el que se lleva a cabo actualmente por Canal 11, por una parte, a través de una serie de *spots*, en los que muestran los prejuicios a los que nos enfrentamos usualmente, mismos que son desmitificados; a través de casos específicos, por ejemplo: creer que una persona nos va a robar por el hecho de tener tatuajes.

Por otro lado, también se emite la serie titulada “Viaje todo incluyente”, en la cual cinco jóvenes con alguna discapacidad conocen diversos lugares turísticos de la república. De esta manera podemos observar las dificultades a las que se enfrentan y la forma en que las resuelven, al mismo tiempo que conocemos más de nuestro país.

Cabe resaltar que en este caso, la CONAPRED ha actuado al lado del canal para la realización de “Kipatla”, una serie dirigida a niños en la que cada capítulo se cuenta una historia sobre discriminación, desde casos de exclusión por edad, hasta otros más fuertes como el hecho de ser portador de VIH.

Aún así, la discriminación generada entre los mismos jóvenes –ya sea por condiciones socioeconómicas, por pertenecer a alguna tribu urbana, por practicar alguna creencia religiosa, por tener preferencias sexuales diferentes o por el simple hecho de ser mujer–, es la más común en nuestros tiempos, y la relacionamos directamente con violencia.

Organismos como el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), la SEDESOL y el mismo CONAPRED difunden información sobre estos temas a través de campañas, hasta lograr que en 2003, se decretara la “Ley para prevenir y erradicar la discriminación”.

Sin embargo, muchas de las quejas no trascienden o ni siquiera son denunciadas. Nos hemos acostumbrado a vivir en un ambiente de burlas y señalamientos hacia quienes se encuentran en situaciones de desventaja. Lo observamos en todos los estratos sociales y cada vez a edades más tempranas. Los medios, a través de su programación, son grandes promotores de violencia y discriminación, al hacerlas pasar por situaciones normales o de comedia.

Para comenzar, hay que dar a conocer las estrategias y leyes que ya existen, promover la denuncia y continuar con campañas como la de Canal 11 que fomenten la tolerancia de ideas, de apariencia, de creencias, etcétera.

4.1.3 Temáticas para jóvenes de 20 años en adelante

El término de la adolescencia supone que los problemas más significativos han pasado y se tiene mayor experiencia y madurez para enfrentarlos. El joven que haya contado con una buena orientación será capaz de tomar decisiones asertivas.

Aún así, pasados los 20 años encontramos situaciones que afectan al desarrollo personal. De éstas destacamos la formación de relaciones de pareja y la postergación de la juventud, dos temáticas actuales que no han sido lo suficientemente explotadas por los medios.

- *Parejas jóvenes*

Se situó en este bloque de edad debido a que según datos de la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica 2009, en promedio las edades en las que se establece la primera unión conyugal son 23.8 años, para mujeres, y 26.6, para hombres. Aunque también puede resultar un tema de interés para el adolescente que se encuentra experimentando su primeras experiencias en pareja.

Así como la violencia en el noviazgo; las separaciones tempranas de familias jóvenes y otras dificultades de la vida en pareja, aunque no son únicas de los niveles socioeconómicos medios o bajos, sí prevalecen en estas clases, mismas que constituyen el mayor número de audiencia para la televisión abierta.

Las familias conformadas por miembros jóvenes representan el 14.1%¹³⁴ de los hogares del D.F., y del total de matrimonios, es entre los 25 y 29 años donde se registran la mayor parte de los divorcios.

Ante las elevadas tasas de separaciones, la tendencia apunta hacia las uniones libres y la sociedad de convivencia. Pero lo que más sorprende es que algunos otros decidan no establecer ningún tipo de compromiso y retrasen, así, su salida del hogar de origen.

La búsqueda de vivienda es, para las parejas que han tomado la decisión de vivir juntos, una situación difícil debido a que los salarios no son suficientes para pagar una renta o adquirir una propiedad.

¹³⁴ Ver: s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*. [En línea], p. 14, México, Comisión de Jóvenes de la Asamblea Legislativa del DF, GDF. URL: http://www.copo.df.gob.mx/c_documental/situacion_jovenes.pdf [Consulta: 10 de octubre de 2011]

Esta situación se complica aún más para las parejas del mismo sexo que han acordado vivir en una “sociedad de convivencia”, término con el que se bautizó a las uniones voluntarias de personas de diferente o del mismo sexo que no pertenezcan a otra sociedad como el matrimonio o el concubinato.

El otorgamiento de créditos, o el ingreso a programas gubernamentales no se encuentra bien definido, además de que los tabúes generados contra las parejas homosexuales se han encargado de dificultar el acceso a privilegios que benefician a cualquier persona heterosexual.

Por ello, hace falta que se definan sus derechos y obligaciones como pareja, para que gocen de un sistema de normas claro y equitativo. Pero sobre todo, la difusión a través de la televisión de los derechos que se obtienen al momento de formar una unión, respaldaría a millones de parejas que quedan desprotegidas ya sea por abandono o por defunción.

Una vez que se ha logrado adquirir un espacio para vivir, surgen otro tipo de responsabilidades que derivan en la consolidación de la pareja o en la ruptura de la misma.

Aunada a la propuesta de una guía para padres, se evidencia la necesidad de crear otra para las familias recién formadas y para aquellos que planean hacerlo en años posteriores.

Para su realización se buscarán parejas jóvenes que han decidido unirse y vivir juntos en situaciones diversas de ingresos económicos, preferencias sexuales, horarios y demás factores que puedan dificultar esta etapa.

Dentro del programa también podrían aparecer algunos consejos sencillos para mejorar la comunicación, ahorrar, cuidar del la casa, etcétera. Con ello, los jóvenes que han decidido vivir solos, aunque no en pareja, también podrían beneficiarse.

Para esta producción no se requeriría de un estudio ya que el objetivo es seguir el día a día de las parejas desde sus hogares o lugares que frecuenten. No se buscará dramatizar, sino exponer modos de convivencia, observar sus rutinas diarias y contextualizar sus decisiones.

- *Autonomía postergada*

Con la llegada de nuevas responsabilidades, surgen inquietudes ante las cuales el joven puede sentirse incapaz de contar con la suficiente madurez para afrontarlas.

Hemos destacado, la unión de pareja y la inserción laboral entre las decisiones que suelen postergarse con mayor facilidad. La primera de ella es una decisión personal, pero la segunda, repercute no sólo en el desarrollo del joven sino también en la situación económica del país.

Cuando pensamos en el problema de la autonomía postergada no podemos olvidar la elevada cifra de *ninis* en México (7.8 millones), lo cual nos lleva a reconsiderar la institución escolar y la inserción laboral.

Suele decirse que para quienes no concluyeron sus estudios, las aspiraciones se reducen al subempleo y al empleo informal; esto es cierto, sin embargo, la búsqueda de un empleo al término de los estudios es también una tarea laboriosa en la que no todos corren con suerte, por ello millones de jóvenes con estudios que desean recibir un ingreso recurren a la misma salida de los que no lo hicieron.

Sumado a esta situación, se encuentran dos grupos más, el primero formado por aquellos que gozan de las comodidades de un hogar y el sustento económico de sus padres, y el segundo, constituido por los que al no poseer estos privilegios buscan salidas inmediatas como la delincuencia.

En el caso de la escuela, se trata de una deserción impulsada ya sea por razones económicas, porque no se logró obtener un lugar dentro de alguna institución escolar o simplemente porque no se tiene ninguna motivación para continuar con los estudios.

La cifra de muchachos que no estudian ni trabajan es preocupante, ya que si bien, en primera instancia muchos de ellos no tienen necesidades económicas y su bajo desempeño parece no afectar a nadie, a largo plazo reeditarán en un aumento de personas poco productivas, que no estarán capacitadas más que para cumplir con trabajos de salarios mínimos.

Al ser un problema sustentado en otros que ya se han tratado, se hace énfasis en la labor de la escuela y la familia, y se pugna por una televisión formativa, que se adapte a las circunstancias socioeconómicas, es decir que no venda esperanzas erróneas, pero que sí impulse al espectador hacia una mejor calidad de vida, si no es por su propia cuenta, con la ayuda de organismos externos.

4.2 Observaciones finales

A lo largo de este último análisis, nos percatamos de que aún con el abanico de datos con el que cuenta el joven actualmente gracias a las nuevas tecnologías; la falta de información, así como la información errónea, constituyen dos grandes barreras que impiden al joven afrontar de manera asertiva los problemas propios de su edad.

En estas páginas se ha conformado una estrategia desde tres ángulos para que la información de utilidad adquiriera una mayor penetración entre el público objetivo.

El primer eje está relacionado con los presupuestos otorgados a las dependencias públicas, las cuales ofrecen una salida para los programas dedicados a la juventud y en especial para los de corte formativo o cultural.

Como segundo punto, hablamos sobre la difusión, ya que sin la ayuda de instancias externas a los canales de televisión, el acercamiento que podrían llegar a tener con su audiencia, queda reducido.

Por último se expusieron propuestas en función de la producción de contenidos, donde resaltamos los datos más representativos de cada tema y la manera en que la televisión funcionaría como mediadora.

No obstante, el resultado final dependerá también de un plan en conjunto con el gobierno, que establezca políticas de comunicación explícitas.

En el sexenio anterior, se plantearon las bases para la apertura de las telecomunicaciones y una televisión llamada pública (OPMA), aunque dependiente de la Secretaría de Gobernación.

El nuevo mandatario del país, Enrique Peña Nieto, en el informe titulado “Pacto por México”, ha generado una serie de reformas, entre las que destacamos para esta investigación las que giran en torno a las telecomunicaciones.

En este sentido se han expresado una serie de compromisos que suponen una mayor competitividad entre las empresas dedicadas a la comunicación, llámense televisoras, radiodifusoras o compañías de Internet.

Según este documento, se buscará reforzar la autonomía de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, quien, por otra parte, ya ha anunciado que continuará con el proyecto del apagón analógico esperado para 2015.

En materia de televisión se ha escrito el Compromiso 43, que dice lo siguiente:

“Se licitarán más cadenas nacionales de televisión abierta, implantando reglas de operación consistentes con las mejores prácticas internacionales, tales como la obligación de los sistemas de cable de incluir de manera gratuita señales radio difundidas (must carry), así como la obligación de la televisión abierta de ofrecer de manera no discriminatoria y a precios competitivos sus señales a operadores de televisiones de paga (must offer), imponiendo límites a la concentración de mercados y a las concentraciones de varios medios masivos de comunicación que sirvan a un mismo mercado, para asegurar un incremento sustancial de la competencia en los mercados de radio y televisión.”¹³⁵

¹³⁵ s/a, Pacto por México, p. 11 [En línea] URL: <http://pactopormexico.org/PACTO-POR-MEXICO-25.pdf> [Consultado: 20 de febrero de 2013]

Este último es un punto controversial, ya que Televisa y TV Azteca cobran a las empresas de televisión de paga por incluir sus canales, por el contrario estas televisoras no pagan al gobierno por el espacio que les fue concesionado. Por lo tanto se tendrían que declarar como canales públicos para que pudieran ser retransmitidos de manera gratuita.

El Pacto por México ha planteado también otros temas que preocupan a los medios, como la seguridad de los periodistas y el gasto en la publicidad gubernamental. De igual forma interesan para este trabajo los acuerdos que buscan la promoción de la cultura y el incremento en la cobertura de la educación media superior y superior.

Probablemente en los próximos meses encontraremos opiniones encontradas sobre la forma de llevar a cabo dichos acuerdos. La comisión encargada de atender estas reformas tendrá que estar abierta a propuestas externas y no creer que todas las voces se encuentran representadas. Por esta razón, legisladores como Javier Corral y Alejandro Encinas ya han pedido no ser excluidos.

Al licitar nuevas cadenas los intereses económicos de las televisoras privadas se verían afectados, por lo que el cumplimiento o incumplimiento del Pacto por México demostrará hasta qué punto el presidente y los dirigentes de los partidos están dispuestos a poner límites a unos de los poderes fácticos con mayor influencia política.

Queda por sentado que las prioridades del Estado están encaminadas a responder a las demandas de mayor impacto en la opinión pública, aquellas que resaltan de forma inmediata.

Por consiguiente, y entendiendo que dentro de las comunicaciones existen problemas que merecen una mayor atención y actuación más rápida, se expone la necesidad de considerar lo planteado en esta tesis en una segunda etapa, es decir, una vez que hayan sido delimitados los alcances tecnológicos.

No por ello se piense que es de menor importancia la elaboración de un plan que aborde aspectos como la difusión o la producción de contenidos, es sólo que es necesario tener claro el terreno sobre el cual estamos plantados, para poder crear un proyecto con objetivos de comunicación definidos que permita la sustentabilidad de los medios a largo plazo.

CONCLUSIONES

Televisión y cultura son dos conceptos inseparables que al mismo tiempo presentan una relación hostil.

A lo largo de estas páginas pudimos constatar las dificultades a las que se enfrenta este formato para acercarse a su audiencia, más aún si ésta es conformada por jóvenes.

En un inicio planteé la inquietud de responder por qué el joven no se siente identificado con la televisión abierta, aunque para ser honesta, creía tener claro que el motivo principal era la precariedad de los contenidos.

Conforme avancé en la investigación me pude percatar de que no era tan simple como parecía, ya que poco a poco me di cuenta de que no se trataba de una, sino de varias razones.

A esta altura ya podemos identificar con claridad los principales obstáculos de la televisión cultural. En primer lugar, hablamos de la escasez de programas, aunque hay que decir que en los últimos años se han presentado propuestas diversas, algunas más afortunadas que otras.

Cuando se hizo la revisión de los programas existentes, sobresalieron por su función formativa los de Canal 11, Canal 22 y las nuevas señales digitales, en especial las de la Telesecundaria, TVUNAM y el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales. Todos ellos se encuentran realizando esfuerzos por acercarse al joven de maneras atractivas.

El llamado duopolio, por el contrario, ofrece una serie de programas que si bien tocan los problemas de relevancia para el adolescente, lo hacen de manera superflua, enfocándose en los temas controversiales que suelen rayar en amarillismo o en consumos culturales como la música o el cine, de los cuales son creadores las mismas televisoras.

Los programas dedicados a la educación, ya sea formal o informal, a pesar de no constituir una competencia para la televisión comercial sino una alternativa, sí deben ser analizados desde el punto de vista cuantitativo, pues entre más grande sea su audiencia, su explotación será más redituable.

En la parrilla de programación es notorio que la mayor parte de la programación está dedicada a las amas de casa y a los niños, quienes tienen una gran influencia en las compras de sus padres. El sector joven, sin embargo; ha logrado conservar ciertos espacios en la televisión cultural, por la evidente razón de que sus ingresos no provienen de la publicidad, sino del Estado.

En segundo lugar, tenemos la poca difusión que se les da. Encontramos que Canal 11 cuenta con algunos anuncios en las calles, en las paradas de autobuses o espectaculares sobre su programación, caso opuesto al canal del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes quien cuenta con mucho menos publicidad, por lo que se han valido de las redes sociales como sus principales fuentes de comunicación.

Por su parte, las nuevas señales digitales no han sido promovidas. A excepción de TVUNAM, que sí fue anunciada en algunos medios, el resto se han quedado estancados. Ni siquiera los canales gubernamentales han sido promocionados como parte de las acciones del gobierno y esto ocurre tanto a nivel federal, como en el caso de la ciudad de México.

Por último, se confirmó que tenemos una aún carente propuesta temática, basada en música y ficciones. No encontramos, hasta el momento, programas que aborden temas sobre el trabajo o la economía del joven, que los impulsen a realizar sus metas o a planificar su vida. Y no sólo en lo que corresponde a la salud reproductiva —que es el tema más recurrente cuando se habla de planificación— sino en todos los aspectos que les afectarán en los próximos años.

Considerando lo anterior, podemos decir que sí existen canales interesados en el desarrollo de este sector, pero no han sido capaces de lograr un acercamiento correcto.

Es así como este trabajo me permitió generar una serie de posibles estrategias para optimizar la producción y alcanzar un acercamiento con el público meta.

Éstas giraron alrededor de cuatro pilares básicos: los presupuestos y el manejo gubernamental, la interinstitucionalidad, la difusión y explotación de las producciones, y por supuesto, el manejo de los contenidos.

Fue en este último punto donde se hizo tangible la posibilidad de unir las dos variables de esta investigación: los jóvenes y la televisión cultural de la ciudad de México.

Las propuestas anteriores fueron generadas en medida de “lo ideal”; sin embargo, aún existen muchos retos para los próximos años.

En este punto debemos resaltar el parte aguas que representa la digitalización, ya que en los últimos meses, con la inserción de nuevos canales, somos testigos de la intención que se tiene de conectar al joven con la cultura y la educación.

Es por ello que la propuesta planteada en este trabajo resultará viable hasta el momento en que existan políticas de comunicación claras. Que definan desde conceptos esenciales, como el de televisión pública, hasta los alcances y límites de las televisoras.

Sólo una vez que los resultados de las reformas estipuladas en el Pacto por México u otros documentos sean visibles, podremos decir que se ha avanzado en materia de medios y, entonces, estaremos preparados para hablar de la forma de hacer televisión.

Pero no basta con criticar lo que hace el gobierno y las televisoras, pues al parecer es el joven quien también se ha distanciado de la televisión al encontrar nuevas formas de información y entretenimiento, tales como los videojuegos pero, sobre todo, la Internet: el medio más solicitado en los últimos años, que nos permite obtener información de todo tipo en el momento que se requiera y, en su mayoría, de manera gratuita.

Existe, por lo tanto, una barrera entre audiencia y televisión; hecho que resulta preocupante ya que esta herramienta lo tiene todo para ser altamente explotable, y sólo si mostrara un mayor interés por la sociedad como audiencia y no como consumidores podría dejar atrás estigmas que la descalifican como instrumento de comunicación.

Una frase que resume con certeza la importancia de construir un vínculo entre los nuevos públicos y la televisión, es la del español, Fernando Tucho Fernández, profesor de Periodismo Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, quien menciona lo siguiente:

“Todo parece indicar que el concepto de televisión tal y como lo hemos ido conociendo hasta ahora puede ir variando en el futuro con estos cambios, y ello exigirá–dependerá de un renovado tipo de espectador. Y lo que también parece seguro es que serán los niños, adolescentes y jóvenes los que más fácilmente se adaptarán, siendo difícil que en muchos casos sus padres puedan seguirles, perdiendo todo control sobre el visionado de sus hijos.”¹³⁶

Es el momento ideal para revalorar el papel de la televisión en la sociedad, no exactamente como ese instrumento romántico que reunía a las familias en un mismo espacio; sino como un vehículo de comunicación digno, inteligente, capaz de emitir contenidos de calidad y de transformarse cuantas veces sea necesario para cumplir su finalidad de servir al público.

*La *emisión multiplataforma* es aquella que “utiliza una combinación entre el televisor, el móvil y el PC”. En: Eduardo García Matilla y Carlos M. Aranz, Coords. *La nueva era de la televisión*, Ed. Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, Madrid, 2001, p. 52.

¹³⁶ Fernando Tucho Fernández, “Televisión digital y Educación”, [CD-ROM] *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*, Madrid, Máster de Televisión Educativa y Corporación Multimedia, con la colaboración de UNICEF, 2002, p.9

Nos encontramos dentro de un proceso aún inconcluso, lleno de especulaciones ante un panorama que podemos juzgar como desolador y alentador a la vez. El declive de la televisión *parece* inminente desde la aparición de los medios alternativos, pero, por otro lado, la apertura de la digitalización y su integración multiplataforma* sugiere nuevas oportunidades de crecimiento.

Roger Fidler, especialista en medios en la Escuela de Periodismo y Comunicación de la Kent State University (Ohio), menciona que “Cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, las formas antiguas generalmente no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose”¹³⁷.

Probablemente la televisión tampoco morirá, pero si los empresarios de la industrias de medios privados desean continuar con la expansión de su mercado será necesaria la renovación y el cumplimiento de las exigencias que se han venido demandando desde la acción social.

¹³⁷ Franco Álvarez, Guillermina, *Tecnologías de la comunicación*, España, Editorial Fragua, 2005, p.80, citado por Gabriel Sosa-Plata en: Gonzalo Arias y Roberto Olivieri, Coords. *Pensar los medios en la era digital. Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*, Buenos Aires, La Crujía, Instituto de Estudios sobre Comunicación, Serie Categorías, 2010, p. 243

ANEXOS

Anexo 1

La audiencias en televisión (Indicadores y conceptos básicos)

- ◆ Penetración (rating): porcentaje de la audiencia sobre la población total.
 - ◆ Tasa de mercado (share): porcentaje de la audiencia sobre la audiencia efectiva en un tiempo dado.
 - ◆ Audiencia acumulada (reach): suma de los contenidos mantenidos sin restar duplicaciones no considerar la duración.
 - ◆ Duplicación: audiencia compartida por dos medios en un mismo soporte en un tiempo dado.
 - ◆ Perfil de cadena: características sociodemográficas dominantes en los espectadores de una cadena.
 - Prime time: franja horaria de máxima audiencia.
 - Day time: resto de los horarios del día no incluidos en prime time.
 - Peak time: momento culminante de acumulación de audiencias.
 - Zapping: cambio de canal durante la publicidad.
 - Zipping: aceleración del video durante la publicidad en programas pregrabados.
 - Flipping-grazing: cambio de canal durante los programas.
-

Fuente: Enrique Bustamante, La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados. Gedisa, España, 1999, p. 137.

Anexo 2

DECRETO por el que se crea el organismo descentralizado denominado Organismo Promotor de Medios Audiovisuales.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

FELIPE DE JESÚS CALDERÓN HINOJOSA, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, en ejercicio de la facultad que me confiere el artículo 89, fracción I, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 90 de la propia Constitución; 1o, 3o, fracción I, 27, 31, 32, 36, 37, 38 y 45 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; 14, 15, 17, 18, 21 y 60 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales; 1o, 4o, 5o, y 6o de la Ley Federal de Radio y Televisión, y

CONSIDERANDO

Que en términos del artículo 27 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el dominio directo del espacio situado sobre el territorio nacional corresponde a la Nación;

Que según lo dispuesto por la Ley Federal de Radio y Televisión, el servicio de radiodifusión es aquél que se presta mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, mediante el uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico;

Que la prestación de los servicios de radio y televisión constituye una actividad de interés público, que debe ser protegida y vigilada por el Gobierno Federal para el adecuado cumplimiento de su función social;

Que el uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión sólo puede llevarse a cabo previa concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la legislación aplicable;

Que garantizar la función social en la prestación del servicio público de radio y televisión resulta fundamental para el fortalecimiento de la integración nacional, el fomento del respeto y la tolerancia, la promoción de la reflexión y el mejoramiento de las formas de convivencia humana;

Que en la actualidad, los medios de comunicación constituyen herramientas indispensables para una adecuada interacción entre los habitantes y la autoridad, por lo que resulta necesario contar con una entidad paraestatal que busque permanentemente esta interacción con todos los habitantes del país: preescolares, niños, mujeres, jóvenes, adultos y adultos mayores, en un marco de respeto absoluto a su libertad, inteligencia, sensibilidad y diversidad de estilos de vida, creencias y orígenes;

Que esta entidad paraestatal colaborará con los canales y frecuencias de la Administración Pública Federal, a través del suministro de contenidos educativos, deportivos, culturales, de recreación y entretenimiento que puedan ser difundidos entre la población en general, así como la prestación de servicios necesarios para un adecuado desarrollo de la importante función social que llevan a cabo, y

Que la Comisión Intersecretarial de Gasto Público, Financiamiento y Desincorporación, dictaminó favorablemente la constitución del Organismo Promotor de Medios Audiovisuales como organismo descentralizado, por lo que he tenido a bien expedir el siguiente.

DECRETO

ARTÍCULO PRIMERO.- Se crea el organismo descentralizado denominado "Organismo Promotor de Medios Audiovisuales", con personalidad jurídica y patrimonio propio. El organismo tendrá su domicilio legal en la Ciudad de México y estará sectorizado a la Secretaría de Gobernación.

ARTÍCULO SEGUNDO.- El organismo tendrá por objeto la generación, producción y distribución de contenidos audiovisuales, por sí mismo o coadyuvando para tal efecto con las dependencias y demás entidades de la Administración Pública Federal, en términos de la normatividad aplicable, así como la prestación del servicio de radiodifusión que constituye una actividad de interés público.

ARTÍCULO TERCERO.- El organismo tendrá los siguientes fines:

- I. Coadyuvar al fortalecimiento de la participación democrática de la sociedad, garantizando mecanismos de acceso público en la programación;
- II. Constituirse en una plataforma para la libre expresión, que promueva el desarrollo educativo, cultural y cívico de los mexicanos y promueva el intercambio cultural internacional;
- III. Fortalecer la unidad nacional y la integración social de las minorías;
- IV. Informar a la ciudadanía sobre programas y acciones gubernamentales que resulten del interés público;
- V. Privilegiar en sus contenidos la producción de origen nacional;
- VI. Fomentar los valores y creatividad artísticos nacionales, y
- VII. Preservar y difundir los acervos audiovisuales de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.

ARTÍCULO CUARTO.- El organismo tendrá las siguientes funciones:

- I. Realizar, promover y coordinar la generación, producción y distribución de materiales audiovisuales, por sí mismo o a través de terceros;
- II. Resguardar los acervos audiovisuales de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal con las que coadyuve;
- III. Instalar y operar estaciones de radiodifusión, en términos de las disposiciones aplicables, y
- IV. Las demás que resulten necesarias para el adecuado cumplimiento de su objeto.

ARTÍCULO QUINTO.- El patrimonio del organismo se integrará por:

- I. Las transferencias que, en su caso, se le asignen en el Presupuesto de Egresos de la Federación del ejercicio fiscal de que se trate;
- II. Los bienes muebles e inmuebles que el Ejecutivo Federal le asigne;
- III. Los ingresos propios provenientes de los servicios que preste;
- IV. Las donaciones y legados que reciba, y
- V. Los demás ingresos, bienes, derechos y recursos que por cualquier otro concepto adquiera.

ARTÍCULO SEXTO.- La administración y operación del organismo estará a cargo de los siguientes órganos:

- I. Junta de Gobierno, y
- II. Director General.

ARTÍCULO SÉPTIMO.- La Junta de Gobierno se integrará por:

- I. El Secretario de Gobernación, quien la presidirá;
- II. Un representante de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;
- III. Un representante de la Secretaría de Desarrollo Social;
- IV. Un representante de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y
- V. Un representante de la Secretaría de Educación Pública.

A excepción de lo dispuesto en la fracción I de este artículo, todos los integrantes de la Junta de Gobierno deberán tener al menos el nivel de subsecretario o equivalente.

El Presidente de la Junta de Gobierno podrá ser suplido en las sesiones por un servidor público que deberá tener al menos el nivel de subsecretario. Los demás integrantes de la Junta de Gobierno podrán designar a su respectivo suplente, quien deberá tener al menos el nivel de Director General o equivalente. La participación de los integrantes de la Junta de Gobierno será honorífica.

Asistirá como invitado permanente de la Junta de Gobierno, con voz pero sin voto un representante de la Oficina de la Presidencia de la República, designado por el Titular de la misma.

ARTÍCULO OCTAVO.- La Junta de Gobierno tendrá las atribuciones siguientes:

I. Aprobar las acciones de colaboración que el Director General acuerde con las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, para el adecuado cumplimiento del objeto, fines y funciones del organismo;

II. Aprobar los planes y programas de trabajo que se requieran para el adecuado cumplimiento del objeto, fines y funciones del organismo;

III. Considerar las recomendaciones que formule el Consejo Asesor en materia de contenidos y, en su caso, aprobar las acciones que resulten necesarias para su implementación;

IV. Aprobar la propuesta de Estatuto Orgánico y, en su caso, las modificaciones que presente el Director General;

V. Aprobar el informe anual de gestión del organismo;

VI. Designar a los servidores públicos de los dos niveles jerárquicos inferiores al del Director General, a propuesta de este último, y

VII. Las demás previstas en la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y en otras disposiciones jurídicas aplicables.

Las atribuciones previstas en las fracciones I a VI son indelegables.

ARTÍCULO NOVENO.- La Junta de Gobierno del organismo celebrará sesiones ordinarias por lo menos cuatro veces al año, y las extraordinarias que proponga su Presidente o cuando menos tres de sus integrantes. Para que la Junta de Gobierno sesione válidamente se requerirá la presencia de por lo menos cuatro de sus miembros, incluido su Presidente.

Las resoluciones de la Junta de Gobierno se tomarán por mayoría de los miembros presentes. El Presidente de la Junta de Gobierno tendrá voto de calidad en caso de empate.

ARTÍCULO DÉCIMO.- El Director General del organismo deberá reunir los requisitos establecidos en el artículo 21 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y será designado por el Presidente de la República.

El Estatuto Orgánico establecerá la forma en que el Director General deba ser suplido en sus ausencias.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO.- El Director General del organismo tendrá las facultades siguientes:

I. Elaborar los planes y programas de trabajo que se requieran para el adecuado cumplimiento del objeto, fines y funciones del organismo, así como someterlos a la aprobación de la Junta de Gobierno;

II. Elaborar el informe anual de la gestión del organismo y someterlo a la aprobación de la Junta de Gobierno;

III. Ejecutar las decisiones que se adopten en la Junta de Gobierno;

IV. Ejercer el presupuesto del organismo con sujeción al marco jurídico aplicable;

V. Presentar a la Junta de Gobierno para su aprobación, el Estatuto Orgánico y sus modificaciones;

VI. Proporcionar a la Junta de Gobierno la información que se solicite;

VII. Proponer a los candidatos a ocupar las plazas de los servidores públicos de los dos niveles jerárquicos inferiores a él para que, en su caso, sean designados por la Junta de Gobierno, y

VIII. Las demás previstas en la Ley Federal de las Entidades Paraestatales y en otras disposiciones jurídicas aplicables.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO.- Para la elaboración de recomendaciones en materia de contenidos, la Junta de Gobierno se podrá auxiliar de un Consejo Asesor, cuya integración y funcionamiento se establecerán en el Estatuto del organismo.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO.- El organismo contará con un órgano de vigilancia integrado por un Comisario Público propietario y un suplente, designados por la Secretaría de la Función Pública, quienes asistirán con voz pero sin

voto a las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Junta de Gobierno y tendrán las atribuciones que les otorga la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, su Reglamento y demás disposiciones aplicables.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO.- El organismo contará con un Órgano Interno de Control, al frente del cual estará un titular designado en los términos del artículo 37, fracción XII, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, quien en el ejercicio de sus facultades se auxiliará por los titulares de las áreas de auditoría, quejas y responsabilidades designados en los mismos términos.

Los servidores públicos a que se refiere el párrafo anterior, en el ámbito de sus respectivas competencias, ejercerán las facultades previstas en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, la Ley Federal de Responsabilidades Administrativas de los Servidores Públicos y en los demás ordenamientos aplicables.

Las ausencias del titular del Órgano Interno de Control, así como las de los titulares de las áreas de responsabilidades, auditoría y quejas, serán suplidas conforme a lo previsto en el Reglamento Interior de la Secretaría de la Función Pública.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO.- El organismo promoverá el adiestramiento técnico y la capacitación profesional de sus trabajadores, a fin de mejorar sus conocimientos, la productividad, la responsabilidad y la seguridad en el trabajo.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO.- Las relaciones laborales del organismo con sus trabajadores se regirán por lo dispuesto en el Apartado "B" del Artículo 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Anexo 3

Extracto del Pacto por México

2. Acuerdos para el crecimiento económico, el empleo y la competitividad.

El mejor instrumento para terminar con la pobreza es el empleo. El Estado debe generar las condiciones que permitan el crecimiento económico que resulte en la creación de empleos estables y bien remunerados. México debe crecer por encima del 5%, para lo cual se debe incrementar la inversión pública y privada hasta alcanzar más del 25% del PIB en inversión e incrementar la productividad de la misma. Para lograr dicho fin es necesario impulsar las siguientes reformas:

2.1. Extender los beneficios de una economía formada por mercados competidos.

Se intensificará la competencia económica en todos los sectores de la economía, con especial énfasis en sectores estratégicos como telecomunicaciones, transporte, servicios financieros y energía,. Ello es fundamental ya que la competencia permite la generación de productos y servicios de mejor calidad a menores precios, lo que incentiva el crecimiento de la economía, ayuda a reducir la desigualdad y la pobreza, así como detona procesos de innovación que fomentan el dinamismo económico, social y cultural de las naciones. Para profundizar la competencia económica de México, se instrumentará una política de Estado basada en un arreglo institucional que la dote de fuerza y permanencia. Como inicio de esta política de Estado se plantean las siguientes acciones:

Fortalecer a la Comisión Federal de Competencia (CFC).

Se dotará a la CFC de mayores herramientas legales mediante las reformas necesarias para determinar y sancionar posiciones dominantes de mercado en todos los sectores de la economía, particularmente se le otorgará la facultad para la partición de monopolios. Se precisarán en la ley los tipos penales violatorios en materia de competencia y se garantizarán los medios para hacerlos efectivos, así mismo se acotarán los procedimientos para dar eficacia a la ley. (Compromiso 37)

Creación de Tribunales especializados en materia de competencia económica y telecomunicaciones.

Se realizarán las reformas necesarias para crear tribunales especializados que permitan dar mayor certeza a los agentes económicos al aplicar de manera más eficaz y técnicamente informada los complejos marcos normativos que regulan las actividades de telecomunicaciones y los litigios sobre violaciones a las normas de competencia económica. (Compromiso 38)

2.2. Garantizar acceso equitativo a telecomunicaciones de clase mundial.

En el ámbito de las telecomunicaciones, es necesario generar mucha mayor competencia en telefonía fija, telefonía celular, servicio de datos y televisión abierta y restringida. Para ello, se tomarán las siguientes medidas:

Derecho al acceso a la banda ancha y efectividad de las decisiones del órgano regulador.

Se reformará la Constitución para reconocer el derecho al acceso a la banda ancha y para evitar que las empresas de este sector eludan las resoluciones del órgano regulador vía amparos u otros mecanismos litigiosos. (Compromiso 39)

Reforzar autonomía de la COFETEL.

Se reforzará la autonomía y la capacidad decisoria de la Comisión Federal de Telecomunicaciones para que opere bajo reglas de transparencia y de independencia respecto de los intereses que regula. (Compromiso 40)

Desarrollar una robusta red troncal del telecomunicaciones.

Se garantizará el crecimiento de la red de CFE, los usos óptimos de las bandas 700MHz y 2.5GHz y el acceso a la banda ancha en sitios públicos bajo el esquema de una red pública del Estado. (Compromiso 41)

Agenda digital y acceso a banda ancha en edificios públicos.

Se creará una instancia específicamente responsable de la agenda digital que deberá encargarse de garantizar el acceso a internet de banda ancha en edificios públicos, fomentará la Inversión pública y privada en aplicaciones de telemedicina, telemedicina y Expediente Clínico Electrónico, e instrumentará la estrategia de gobierno digital, gobierno abierto y datos abiertos. (Compromiso 42)

Competencia en radio y televisión.

Se licitarán más cadenas nacionales de televisión abierta, implantando reglas de operación consistentes con las mejores prácticas internacionales, tales como la obligación de los sistemas de cable de incluir de manera gratuita señales radio difundidas (must carry), así como la obligación de la televisión abierta de ofrecer de manera no discriminatoria y a precios competitivos sus señales a operadores de televisiones de paga (must offer), imponiendo límites a la concentración de mercados y a las concentraciones de varios medios masivos de comunicación que sirvan a un mismo mercado, para asegurar un incremento sustancial de la competencia en los mercados de radio y televisión. (Compromiso 43)

Competencia en telefonía y servicios de datos.

Se regulará a cualquier operador dominante en telefonía y servicios de datos para generar competencia efectiva en las telecomunicaciones y eliminar barreras a la entrada de otros operadores, incluyendo tratamientos asimétricos en el uso de redes y determinación de tarifas, regulación de la oferta conjunta de dos o más servicios y reglas de concentración, conforme a las mejores prácticas internacionales.

Se licitará la construcción y operación de una red compartida de servicios de telecomunicaciones al mayoreo con 90MHz en la banda de 700MHz para aprovechar el espectro liberado por la Televisión Digital Terrestre.

Se reordenará la legislación del sector telecomunicaciones en una sola ley que contemple, entre otros, los principios antes enunciados. (Compromiso 44)

Adopción de medidas de fomento a la competencia en televisión, radio, telefonía y servicios de datos.

La adopción de las medidas de fomento a la competencia en televisión, radio, telefonía y servicios de datos deberá ser simultanea. (Compromiso 45).

BIBLIOGRAFÍA

1. Ahumada Barajas, Rafael, *La televisión y la educación ¿Una red interconectada?*, México, Plaza y Valdés Editores, 2005, 166 pp.
2. Almeida, Favio Coord., *Indicadores de Desarrollo Mediático: Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*, Francia, UNESCO, 2008, 68 pp.
3. Alva de la Selva, Alma Rosa y Javier Esteinou Madrid, “La reforma jurídica de la comunicación social y el Estado fallido en México”, *Derecho a comunicar. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información* México, No.1, Año 1, México, Ed. Asociación Mexicana de Derecho a la Información A.C, Enero-Abril, 2011, 227 pp.
4. Antiga y Tenorio, *Guía para elaborar proyectos de investigación*. México, Trillas, 2006, 152 pp.
5. Berger, Peter y Thomas Lukmann, *La constitución social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 1968, 233 pp.
6. Bustamante, Enrique, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Editorial Gedisa, España, 1999, 220 pp.

7. Campuzano Ruiz, Antonio, "Conceptos e instrumentos para la evaluación de contenidos educativos en televisión", [CD-ROM] *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*, Madrid, Máster de Televisión Educativa y Corporación Multimedia, con la colaboración de UNICEF, 2002.
8. Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen I: La sociedad red*, México, Siglo XXI Editores, 2001, 3ª ed, 645 pp.
9. Cebrián, Mariano, *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, Editorial Paidós, Barcelona, 2004, 319 pp.
10. Covi Druetta, Delia, *Ser joven a fin de siglo. Influencia de la televisión en las opiniones políticas de los jóvenes*. México, UNAM, 1997, 140 pp.
11. De Mateo Pérez, Rosario y Laura Bergés Saura, *Los retos de las televisiones públicas. Financiación, servicio público y libre mercado*, Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2009, 224 pp.
12. Florenzano, Ramón y Valdez M., *El adolescente y sus conductas de riesgo*, Santiago, Ed. Universidad Católica de Chile, 2005, 262 pp.
13. García Matilla, Agustín, "Una televisión para la educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial", [CD-ROM] *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia*, Madrid, Máster de Televisión Educativa y Corporación Multimedia, con la colaboración de UNICEF, 2002.

14. García Matilla, Eduardo y Carlos M. Aranz, Coords. *La nueva era de la televisión*, Madrid, Ed. Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, 2001, 284 pp.
15. Gómez, Rodrigo y Gabriel Sosa-Plata, *Los medios digitales: México*, México, Ed. Open Society Foundations, 2011, 98 pp.
16. Hargreaves, Andy; Lorna Earl y Jim Ryan, *Educación para el cambio. Reinventar la educación de los adolescentes*, España, Ed. Octaedro, 2008, 320 pp.
17. Havighurst, Robert J., *Psicología social de la adolescencia*, Washington, Unión Panamericana. Departamento de Asuntos Educativos, 1969. 167 pp.
18. Horton, Paul B. y Chester L. Hunt, *Sociología*, México, Ed. Mc Graw-Hill, 1986, 606 pp.
19. Kantor, Débora, *Variaciones para educar adolescentes y jóvenes*, Argentina, Ed. Del Estante, 2008, 249 pp.
20. Lagunes Huerta, Lucía, Coord., *Las mujeres en el crimen organizado: narcotráfico y secuestro. ¿Tema de información y disertación periodística?*, México, CIMAC Comunicación e Información de la Mujer, AC y Fundación Friedrich Ebert, 2009, 83 pp.
21. Mier, Raymundo, *Desierto de espejos*, México, UAM Xochimilco, Plaza y Valdés, Colección Folios Universitarios, 1987, 258 pp.

22. Miranda, Adrián, et. al., *Pensar los medios en la era digital. Iberoamérica frente al desafío de la convergencia*. Buenos Aires, La Crujía, Instituto de Estudios sobre Comunicación, Serie Categorías, 2010, 1ª edición, 364 pp.
23. Morduchowicz, Roxana, et. al. *Los adolescentes y las redes sociales*, Argentina, Ministerio de Educación, , 2010, 10 pp.
24. Morduchowicz, Roxana, Coord., *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*. Buenos Aires, Gedisa, 2008, 114 pp.
25. Morley, David, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Argentina, Amorrortu Editores, 1996, 445 pp.
26. Orozco, Guillermo, Coord., *Miradas Latinoamericanas a la televisión*, México, Universidad Iberoamericana, 1996, 249 pp.
27. Orozco, Guillermo, *Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio*, México, Proicom, UIA, Cuadernos de comunicación y Prácticas Sociales No. 2, 1991, 97 pp.
28. Pérez Islas. José Antonio, et. al. *Teorías sobre la juventud: las miradas de los clásicos*, México, Porrúa, 2008, 415 pp.
29. s/a, *Seguridad pública y justicia 2010 : principales indicadores*, México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2010, 99 pp.

30. Sánchez Armas, Miguel Ángel, Coord. *Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana. Revista Mexicana de Comunicación*. México, 1998, 1ª ed. 589 pp.
31. Soler, Llorenç, *La televisión, una metodología para su aprendizaje*. Barcelona, Colección medios de comunicación en la enseñanza, Ed. Gustavo Gilli, 1988, 187 pp.
32. Solís Pontón, Leticia, Coord. *La familia en la Ciudad de México: presente, pasado y devenir*, México, Departamento del Distrito Federal y Miguel Ángel Porrúa, 1997, 174 pp.
33. Solum Donas Burak, Comp. "Juventud una aproximación conceptual", *Adolescencia y juventud en América Latina*, Cartago, Ed. Libro Universitario Regional, 2001, 506 pp.
34. Toussaint. Florence, *La televisión pública en México. Directorio y diagnóstico (2007-2008)*, México, Plaza y Valdés Editores, 2009, 1ª ed., 144 pp.

HEMEROGRAFÍA

- 35.Álvarez de Vicencio, María Elena, “Instituto Mexicano de la Juventud, comprometido con los jóvenes”, [En línea] periódico *La Crónica de Hoy*, México, 15 de agosto de 2011 URL: http://cronica.com.mx/nota.php?id_nota=598729 [Consulta: 16 de octubre de 2011]
- 36.APR. “Twitter alcanza en México 10.7 millones de usuarios”, [En línea] periódico *El Economista*, México, 21 de marzo de 2012, URL: <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2012/03/21/twitter-alcanza-mexico-107-millones-usuarios> [Consulta: 25 de julio de 2012]
37. Beistegui, Dolores “Medios públicos: los vacíos”, [En línea] *Revista Etcétera*, México, 1 de noviembre de 2004 URL: <http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=1484> [Consulta: 4 de noviembre de 2012]
- 38.Cabrera, Rafael, “Destaca el Injuve descenso de 'ninis'”, [En línea] periódico *Reforma*. México, 28 de noviembre de 2011 URL: <http://www.reforma.com/edicionimpresa/notas/20111128/ciudad/1332335.htm> [Consulta: 30 de diciembre de 2011]

39. Cruz, Adriana, "Televisión de paga logra más ventas que el sistema abierto", [En línea] periódico *El Universal*, México, 13 de junio de 2011, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/87043.html> [Consulta: 10 de diciembre de 2011]
40. Hernández, Saúl, "Falla reinserción social de jóvenes." [En línea] periódico *El Universal*, México, 2 de octubre de 2011 URL: <http://www.eluniversal.com.mx/primeras/37847.html> [Consulta: 9 de octubre de 2011]
41. Jiménez, Arturo y Karina Avilés, "Lanzan el canal 30.4 de tv digital, 'para afianzar el desarrollo de valores'", periódico *La Jornada*, México, Desarrollo de Medios S. A. de C. V., sábado 1 de septiembre de 2012.
42. Martínez, Nurit, "Crece la demanda de jóvenes por bachillerato en la UNAM", [En línea] periódico *El Universal*, México, 27 de junio de 2011, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/186601.html> [Consulta: 19 de octubre de 2011]
43. Martínez, Nurit y Claudia Bolaños. "La delincuencia juvenil en el DF alarma a autoridades.", [En línea] periódico *El Universal*, México, 18 de noviembre de 2010. URL: <http://www.eluniversal.com.mx/primeras/35891.html> [Consulta: 9 de octubre de 2011]

44. Mayoral Jiménez, Isabel, "Los 10 estados con mayor desempleo." [En línea], *CNN Expansión*, México, 11 de febrero de 2011, URL: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2011/02/11/mexico-df-estados-con-mas-desempleo> [Consulta: 30 de octubre de 2011]
45. Morales Canales, Lourdes, "Los 'ninis' de Elba Esther Gordillo", [En línea], *Proceso*, México, 15 de septiembre de 2011, URL: <http://www.proceso.com.mx/?p=281487> [Consulta: 30 diciembre de 2011]
46. Pérez-Stadelmann, Cristina, "Cirugía revierte bulimia y anorexia" [En línea] periódico *El Universal*, México, 15 de octubre de 2012, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/876654.html> [Consulta: 19 de diciembre de 2012]
47. s/a, "México, primer lugar en 'bullying' en secundaria: OCDE", [En línea] periódico *Milenio*, México, 14 de noviembre de 2012, URL: <http://www.milenio.com/cdb/doc/noticias2011/2e6ad9e6ff8b914eee2a3ba8fb27aa81> [Consulta: 14 de noviembre de 2012]
48. s/a, "PGJDF captura a 504 narcomenudistas en mes y medio", [En línea] *Azteca Noticias, Notimex*, México, 11 de octubre de 2012, URL: <http://www.aztecanoticias.com.mx/notas/seguridad/133280/pgjdf-captura-a-504-narcomenudistas-en-mes-y-medio> [Consulta: 14 de noviembre de 2012]

49. s/a, "Se han suicidado 190 jóvenes por 'bullying' en el DF", [En línea] periódico *El Universal*, México, 9 de septiembre de 2010, URL: <http://www.eluniversaldelvalle.mx/detalle2316.html> [Consulta 13 de noviembre de 2012]
50. Salmerón, Cristina, "¿Violencia escolar o cosas de chicos?", [En línea] periódico *El Universal*, México, 20 de junio de 2007, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/estilos/53981.html> [Consulta: 27 de octubre de 2011]
51. Sánchez, Cinthya, "Iglesia, urgida de feligreses jóvenes", [En línea] periódico *El Universal*, México, 16 de junio de 2006, URL: <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/140622.html> [Consulta: 30 de octubre de 2011]

52.G., Oscar, *Los jóvenes usan más Internet que el TV*, [En línea] PC World digital, s/p, s/lugar, 19 de noviembre de 2007, URL: <http://blog.idg.es/pcworld/content/jovenes-usan-mas-internet-que-tv> [Consulta: 22 de noviembre de 2011]

53.Héctor Castillo Berthier. *Los jóvenes populares: ¿Cuál futuro?* [En línea] México, IIS/ UNAM, URL: http://www.unesjuv.org/INV_L3_doc5.pdf [Consulta: 30 de octubre de 2011]

54.Morales, Claudia *Televisión e Internet con fines educativos*. [En línea] Aula virtual, s/p, s/lugar, 13 de enero de 2009, URL: <http://e-consulta.com/blogs/educacion/?tag=adolescentes-que-ven-la-television> [Consulta: 10 diciembre de 2011]

55.s/a. *Convención sobre los Derechos del Niño*, [En línea] s/p, s/lugar, ONU, 1989. URL: <http://daccess-dds-ny.un.org/doc/RESOLUTION/GEN/NR0/555/07/IMG/NR055507.pdf?OpenElement> [Consulta: 8 de septiembre de 2011]

56. s/a. *En México 38.9 millones de personas usan una computadora y 32.8 millones utilizan Internet*, [En línea] Comunicado Núm. 413/10, s/p, México, INEGI, 8 de diciembre de 2010, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp> [Consulta: 29 de julio de 2012]
57. s/a, *Encuesta de Salud Sexual y Reproductiva*, [En línea], p.14, México, Instituto de la Juventud del Distrito Federal, 2007, URL: <http://www.jovenes.df.gob.mx/biblioDocs/02informacion/encuestaSaludSexualmayo.pdf> [Consulta: 7 de noviembre de 2011]
58. s/a, *Estadísticas a propósito del 14 de febrero*, [En línea] INEGI, México, 10 de febrero de 2012, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/contenidos/estadisticas/2012/matrimonios12.asp?s=inegi&c=2827&ep=83> [Consulta: 12 de noviembre de 2012]
59. s/a, *Estadísticas a propósito del Día de la Juventud. Datos del Distrito Federal*, [En línea], 22 p., México D.F., INEGI, , 12 de agosto de 2010, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/aPropositom.asp?s=inegi&c=2766&ep=41> [Consulta: 15 de junio de 2011]
60. s/a, *Estadísticas a propósito del día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer* [En línea], INEGI, México, 25 de noviembre 2011, p. 9, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=inegi&c=274> [Consulta: 13 de noviembre de 2012]

61. s/a, *Estadísticas a propósito del día internacional de la no violencia*, [En línea] INEGI, México, 2 de octubre de 2012, p. 9, URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/default.aspx?s=inegi&c=274> [Consulta: 13 de noviembre de 2012].
62. s/a. *La Juventud en Iberoamérica. Tendencias y Urgencias*. [En línea], Chile, CEPAL, OIJ, 2004, URL: http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/20266/CEPAL_OIJ.pdf [Consulta: 10 de septiembre de 2011]
63. s/a, *La situación de los jóvenes en la ciudad de México*. [En línea], México, Comisión de Jóvenes de la Asamblea Legislativa del DF, GDF. URL: http://www.copo.df.gob.mx/c_documental/situacion_jovenes.pdf [Consulta: 10 de octubre de 2011]
64. s/a. *Ley de las y los jóvenes del Distrito Federal*. [En línea] México, Asamblea Legislativa del Distrito Federal, I Legislatura, 2000, URL: <http://www.sds.df.gob.mx/archivo/legislacion/leyes/12ldjdf.pdf> [Consulta: 9 de octubre de 2011]
65. s/a, *Ley Federal de Radio y Televisión, Última Reforma*, [En línea] México, Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2009, URL: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/114.pdf> [Consulta: 20 de marzo de 2012]

66. s/a, *Pacto por México*, [En línea] México, 2013, URL: <http://pactopormexico.org/PACTO-POR-MEXICO-25.pdf> [Consultado: 20 de febrero de 2013]
67. s/a, *Perspectiva de la juventud en México*, [En línea] México, Dirección de investigación y asuntos sobre juventud, SEP – IMJUVE, enero 2008, URL: <http://cendoc.imjuventud.gob.mx/investigacion/publicaciones.html>
68. s/a, *Programa de mediano plazo 2008 – 2012*, [En línea], México, IMJUVE, s/fecha, URL: http://www.imjuventud.gob.mx/contenidos/programas/PMP_IMJ_2008-2012.pdf [Consulta: 9 de noviembre de 2011]
69. Yanes, Pablo y José Luis Peralta, Coords. *Las exclusiones de la educación básica y media superior en el D. F.*, [En línea], s/p, México, UNICEF, 2006. URL: http://www.unicef.org/mexico/spanish/mx_resources_exclusiones.pdf [Consulta: 6 de noviembre de 2011]
70. Zarzuri Cortés, Raúl *Jóvenes y Televisión. Un estudio sobre la cultura televisiva de los jóvenes*, [En línea] GDS Consultores, s/lugar, URL: <http://www.comfer.gov.ar/documentos/pdf/n2.pdf> [Consulta: 10 de diciembre de 2011]