



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales

**LA TELEVISIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA
POLÍTICA DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS EN
MÉXICO**

ESTUDIO DE CASO: JÓVENES DE LA FES ACATLÁN

**TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE MAESTRO
EN COMUNICACIÓN
PRESENTA:**

YESSICA PAULINA CANO SANTANDER

Tutor:
Dra. Carola García Calderón
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Ciudad Universitaria, enero del 2015



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA	5
1.1 El concepto de cultura	5
1.2 La política como cultura: el concepto de cultura política	16
1.3 La mediación en el proceso de construcción de la cultura política	28
1.4 La televisión como mediadora: su inserción en la vida cotidiana	31
2. JÓVENES Y POLÍTICA EN MÉXICO	34
2.1 Qué es ser joven	34
2.1.1 Consideraciones generales	34
2.1.2 Los jóvenes en México	38
2.1.2.1 Aspectos estadísticos y demográficos	38
2.1.2.2 Aspectos sociales y políticos	42
2.2 Los universitarios	45
2.2.1 Panorama histórico	45
2.2.2 La vivencia contemporánea de la Universidad	48
2.3 La televisión y la política en México	52
3. UN ESCENARIO SOBRE LA CULTURA POLÍTICA	60
3.1 La cultura política de los jóvenes universitarios	63
3.2 Jóvenes de la FES Acatlán	68
3.2.1 Licenciatura en Comunicación	69
3.3 Análisis de la televisión en la cultura política de los Jóvenes de la FES Acatlán	69
3.3.1 Resultados e Interpretación	73
3.4 Los jóvenes universitarios e internet	103
CONCLUSIONES	105
REFERENCIAS	109
ANEXOS	113

INTRODUCCIÓN

Durante el siglo XX la democracia como forma política de gobierno tiende a consolidarse a nivel mundial; a mediados de dicho siglo surgen, en rápido ascenso, las tecnologías audiovisuales de comunicación (televisión); y, en el último tercio del siglo en cuestión, surgen los movimientos y las tendencias sociales que tienen como su epicentro a los jóvenes (otrora ignorados en el devenir de la Historia).

Bajo tal trasfondo general se concita el interés particular por la confluencia de la cultura política democrática, la televisión y los jóvenes universitarios en el México actual.

La presente investigación tiene como objetivo conocer cuál es el papel de la televisión en la construcción de la cultura política de los jóvenes universitarios; específicamente, explicar de qué manera participa la televisión en el proceso de construcción de la cultura política de los jóvenes de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (FES Acatlán).

Si bien en la última década del siglo XX surge internet a nivel masivo, presentando un vertiginoso desarrollo en los últimos años, la televisión sigue siendo aún el medio, tal y como lo muestran los datos duros, presentados en el capítulo dos de esta tesis, al que más personas tienen acceso y al cual recurren principalmente para informarse del acontecer político.

La hipótesis que se busca probar en esta investigación es que la televisión sigue siendo una fuente importante de información de los jóvenes universitarios en asuntos de política, a través de ella adquieren conocimientos en torno al ámbito político, que fomentan el rechazo de éste, especialmente a las estructuras e instituciones formales, que deviene en una participación reducida al proceso electoral.

Para llevar a cabo la investigación y demostrar lo anterior, en el primer capítulo del trabajo se explica la base teórico-conceptual que sustenta a la investigación; ello principalmente a partir de elucidar, con base en los planteamientos de diversos teóricos, los conceptos de cultura de Gilberto Giménez (matriz general de significación de las acciones sociales),

cultura política de Gabriel Almond y Sydney Verba (matriz específica de significación de los actos de carácter político), mediación de Jesús Martín-Barbero (proceso de construcción de la realidad social), televisión de Roger Silverstone (medio de comunicación), y vida cotidiana de Agnes Heller (ámbito en el que vive el ser humano).

En el segundo capítulo se describe la contextualización del objeto de estudio, a partir de la caracterización de lo que es ser joven (sucintamente en la Historia y específicamente en México), la situación demográfica y socio histórica que tienen en México (aspectos estadísticos), los rasgos que tienen como universitarios (características específicas de grupo), así como su relación con el medio televisivo (agente mediador).

Finalmente, en el último capítulo se identifica y explica cómo participa la televisión en la construcción de la cultura política de los jóvenes universitarios de la FES Acatlán; ello a partir de la aplicación de una encuesta, elaborada ex profeso para los fines de la investigación, del análisis, representación gráfica y lectura crítica, contrastando la hipótesis; así como el trasfondo teórico planteado, con los datos obtenidos. Cierra este capítulo un breve excursión sobre internet (tecnología que más que desplazar a la televisión coexistente con ella) y los universitarios.

Posterior al capitulado se presentan las conclusiones, de las cuales destacan que si bien el medio de mayor crecimiento (consumo) es internet, la cultura política denotada por los universitarios corresponde (de manera muy marcada y reveladora) con lo presentado por la televisión, y no por internet; los universitarios muestran escasos conocimientos políticos; finalmente, existe un desencanto por la política, lo cual se ve reflejado en la poca participación que los universitarios tienen en ésta.

1. EL PROCESO DE CONSTRUCCIÓN DE LA CULTURA POLÍTICA

Este capítulo se centra en explicar teóricamente el proceso de construcción de la cultura política y el vínculo que la televisión tiene con ésta. Para ello se aborda primero el concepto de cultura, para posteriormente definir el de cultura política, así como el de mediación para abordar el vínculo que la televisión tiene con ella desde la vida cotidiana.

1.1 El concepto de cultura

En este apartado, en primera instancia, se hace constar la diversidad y complejidad que el concepto de cultura ha revestido a lo largo de la historia, sin que ello sea óbice para presentar, breve y esencialmente, algunas concepciones consideradas paradigmáticas, que sobre la cultura se han planteado, tales como las de Emile Durkheim y Karl Marx en el siglo XIX, o las de Clifford Geertz y John B. Thompson en el siglo XX, así como los planteamientos de Gilberto Giménez desde el horizonte latinoamericano. Todo ello tendiente a la caracterización de la cultura

A lo largo del tiempo el estudio de la cultura ha sido el centro de discusión de varias disciplinas. Desde la antropología hasta la sociología han buscado definirla en aras de conocer cómo ésta interviene en la sociedad.

La cultura como concepto tiene varios significados y usos, es utilizada tanto para referirse al conjunto de conocimientos de una sociedad como para referirse a los patrones de comportamientos de ésta. Si bien la noción de cultura tiene variados usos y perspectivas, la importancia que tiene para la comprensión de los fenómenos sociales es la constante en los estudios sobre ella.

Los múltiples enfoques sobre la cultura no sólo muestran el interés sobre las relaciones de ésta con la sociedad, sino también las diferentes formas de cómo es entendida y conceptualizada, así como las implicaciones que ello conlleva.

Diversos autores han encarado, explícita o implícitamente en sus planteamientos teóricos a la cultura, tal como el sociólogo francés Emile Durkheim, en el siglo XIX, que si bien no acuñó una definición de cultura, resaltó la importancia del estudio de la dimensión cultural “al centrar su preocupación en que la sociedad se mantiene unida como tal por el lazo de las ideas, y no por una relación material”¹. Esas ideas forman una conciencia colectiva que va transformándose con el paso del tiempo.

Para Durkheim las formas de clasificación en la sociedad tienen una correspondencia con las ideas colectivas y formas sociales de organización, es decir, “hombres y mujeres viven

¹ Altamirano, Carlos *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós. Buenos Aires, Argentina. Pág. 32

en grupos, se piensan a sí mismos como grupos y agrupan a los otros sobre esa base”.² Es así que la concepción de Durkheim ve a la cultura como sistemas de clasificación.

En el siglo XX, y a diferencia de Durkheim, para el sociólogo canadiense Erving Goffman, quien se centra en el estudio de las interacciones cara a cara retomando a Herbert Blumer y la línea dramática del interaccionismo simbólico de éste, “la sociedad está compuesta por individuos atomizados que interactúan y que en estas interacciones se constituyen a sí mismos como actores que presentan un *self* (una persona) a los efectos de definir la situación interactiva.”³ En estas interacciones el actor busca controlar a los otros por medio de las impresiones, por lo cual utiliza técnicas del drama para lograr ello.

En esta perspectiva los actores utilizan *máscaras* para lograr su voluntad, empero las interacciones no son creadas por ellos mismos, pues éstas están regladas socialmente, o como sostiene Durkheim son actuaciones culturalmente ordenadas. Esto mismo sucede con las *máscaras* que utilizan los actores, ellas son “un equipo expresivo estandarizado, que da cuenta de un conjunto de constreñimientos culturales”.⁴

Es así que desde esta perspectiva “las interacciones son actuaciones ritualizadas que para ser realizadas requieren de habilidades culturales”⁵, lo que implica que el actor tiene cierta libertad para desenvolverse en dichas interacciones, empero sigue estando determinado por pautas socialmente regladas y aceptadas para llevar a cabo las interacciones.

Por otra parte, Marx y Engels al referirse a la *cultura* señalan también la importancia que el concepto de *ideología* tiene para la comprensión cabal de ésta; mantienen en *La ideología alemana* que “la cultura se refiere a las formas de expresión y representación de la vida social”. Mientras que “la ideología son las formas distorsionadas de la conciencia que emergen de y disimulan las relaciones de dominación de clase”.⁶ La distinción entre estos dos conceptos es fundamental para entender la relación entre las ideas y las prácticas en la concepción de la sociedad de Marx.

² Ibídem. 36.

³ Ibídem.

⁴ Ibídem.

⁵ Ibídem.

⁶ Ibídem. 37

En esta visión “las ideas emergen de la práctica y están internamente asociadas con ellas”, para Marx este punto es de suma importancia ya que para él “la práctica determina la cultura, la conciencia y la ideología” además de que “la vida social es esencialmente práctica”. Todo lo cual revaloriza el papel que la *práctica* tiene en la determinación de los aspectos culturales e ideológicos.

Si bien, las concepciones que sobre la cultura existen, son múltiples y diversas, tal y como otrora se señaló, recientemente el sociólogo John B. Thompson distingue cuatro sentidos en que el concepto de cultura⁷, como tal, ha sido empleado a lo largo del tiempo: *concepción clásica*, *concepción descriptiva*, *concepción simbólica* y *concepción estructural*. Para fines de esta investigación la clasificación de Thompson será complementada con los aportes del sociólogo latinoamericano, Gilberto Giménez respecto a los estudios de la cultura.

La *concepción clásica*, se ubica entre los filósofos e historiadores alemanes durante los siglos XVIII y XIX. En donde el término se usaba generalmente para referirse a un proceso de desarrollo intelectual o espiritual.

Esta *concepción clásica* se desarrolla, según Hugues de Varine y su clasificación de las fases de la cultura, en la fase de la configuración de la cultura; en la cual se comienzan a “elaborar claves y clasificaciones de los significados y valores culturales, tomando como inicio la ‘herencia europea’, a su vez cristiana; lo que implica que los valores utilizados son lo ‘distinguido’ y lo ‘bajo’, lo ‘legítimo’ y lo ‘espurio’, lo ‘artístico’ y lo ‘ordinario’, lo ‘bello’ y lo ‘feo’, lo ‘civilizado’ y lo ‘bárbaro’, lo ‘valioso’ y lo ‘trivial’”.⁸

Las clasificaciones más conocidas en esa fase son “la dicotomía nuevo/antiguo, que valora lo muy antiguo o lo muy nuevo, uno por su herencia y el otro por ser único y original; y la dicotomía alma/cuerpo, modelo platónico-agustiniano, que permitía que lo que estaba más cercano de los espiritual y de la esfera de lo interior, ejemplo las bellas artes, se

⁷ Thompson, John, *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*, 1ª edición, UAM. México, 1993. Pág. 135-136.

⁸ Giménez, Gilberto *Teoría y análisis de la cultura*, Volumen I, CONACULTA. México, 2005. Pág. 36

considerara mejor y más valioso que aquello que se acercara a lo material, ejemplo la fabricación o la técnica de objetos”.⁹

La cultura se identifica “aquí pura y simplemente con la cultura dominante (...) se trata por lo menos de una visión jerarquizante, restrictiva y etnocéntrica de la cultura”¹⁰, cuya escala de medida es la “alta cultura” de la élite dominante.

La *concepción descriptiva* y la *concepción simbólica* surgen a partir de la aparición de la antropología a fines del siglo XIX. La *concepción descriptiva*¹¹ se refiere al conjunto diverso de valores, creencias y costumbres, convenciones, hábitos y prácticas características de una sociedad en particular o de un período histórico.

En esta concepción de la cultura los antropólogos soslayan la visión eurocéntrica de la *concepción clásica* y la sustituyen por una visión “totalizadora” basada en los postulados de relatividad y universalidad de la cultura. Desde esta concepción “todos los pueblos son portadores de cultura y se deben tratar como adultos, empero desde esta mirada las culturas aparecen como igualitarias, pues lo mismo es un hecho cultural una sinfonía de Beethoven que una punta de flecha”.¹² El iniciador de este cambio de concepción es Edward Burner Tylor, quién en 1871 publica *Primitive Culture*, en donde ya introduce la concepción total de cultura al definirla como “el conjunto complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualquier otra capacidad o hábito adquirido por el hombre en cuanto miembro de la sociedad”.¹³

En los años treinta en Estados Unidos esta perspectiva antropológica de la cultura tiene un cambio importante al generalizarse una definición, que no se aleja del todo de la de Tylor, empero hace énfasis en la dimensión normativa de la cultura, es decir, ésta se “definirá en adelante en términos de modelos, pautas, parámetros o esquemas de comportamiento. Esta concepción es resultado de la convergencia entre etnología y psicología conductista

⁹ *Ibidem.* 36.

¹⁰ *Ibidem.* 38-39

¹¹ Thompson, John op. cit. pág. 136

¹² Giménez, Gilberto op. cit. pág. 41

¹³ *Ibidem.*

del aprendizaje, es obra de la llamada escuela culturalista, cuyos representantes principales fueron Ruth Benedict, Margaret Mead, Ralph Linton, entre otros”.¹⁴

Es así que en esta concepción la cultura se entiende como “todos los esquemas de vida producidos históricamente, explícitos o implícitos, racionales, irracionales o no racionales, que existen en un determinado momento como guías potenciales del comportamiento humano”¹⁵. Ello convierte a la cultura en descriptiva, y como tal “es un sistema históricamente originado de esquemas de vida explícitos e implícitos que tienden a ser compartidos por todos los miembros de un grupo o por algunos de ellos específicamente designados”.¹⁶

En esta visión, considerar a la cultura como “sistema” denota el carácter estructurado y de configuración de ésta, al decir que en ella se “tiende” se hace referencia a que los individuos no se comportan tal cual como está determinado en los esquemas, y al decir “específicamente designados” se refiere a que dentro de ese sistema cultural existen modelos o esquemas de comportamiento que son propios de ciertas categorías de personas según diferencias, como sexo, edad, clase, etcétera.

La cultura desde esta concepción se adquiere a través del aprendizaje, no sólo como educación formal, sino también como hábito inconscientemente adquirido. A este proceso de aprendizaje dentro del grupo se le suele llamar “inculturación”, empero también puede llevarse a cabo fuera del grupo por medio de los fenómenos de difusión o de contacto intercultural; lo cual se enlaza con planteamientos de Tylor, en cuanto habla sobre capacidades o hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad.

Los culturalistas, así denominados a quiénes se adscriben a esta concepción antropológica, también indican que los individuos no son meramente pasivos ante su cultura; por ello la cultura en su dimensión de “herencia cultural” queda soslayada, pues “los hombres no son solamente portadores y criaturas, sino también creadores y manipuladores de la misma”.¹⁷

¹⁴ Ibídem. 44

¹⁵ Ibídem.

¹⁶ Ibídem.

¹⁷ Ibídem. 46

Desde esta concepción de cultura los individuos no son puramente determinados por el grupo en que se desarrollan, aunque éste tiene un papel indudablemente importante en la configuración de las pautas, comportamientos, creencias, etcétera, de éste; el individuo también tiene un papel de creador en cuanto a la cultura que porta. Así mismo esta perspectiva considera a factores exógenos que contribuyen al proceso de aprendizaje del individuo, lo cual implica ya una inclusión del contexto, no inmediato solamente, en que el individuo vive, ya sea por convivencia, con otras culturas o por difusión.

La *concepción simbólica*¹⁸ pone interés en el simbolismo, en ella los fenómenos culturales son fenómenos simbólicos, por lo que se enfoca en la interpretación de los símbolos y de la acción simbólica.

Lo simbólico, dice Giménez, siguiendo a Clifford Geertz, es el mundo de las representaciones sociales materializadas en formas sensibles, también llamadas “formas simbólicas”, y que pueden ser expresiones, artefactos, acciones, acontecimientos y alguna cualidad o relación, es decir, todo puede servir como soporte simbólico de significados culturales.¹⁹

Por lo cual, a lo simbólico no se le puede tratar como un ingrediente de la vida social sino como una dimensión constitutiva de todas las prácticas sociales, de toda la vida social. Lo cual le da a la cultura carácter ubicuo y totalizador, es decir, ésta se “encuentra en todas las manifestaciones de la vida individual y colectiva, como decía Gramsci”.²⁰

Con lo anterior el individuo en esta concepción toma relevancia en la comprensión de la cultura, pues como asegura Geertz “los sistemas simbólicos forman parte de la cultura en la medida en que son constantemente utilizados como instrumento de ordenamiento de la conducta colectiva, esto es, en la medida en que son absorbidos y recreados por las prácticas sociales. Los sistemas simbólicos son al mismo tiempo representaciones (“modelos de”) y orientaciones para la acción (“modelos para”)”.²¹

¹⁸ Thompson, John op. cit. pág. 136

¹⁹ Giménez, Gilberto op. cit. pág. 68

²⁰ *Ibidem.* 70-71

²¹ *Ibidem.* 72

A raíz de lo anterior, para Thompson la concepción simbólica es adecuada para desarrollar un enfoque constructivo para el estudio de los fenómenos culturales, empero según Thompson, ésta tiene una debilidad pues no presta suficiente atención a las relaciones sociales estructuradas dentro de las cuales se insertan siempre los símbolos y las acciones simbólicas. Por ello Thompson propone una *concepción estructural* de la cultura.

En esta *concepción estructural*²² de cultura Thompson enfatiza el carácter simbólico de los fenómenos culturales, así como el hecho de que tales fenómenos siempre están insertos en contextos sociales estructurados. Para ello se basa en la concepción simbólica propuesta por Clifford Geertz, donde la cultura es el patrón de significados incorporados a las formas simbólicas, entre las que se incluyen acciones, enunciados y objetos significativos de diversos tipos, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias; por lo cual el análisis cultural es la elucidación de estos patrones de significado, la explicación interpretativa de los significados incorporados a las formas simbólicas.

La *concepción estructural* propuesta por Thompson hace claramente hincapié en que si bien los fenómenos culturales pueden entenderse como formas simbólicas, éstas siempre están en contextos estructurados que las determina, lo cual, asegura Thompson, es la principal diferencia que existe entre la concepción simbólica de Geertz y la suya.

Por su parte Giménez remarca que la cultura, como hechos simbólicos, despliega por sí misma el contexto en que aparece y los contextos asociados al principal. Retomando a Thompson y Geertz, Giménez define a la cultura como el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad, es decir, la organización social de sentido, como pautas de significados “históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de las cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias.”²³

²² Thompson, John op. cit. pág. 136-137

²³ Giménez, Gilberto op. cit. pág. 67

Por lo que “la dimensión simbólica está en todas partes: verbalizada en el discurso, cristalizada en el mito, en el rito, y en el dogma; incorporada en los artefactos, a los gestos y a la postura corporal (...).”²⁴

Para los actores, dice Thompson, los fenómenos culturales son significativos; pues éstos interpretan de manera rutinaria en el curso de sus vidas diarias dichos fenómenos. Por ello Thompson reitera lo simbólico de los fenómenos culturales, pero añade la importancia del hecho de que tales fenómenos están insertos siempre en contextos sociales estructurados; “dentro de los cuales, y por medio de los cuales, se producen, transmiten y reciben las formas simbólicas”.²⁵

A lo anterior Gilberto Giménez añade una característica más del símbolo al decir que éste “no se agota en su función de signo sino que abarca también los diferentes empleos que, por mediación de la significación, hacen de él los usuarios para actuar sobre el mundo y transformarlo en función de sus intereses. Dicho de otro modo: el símbolo y, por lo tanto, la cultura, no es solamente un significado producido para ser descifrado como un “texto” sino también un instrumento de intervención sobre el mundo y un dispositivo de poder”.²⁶

De este modo la cultura tiene la propiedad de la transversalidad, es decir, es ubicua, “como una sustancia inasible, resistente a ser confinada en un sector delimitado de la vida social. La cultura penetra todos los aspectos de la sociedad, de la economía, de la política, de la alimentación a la sexualidad, de las artes a la tecnología, de salud a la religión”.²⁷

En cuanto a las prácticas culturales Giménez dice que éstas “se concentran, por lo general, en torno a nudos institucionales poderosos, como el Estado, las iglesias, las corporaciones y los *mass media*, actores culturales también dedicados a administrar y organizar sentidos”²⁸

²⁴ *Ibíd.* 71

²⁵ Thompson, John op. cit. pág. 150

²⁶ Giménez, Gilberto op.cit. pág. 75

²⁷ *Ibíd.*

²⁸ *Ibíd.*

Aunque, dice Giménez, estas grandes instituciones (o aparatos), generalmente centralizadas y económicamente poderosas, “no buscan la uniformidad cultural sino sólo la administración y organización de las diferencias, mediante operaciones como la hegemonización. La jerarquización, la marginalización y la exclusión de determinadas manifestaciones culturales. De este modo, introducen cierto orden y, por consiguiente, cierta coherencia dentro de la pluralidad cultural que caracteriza las sociedades modernas”.²⁹

Lo anterior añade a la cultura la importancia de las instituciones o aparatos que intervienen en la selección de las manifestaciones culturales aceptadas socialmente, lo que implica un papel importante en cuanto lo que es permitido circular en la mayor parte de la sociedad, así como el modo en que debe ser estructurado y, en muchas ocasiones, cómo debe ser apropiado por los individuos; aunque el individuo, antes descrito, no es pasivo ante los hechos que vive dentro de la sociedad.

Con las observaciones anteriores, desde esta concepción la cultura puede definirse “como el proceso de continua producción, actualización y transformación de los modelos simbólicos (en su doble acepción de representación y de orientación para la acción) a través de la práctica individual y colectiva, en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”.³⁰

Por lo anterior la cultura es la vivida desde el punto de vista de los actores y de sus prácticas; la que pasa por las experiencias sociales y “mundos de la vida” de los actores en interacción. Entonces así “las representaciones socialmente compartidas, las ideologías, las mentalidades, las actitudes, las creencias y el stock de conocimientos propios de un grupo determinado, constituyen formas internalizadas de la cultura, resultantes de la interiorización selectiva y jerarquizada de pautas de significados por parte de los actores sociales”.³¹

Entonces las formas interiorizadas de la cultura son de suma importancia para la comprensión de los fenómenos sociales, pues a través de su estudio se pueden detectar

²⁹ *Ibidem.* 72-73

³⁰ *Ibidem.* 75

³¹ *Ibidem.* 81

esquemas de percepción, valoración y acción desde la perspectiva de los sujetos. Por consiguiente, dice Giménez, la definición de cultura se puede replantear como: “la organización social de sentido, interiorizada por los sujetos (individuales o colectivos) y objetivada en formas simbólicas, todo ello en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados. Así definida, la cultura puede ser abordada como un proceso (punto de vista diacrónico) o como configuración presente en un momento determinado (punto de vista sincrónico)”³².

Entonces desde la concepción simbólica, la cual toma en cuenta a los individuos y su apropiación de los hechos simbólicos, incorpora la importancia de los contextos en donde tales hechos aparecen, así como los contextos asociados y retoma la ubicuidad y el carácter totalizador de ésta, “la cultura puede ser operativa y eficaz sólo en cuanto incorporada por los individuos y los grupos, y en cuanto invertida en el flujo vivo de la acción social”³³. Así, dice Giménez citando a Michel Bassand, “la cultura se convierte en un factor condicionante que influye sobre las dimensiones económica, política y demográfica”³⁴, y no sólo está condicionada socialmente.

Por lo anterior la cultura, asegura Giménez, es de suma importancia pues “constituye una pieza fundamental para la comprensión de los determinantes de los comportamientos y prácticas sociales. Por sus funciones de elaboración de un sentido común de construcción de la identidad social y por las anticipaciones y expectativas que genera, la cultura está en la misma raíz de las prácticas sociales”³⁵.

Una vez presentados los aspectos referentes a cultura como pieza fundamental, e inseparable, en la comprensión de cualquiera de los diversos aspectos sociales; el derrotero del apartado siguiente versa sobre la *cultura política*.

1.2 La política como cultura: El concepto de cultura política

³² Ibídem. 85

³³ Ibídem. 86

³⁴ Ibídem.

³⁵ Ibídem. 87

El objetivo de éste apartado es caracterizar y definir a la *cultura política*; para ello, en primera instancia se hace mención del encuentro y el desencuentro que mantienen la cultura y la política, como ámbitos disociados para algunos y como campos integrados para otros (siendo esto último lo que se sustenta en este apartado). En segundo lugar se presentan algunas ideas muy puntuales que, sobre la cultura política, vierten pensadores como Max Weber, Talcott Parsons y Jürgen Habermas; posteriormente, de ello se presentan las ideas de quienes son considerados los precursores del concepto de *cultura política* más relevante en la actualidad, Gabriel Almond y Sydney Verba; subsecuentemente se presentan las ideas de Ronald Inglehart en torno al reconocimiento de otros factores que intervienen en la cultura política. Finalmente se presenta el concepto de *cultura política* elaborado para los fines de esta investigación.

Si el campo del estudio de la cultura ha sido abordado desde diversos enfoques que han incorporado o soslayado varias temáticas como pertenecientes a dicho campo, en la actualidad la política pareciera ser uno de esos temas que se desliga.

Cultura y política se han tratado a lo largo del tiempo como campos separados de estudio, es por ello que frecuentemente se desliga u omite abordar la cultura para realizar estudios en temas políticos. Sin embargo como está antes descrito, la cultura, vista desde la dimensión simbólica, es un factor condicionante que influye sobre las dimensiones económica, política y demográfica³⁶, por lo cual la convierte en un factor que atraviesa todas prácticas sociales, por ello abordar la relación que existe entre ambas es necesaria e inseparable para la comprensión de problemas sociales relacionados al ámbito político.

Como asegura Gilberto Giménez, “muchos tienden a disociar la política de la cultura como si se tratara de dos esferas autónomas que, en todo caso, sólo podrían mantener entre sí relaciones de exterioridad. En esta perspectiva, la relación entre ambas esferas sólo podría plantearse en términos de conjunción (“política y cultura”), y no de inclusión (“la cultura en la política”, “la dimensión cultural de la política” o, simplemente, “cultura política”).³⁷

Sin embargo, dice Giménez, la idea de que la cultura está alejada de la política depende en mucho de la concepción que se tenga del término cultura, pues si a ésta la definimos

³⁶ *Ibíd.*

³⁷ Giménez, Gilberto *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, México, Conaculta/ITESO, 2007. Pág. 109.

desde la concepción simbólica como “patrón de significados”³⁸, entonces la separación de ambas esferas no es posible, al contrario la cultura se vuelve en “una dimensión inherente a la vida política, o más precisamente, como una dimensión analítica de todas las prácticas políticas”.³⁹

Vista de esta manera la cultura impregna el campo político, por lo cual está “verbalizada en el discurso, incorporada en las creencias, en los ritos y en la teatralización del poder, cristalizada en las instituciones representativas y en los aparatos de Estado, internalizada en forma de identidades colectivas en conflicto , traducida en forma de ideologías y programas, etcétera”.⁴⁰

Reflejo de la inclusión de la cultura en la política es el concepto de *cultura política*; el cual atañe a esta investigación. Este concepto se ha tratado de definir desde distintos campos, como la Ciencia Política, la Psicología, la Sociología y la Antropología. En el campo de la Sociología europea se destacan las aportaciones de Max Weber, quien al plantear los tres tipos ideales de autoridad: *tradicional*, *carismática* y *racional*, admite que éstos, están compuestos de símbolos y creencias, es decir, referentes culturales.

Para Talcott Parsons la cultura política hace referencia a los sentimientos subjetivos, las actitudes y las conductas que caracterizaban las orientaciones políticas individuales y colectivas en un sistema político. Por su parte para Jürgen Habermas⁴¹ la cultura política es entendida desde una perspectiva estructural e histórica, aunque él no utilizaba propiamente el término de cultura política, ya que se refiere a ésta como “esfera pública”, aquel espacio social en el que podía desarrollarse una opinión pública democrática. La esfera pública para Habermas, estaba vinculada al mercado y al Estado.

Sin embargo el concepto de *cultura política*, como tal, así como su posterior estudio, tuvo mayor relevancia a partir de la aparición en la década de los 60's del libro de los politólogos Gabriel Almond y Sydney Verba (1963) *The Civic Culture*⁴², los autores, bajo

³⁸ *Ibidem.*

³⁹ *Ibidem.*

⁴⁰ *Ibidem.*

⁴¹ Habermas, Jürgen, *Historia de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, 2° edición, GG Mass Media, Editorial Gustavo Gili, 1962

⁴² Almond, Gabriel y Verba, Sydney, *The civic culture, political attitudes and democracy in five nations*, Little, Brown and Company (Inc.), 1965.

influencia conductista, abordaron el estudio sobre la cultura política de la democracia y las estructuras y procesos sociales que la sostienen.

Para Almond y Verba las naciones nuevas se enfrentan a dos modelos diferentes de Estado moderno de participación: el democrático y el totalitario. El primero le ofrece al hombre la oportunidad de participar en el proceso de las decisiones políticas como ciudadano influyente; el segundo le brinda el papel de “súbdito influyente”, por lo que una forma democrática del sistema político de participación requeriría igualmente una cultura política coordinada con ella.

Almond y Verba recalcan que para comprender mejor los problemas de la difusión de “la cultura democrática, se debe ser capaz de especificar el contenido de *lo que* ha de ser difundido, desarrollar medidas apropiadas para ello y descubrir sus incidencias cuantitativas y su distribución demográfica en países con un ancho margen de experiencia democrática”.⁴³

El estudio de Almond y Verba más que inferir las características de una cultura democrática de instituciones políticas o condiciones sociales, intenta especificar su contenido examinando actitudes en un número determinado de sistemas democráticos en funcionamiento, y hasta qué punto.

Para su estudio comparativo de cinco culturas democráticas (Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania, Italia y México), emplean el término cultura política, la cual se refiere a orientaciones específicamente políticas, posturas relativas al sistema político y sus diferentes elementos, así como actitudes relacionadas con la función de uno mismo dentro del sistema.⁴⁴

Emplean el concepto de cultura desde su significado de orientación psicológica hacia objetos sociales. Cuando hablan de una cultura política de una sociedad, se refieren al sistema político que informa los conocimientos, sentimientos y valoraciones de su población. Entonces, la cultura política de una nación consiste en la particular distribución entre sus miembros de las pautas de orientación hacia los objetos políticos.

⁴³ *Ibíd.*

⁴⁴ *Ibíd.*

Para ellos la orientación se refiere a los aspectos internalizados de objetos y relaciones. Ésta incluye: 1) *Orientación cognitiva*, conocimientos y creencias acerca del sistema político, de sus papeles y de las implicaciones de dichos papeles en sus aspectos políticos (inputs) y administrativos (outputs); 2) *Orientación afectiva*, o sentimientos acerca del sistema político, sus funciones, personal y logros; y 3) *Orientación evaluativa*, los juicios y opiniones sobre objetos políticos que involucran típicamente la combinación de criterios de valor con la información y los sentimientos.⁴⁵

Al clasificar los objetos de orientación, el primero es el sistema político *generado*; es decir, él en su conjunto con sentimientos tales como *patriotismo* o *desprecio*, los conocimientos y valoraciones de una nación tales como *grande* o *pequeña*, *fuerte* o *débil* y de un sistema político, como *democrático*, *constitucional* o *socialista*. Después se distinguen las *orientaciones hacia uno mismo* como elemento activo, y el contenido y la cualidad del sentido de competencia personal confrontado con el sistema político.

Los elementos componentes de un sistema político que distinguen son: 1) *roles o estructuras específicas* (cuerpos legislativos, ejecutivos o burocráticos); 2) *titulares* de dichos roles (monarcas, legisladores y funcionarios), y 3) principios de gobierno, decisiones o imposiciones de decisiones públicas y específicas. Éstos a su vez pueden clasificarse teniendo en cuenta si están conectados al proceso político (input) o al proceso administrativo (output).⁴⁶

Almond y Verba entienden *como proceso político* la corriente de demandas que va de la sociedad al sistema político y la conversación de dichas demandas en principios gubernativos de autoridad (partidos políticos, los grupos de intereses y los medios de comunicación), y como *proceso administrativo* (output) a aquel mediante el cual son aplicados o impuestos los principios de autoridad del gobierno (estructuras como las burocracias y tribunales de justicia).

El punto importante para su clasificación es saber hacia qué objetos políticos se orientan los individuos, cómo se orientan hacia los mismos y si tales objetos están encuadrados

⁴⁵ *Ibídem.*

⁴⁶ *Ibídem.*

predominantemente en la corriente *superior* de la acción política o en la *inferior* de la imposición política.

Almond y Verba también distinguen tres tipos de cultura política: la cultura política parroquial, la cultura política de súbdito y la cultura política de participación.

La Cultura Política Parroquial. Este tipo de cultura política, es aquella en donde no hay roles políticos especializados: liderazgo, la jefatura del clan o la tribu, el *chamanismo* son roles difusos de tipo político-económico-religioso y, para los miembros de estas sociedades, las orientaciones políticas hacia dichos roles no están separadas de sus orientaciones religiosas o sociales. En donde el individuo no espera nada del sistema político.

La Cultura Política de Súbdito. En este segundo tipo de cultura política existe una gran frecuencia de orientaciones hacia un sistema político diferenciado y hacia aspectos administrativos del sistema, pero las orientaciones respecto a objetos específicamente políticos y hacia uno mismo como participante activo se aproximan a cero. El súbdito tiene conciencia de la existencia de una autoridad gubernativa especializada: está afectivamente orientado hacia ella, tal vez se siente orgulloso de ella o le desagrada, y la evalúa como legítima o ilegítima.

La Cultura Política de Participación. En este tipo de cultura los miembros de la sociedad tienden a estar orientados hacia el sistema político como un todo y hacia sus estructuras y procesos políticos y administrativos, es decir, hacia los dos aspectos, *input* y *output*, del sistema político. Tienden a orientarse hacia un rol activo de su persona en la política, aunque sus sentimientos y evaluaciones del rol pueden variar desde la aceptación hasta el rechazo total.

La cultura política entonces, para Almond y Verba, se constituye por la frecuencia de diferentes especies de orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas hacia el sistema político en general, sus aspectos políticos y administrativos y la propia persona como miembro activo de la política. El estudio de Almond y Verba acerca de la cultura política destaca la orientación hacia la estructura y el proceso político y no la orientación hacia la

sustancia de las demandas políticas y administrativas, lo cual deja de lado demás factores que intervienen en la construcción de la cultura política de los individuos.

La concepción de estos autores habla sobre una congruencia entre estructura política y cultura política. Al hablar de los tipos de cultura que describen, se debe tomar en cuenta que la clasificación se refiere a tipos puros “figuras totalmente teóricas que se presentan sólo en el caso de una absoluta homogeneidad de la cultura política en la práctica, en cambio, encontramos culturas políticas mixtas”.⁴⁷

Por otra parte, para el connotado politólogo Ronald Inglehart la cultura política tiene a largo plazo un papel de mantenimiento para la democracia, pero una relación muy diferente a corto plazo, pues los mismos factores culturales que estabilizan y mantienen la democracia también tienden a estabilizar los regímenes autoritarios, es decir, “los cambios culturales graduales pueden generar condiciones que sean cada vez más favorables al surgimiento de las instituciones democráticas, pero el factor inmediato que la precipita suele ser un macro evento, como la derrota en una guerra o una transferencia intergeneracional de poder desde líderes de la línea dura hacia líderes reformistas”⁴⁸ Para Inglehart estos factores culturales representan un papel importante en el mantenimiento de las instituciones democráticas, así como por su vínculo con los niveles de democracia que hay en determinados momentos del tiempo.

Para describir los cambios en los factores culturales y su repercusión en el ámbito político de una nación Inglehart utiliza el concepto de *movilización cognitiva*, el cual “designa el proceso de extensión de la movilización social más allá de las transformaciones ocasionadas por la urbanización y la industrialización temprana”⁴⁹, es decir, los cambios invisibles que aumentan las capacidades individuales.

Estos cambios invisibles tienen consecuencias políticas importantes debido a que la movilización cognitiva “refleja niveles mayores de educación y cambios en la naturaleza del trabajo, que deja de consistir en operaciones simples y rutinarias para convertirse en

⁴⁷Bobbio Norberto, *Diccionario de política*, Siglo XXI, México, 1998, Tomo I, pág. 416.

⁴⁸ Inglehart, Ronald *Modernización y Posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo Veintiuno de España Editores. Diciembre 2000. pág. 219.

⁴⁹ *Ibidem*. 221-222

tareas que requieren conocimiento especializado y juicio autónomo”.⁵⁰ En el ámbito político, esto implica una mayor conciencia del individuo en cuanto a la toma de decisiones y participación sobre asuntos relacionados al ejercicio del poder.

Así la participación política de las masas deja ser acrítica y dirigida por la élite política, “organizaciones jerárquicas en las que un pequeño número de líderes o jefes conducían masas de tropas disciplinadas”⁵¹, y da paso a un modelo de participación vinculado más hacia la movilización cognitiva, es decir, que expresa las preferencias del individuo con más precisión.

Este modelo “está orientado hacia cuestiones y problemas concretos y se basa en grupos ad hoc más que en las organizaciones burocráticas establecidas (...) su objetivo son cambios políticos específicos. Este modo de participación requiere niveles de cualificación relativamente altos”⁵²

Inglehart difiere en cuanto al tipo de objetos políticos en los cuales se orientan los individuos, pues ya no son las instituciones o estructuras establecidas las que predominan en dicha orientación, sino las cuestiones más concretas que atañen a grupos menores. También agrega el factor de la cualificación política para este tipo de orientación. El indicador de cualificación en que hace hincapié es el de la educación formal de las personas, pues pareciera que a mayor conocimiento se está más consciente de los problemas, y aumenta la participación activa en la solución de éstos, rebasando el solo acto de votar.

Este modelo, dice Inglehart, es nuevo en cuanto que “sólo recientemente un porcentaje de la población ha logrado tener las aptitudes necesarias para esta forma de participación. Y es nuevo en el sentido de que hace al público menos dependiente de organizaciones oligárquicas y permanentes”.⁵³

Con la cualificación de los individuos, en cuanto su educación, la movilización cognitiva aumenta, lo que deviene en el alejamiento de las estructuras e instituciones establecidas,

⁵⁰ *Ibidem.*

⁵¹ *Ibidem.* 222

⁵² *Ibidem.* 223

⁵³ *Ibidem.* 225

lo cual implica que éstas “pasan a ser progresivamente menos eficaces”.⁵⁴ Pues “con una amplia serie de canales de información y participación alternativos, las personas confían cada vez menos en las redes organizativas permanentes tales como los sindicatos, las iglesias y las maquinarias políticas urbanas”.⁵⁵

Es así como la confianza aparece también como un elemento importante dentro de los factores culturales que afectan al ámbito político. Ya Almond y Verba dentro de sus estudio de la cultura cívica, también destacaban la importancia de la confianza como “prerrequisito para la eficacia de la democracia”.⁵⁶

La Encuesta Mundial de Valores de 1990-1993, citada por Inglehart, demuestra como “los niveles de confianza interpersonal entre los públicos de masas están estrechamente relacionados con el número de años durante los que las instituciones democráticas han funcionado de forma continúa en esas sociedades, y hay una correlación a escala mundial muy significativa de 0.72”.⁵⁷ Si bien esto no puede determinar la dirección causal entre cultura política e instituciones políticas, si puede indicar que entre ambas existe una estrecha relación, así como entre la confianza y la democracia estable.

Al igual que la confianza, el desarrollo económico es un elemento que interviene en el ámbito político, pues pareciera que “si el ciclo económico va bien, aumenta el apoyo a los representantes políticos; si la economía va mal, disminuye el apoyo a los representantes políticos. A corto plazo, la respuesta es “echar a los sinvergüenzas fuera”.⁵⁸

De igual manera el bienestar subjetivo es otro factor cultural importante para la legitimidad de un régimen político, pues “si a largo plazo las personas sienten que la vida ha sido buena bajo un régimen dado, aumentan los sentimientos de apoyo difuso a ese régimen. Así los sentimientos de bienestar general subjetivo representan un papel clave en el aumento de la legitimidad”.⁵⁹

⁵⁴ *Ibidem.* 222

⁵⁵ *Ibidem*

⁵⁶ *Ibidem.* 227.

⁵⁷ *Ibidem.* 229

⁵⁸ *Ibidem*

⁵⁹ *Ibidem.* 232

Para el bienestar subjetivo unos de los mejores indicadores es el de la satisfacción con la vida que se lleva. “Si una sociedad tiene un nivel alto de bienestar subjetivo, sus ciudadanos sentirán que todo su modo de vida es, en lo fundamental, bueno. Sus instituciones políticas obtienen legitimidad por asociación”⁶⁰

La satisfacción personal que se tiene con la vida en general, toma relevancia como indicador, más que la satisfacción de los individuos con el sistema político, pues “la política es un aspecto periférico de la vida de la mayoría de las personas; y la satisfacción con este ámbito en específico puede aumentar o disminuir de la noche a la mañana. Pero si una persona siente que su vida en general ha ido bien bajo las instituciones democráticas, este sentimiento genera una base de apoyo relativamente sólida, difusa y profunda para esas instituciones”.⁶¹ “La satisfacción política registra principalmente el apoyo a los políticos del momento; la satisfacción con la vida registra el apoyo al tipo de sistema o régimen político”.⁶²

Para Inglehart, el desarrollo económico está relacionado con la democracia, empero se vuelve más relevante al ser éste el que tiende a generar cambios sociales y culturales que contribuyen al surgimiento y desarrollo de la democracia. Así los factores culturales también contribuyen a las orientaciones que los individuos tienen hacia cuestiones políticas, es decir, no sólo se limitan a tomar en cuenta lo que proviene de las instituciones y estructuras establecidas, sino también la dimensión personal y lo que viven en su contexto.

De esa forma la cultura política de los individuos está constituida tanto por lo que proviene del sistema político, como Almond y Verba lo abordan en su trabajo sobre la cultura cívica; así como “el universo simbólico asociado al ejercicio y las estructuras de poder en una sociedad dada”⁶³, en la que vive el individuo.

Abordar el campo de las relaciones entre cultura y política desde el concepto de cultura política es problemático, en tanto que dicho concepto tiene variadas definiciones

⁶⁰ *Ibidem* 233.

⁶¹ *Ibidem*.

⁶² *Ibidem*. 234.

⁶³ Winocur, Rosalía (coord.) *Culturas políticas a fin de siglo* Juan Pablos Editor, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. México, 1997. Pág. 39

dependiendo de la perspectiva y punto de interés desde donde se aborde. Si bien en los estudios sobre cultura política, el concepto no ha tenido un consenso en cuanto a su definición, la coincidencia sobre la importancia de la cultura, o factores culturales, es la constantes en ellos, pues "la cultura es el cemento que integra a la sociedad y comunidad. No hay comunidad sin cultura, porque la vida social requiere ideas compartidas".⁶⁴ Algunos la relacionan directamente con las estructuras e instituciones establecidas, otros miran hacia la perspectiva de los individuos y su universo simbólico.

Entonces así, podemos definir a la cultura política para fines de esta investigación, el conjunto de conocimientos, creencias, opiniones y representaciones que configuran la concepción subjetiva del ciudadano respecto del universo de relaciones del ámbito político. Las manifestaciones sociales generadas por el sistema político, la forma en que éstas son incorporadas por cada individuo desde su contexto específico, su historia personal, el proceso y la apropiación con las diversas fuentes (familia, grupos pares, escuela, medios de comunicación, etc.) que lo rodean también contribuyen en la configuración de ésta.

Entonces es así como la cultura y la política tienen una relación interactiva, es decir, "que tanto la cultura como las relaciones políticas se reconfiguran y modifican cuando ambas se interrelacionan y que, como consecuencia, se generan nuevos fenómenos culturales y, por tanto, nuevas formas de hacer y pensar lo político".⁶⁵ Dicha interactividad deviene de "una particularidad de las relaciones políticas: que éstas son expresiones peculiares de la cultura cuando ella actúa en el ámbito de las relaciones de poder".⁶⁶

De igual forma la cultura política incluye "signos y símbolos que afectan las estructuras de poder. Una combinación de actuar y pensar los eventos políticos que se pone en juego con el propósito de obtener ciertos objetivos o espacios sociales"⁶⁷, pues "lo político no se circunscribe al ámbito de las instituciones donde se ejerce la política formal, de hecho el ejercicio cultural de lo político se expresa en múltiples y diversos espacios de la vida social".⁶⁸

⁶⁴ Piña, Manuel. *La cultura política en los estudiantes de la Universidad Autónoma Chapingo*. IISUE. Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación. UNAM. pág. 95

⁶⁵ *Ibidem*. 263

⁶⁶ *Ibidem*.

⁶⁷ Tejera, Héctor *Antropología Política. Enfoques Contemporáneos*. INAH. Plaza y Valdés Editores. Agosto 2000. Pág. 14.

⁶⁸ *Ibidem*. 15.

La cultura política vista así también alude a pautas consolidadas a través del tiempo, como proceso de aprendizaje visto desde la concepción antropológica de la cultura, por lo tanto no se le puede considerar como “una unidad o entidad homogénea integrada asociada a ciertos sectores, grupos o clases sociales. Por el contrario, parece más adecuado considerarla como una serie heterogénea y desarticulada de valores, actitudes y acciones, con base en la cual los actores sociales construyen percepciones sobre las relaciones de poder y sustentan su acción política”.⁶⁹

Una vez caracterizada y definida la *cultura política* es menester ahondar en los fenómenos que intervienen para que ésta se constituya como elemento interventor en las percepciones del sujeto.

1.3 La mediación en el proceso de construcción de la cultura política

En esta parte se ahonda en los procesos que inciden en la construcción de la *cultura política* de los individuos, particularmente en el fenómeno de la *mediación*; en primera instancia se retoman las ideas de Peter Berger y Thomas Luckmann respecto de la construcción social de la realidad; posteriormente se presenta el concepto de *mediación* de Jesús Martín-Barbero, a fin de hacer manifiesto el papel que los medios de comunicación masiva tienen en la elaboración de las representaciones de los individuos respecto a la política desde su vida cotidiana.

De acuerdo a Berger y Luckmann, “El proceso por el cual se llega a ser hombre se produce en una interrelación con un ambiente”⁷⁰ tanto natural como humano. Entonces “el ser humano en proceso de desarrollo se interrelaciona no sólo con un ambiente natural

⁶⁹ *Ibíd.* 13

⁷⁰ Berger y Luckmann *La construcción social de la realidad* Amorrortu editores. Buenos Aires, 2003. Pág. 66

determinado, sino también con un orden cultural y social específico mediatizado para él por los otros significantes a cuyo cargo se halla”⁷¹

El individuo al nacer se encuentra en un mundo ya existente, independientemente de él. “Este mundo se le presenta ya “constituido” y aquí el debe conservarse y dar prueba de su capacidad vital”⁷², este mundo constituido se le presenta también a través de diversos mediadores que marcan las formas socialmente aceptadas, y construidas, respecto a diversos temas.

Lo anterior implica que “las definiciones que los otros significantes hacen de la situación del individuo le son presentadas como realidad objetiva. De este modo él nace no sólo dentro de una estructura social objetiva, sino también dentro de un mundo social objetivo”.⁷³ Así los diferentes significantes “que mediatizan el mundo para él, lo modifican en el curso de esa mediatización. Seleccionan aspectos del mundo según la situación que ocupan dentro de la estructura”.⁷⁴

Entonces hay una sociedad pre-existente al individuo, en la cual para pertenecer y participar deberá entablar relaciones sociales concretas, para las cuales debe compartir un horizonte de sentido común y de prácticas comunes, de los que tendrá que apropiarse, “a la manera en que su mundo de vida más inmediato le proporcione dicho acervo de conocimiento en un contexto histórico preciso”.⁷⁵

En lo referente a la mediación, dice Jesús Martín-Barbero, es esa “instancia cultural “desde donde” el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo”.⁷⁶ Dicho concepto se relaciona “con la identidad cultural de los sujetos y con la producción diaria de cultura”⁷⁷, al igual que se “ha relacionado con las

⁷¹ *Ibidem.*

⁷² Heller, Agnes *Sociología de la vida cotidiana* Ediciones península, 1977. Pág. 21

⁷³ Berger y Luckmann op. cit. pág. 164

⁷⁴ *Ibidem.*

⁷⁵ Estrada, Merco. *Participación política y actores colectivos* Universidad Iberoamericana-Plaza y Valdés Editores. México 1995 Pág. 58

⁷⁶ Martín-Barbero, Jesús; citado en Orozco, Guillermo, *Televisión y Audiencias un enfoque cualitativo*, Pág. 83

⁷⁷ Orozco, Guillermo *Televisión y Audiencias. Un enfoque cualitativo* Ediciones de la Torre. Universidad Iberoamericana., 1996. Pág. 84

prácticas comunicativas específicas de la audiencia como un proceso estructurante, involucrando tres dimensiones: socialidad, ritualidad y tecnicidad”.⁷⁸

Esta apropiación que realiza el individuo desde su contexto “se ofrece a través de una serie de mediaciones institucionales que el conjunto de la sociedad sirve, para que el hombre haga uso de los objetos culturales, prácticas y significados sociales”.⁷⁹ Empero dicha apropiación se realiza al “nivel de su propio estrato, capa, clase, las habilidades, normas, capacidades relativas a las funciones que, en el seno de la división social del trabajo, pertenecen a su estrato, capa, clase, etc. [por lo cual], el particular ya no puede estar en relación con toda la integración (de la unidad social) en su ambiente inmediato, en su vida cotidiana”.⁸⁰

Visto así el individuo queda constreñido a las diferentes mediaciones que pertenecen a su vida cotidiana; por ello, Agnes Heller “habla en ese sentido de apropiación de la “alienación”, cuando el hombre se ve sumergido a un mundo de vida específico y particular”.⁸¹

La mediación que ofrece ese mundo cotidiano al individuo para “adentrarse a la “comunidad” es vía una red de órdenes institucionales (Habermas), que concretamente se puede observar en instancias como la familia, los grupos de amigos, al escuela, etc., instancias que “introducen al hombre de la calle a la “cotidianeidad compartida” de esa vida con una serie de valores, de creencias, con un conjunto de normas, maneras y prácticas sociales con las que su mundo se reproduce y produce y conforma una identidad común que, subjetivamente, los miembros particulares la contemplan y viven como su comunidad y la expresan como nuestra comunidad”.⁸²

Así desde la vida cotidiana los diferentes mediadores presentan valores, creencias, normas y prácticas sociales como algo normal y evidente por sí mismo, es decir, como algo natural para el individuo en su contexto. Lo anterior en relación al ámbito político deviene en primera instancia en la apropiación de un mundo ya constituido, mediado, sobre el universo

⁷⁸ *Ibíd.*

⁷⁹ Estrada, Marco op. cit. pág. 58

⁸⁰ *Ibíd.*

⁸¹ *Ibíd.* 59

⁸² *Ibíd.*

de relaciones de lo político; ello implica en la configuración de la percepción del individuo el primer, y en ocasiones, único vínculo respecto a lo político.

Establecido el papel que la *mediación* tiene en la elaboración de la realidad social, sólo resta presentar el papel que los medios de comunicación colectiva, específicamente la televisión tiene en la vida cotidiana de los individuos, particularmente en sus concepciones políticas.

1.4 La televisión como mediadora : su inserción en la vida cotidiana

Finalmente, en este último apartado, a partir de las ideas de Agnes Heller, se caracteriza a la *vida cotidiana* como el ámbito desde el cual el sujeto conforma su visión de la realidad; a partir de ello, y con base en planteamientos teóricos de Manuel Martín Serrano, Roger Silverstone y Guillermo Orozco, se destaca el papel potencial que la televisión tiene en la conformación de la cultura política de los individuos.

“Para reproducir la sociedad es necesario que los hombres particulares se reproduzcan así mismos como hombres particulares”⁸³, para ello es importante entender la vida cotidiana, pues es el ambiente humano donde se desarrollan los sujetos, “es el conjunto de actividades que caracterizan la reproducción de los hombres particulares, las cuales a su vez, crean la posibilidad de la reproducción social”⁸⁴

Existen diversos mediadores sociales que enculturizan a las personas sobre la realidad social en su vida cotidiana; tales como la familia, la escuela y los grupos de amigos; empero los medios de comunicación masiva tienen en la actualidad un lugar estratégico en dicha enculturización, dado su nivel de presencia en los hogares y la cobertura que tienen, en especial la televisión.

⁸³ Heller, Agnes op. cit. pág.111

⁸⁴ *Ibidem.* 19

La televisión, como **organización de comunicación pública**⁸⁵, tiene un gran peso como institución social mediadora, es decir, en la tarea de establecer sentidos sobre la realidad social, dado que selecciona lo que es de interés público mediante organizar datos, construir relatos y proveer así, y de determinada forma, de información a las personas.

La televisión tiene dos factores de relevancia que como mediadora le permiten tener mayor cercanía e incidencia en la cotidianidad, “la televisión asume y forma sus dispositivos claves: la simulación del contacto y la retórica de lo directo”⁸⁶. El primero de ellos, la simulación del contacto, se refiere a “los mecanismos mediante los cuales la televisión especifica su modo organizándola sobre el eje de la función fática, esto es, sobre el mantenimiento del contacto”⁸⁷. El segundo de ellos, la retórica de lo directo, se refiere a “el dispositivo que organiza el espacio de la televisión sobre el eje de la proximidad y la magia del ver (...) por una proximidad construida mediante un montaje no expresivo, sino funcional y sostenida con base en ‘la toma directa’, real o simulada”⁸⁸.

Hoy la televisión parece natural, aunque no siempre fue así, “tuvimos que aprender a incorporar este medio a nuestra vida [...] nos acompaña cuando nos levantamos, tomamos el desayuno, bebemos un té [...] Nos reconforta cuando estamos solos. Nos ayuda a dormir. Nos brinda placer, nos aburre y a veces nos cuestiona. Nos da la oportunidad de ser sociables y también solitarios”⁸⁹.

Por lo tanto la televisión es un medio doméstico. “Se mira en casa. Se ignora en casa. Se discute en casa. Se mira en privado con miembros de la familia o con amigos. Pero también forma parte de nuestra cultura hogareña: su programación y sus horarios nos proporcionan estructuras y modelos de la vida doméstica”⁹⁰. La televisión “constituye una parte del hogar, es parte de su idealización, parte de su realidad. La seguridad del hogar que incluye sentimientos positivos de seguridad y pertenencia se ve reforzada, también cuestionada por un medio que nos trae el mundo al interior”⁹¹.

⁸⁵ Martín, Manuel La producción social de comunicación, Alianza Universidad Textos, Madrid, 1994, pág.

⁸⁶ Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Antrhropos Editorial. UAM Azcapotzalco, 2010. Pág. 252.

⁸⁷ *Ibidem*.

⁸⁸ *Ibidem*.

⁸⁹ Silverstone, Roger *Televisión y vida cotidiana* Amorrortu editores. Buenos Aires, 1996. Pág. 20

⁹⁰ *Ibidem*. 51

⁹¹ *Ibidem*. 58

La mediación en “el terreno de la televisión [...] es un “proceso estructurante” que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la TV como la creación por ellos del sentido de la interacción.”⁹² Bajo esta conceptualización Guillermo Orozco construye una tipología con diferentes categorías de mediaciones, en ella distingue “las mediaciones como procesos de estructuración derivados de acciones concretas o intervenciones en la televidencia y, diferencia las mediaciones de las fuentes de mediación o lugar en que se originan estos procesos estructurantes”. Entonces desde esta perspectiva, las mediaciones “se manifiestan por medio de acciones y del discurso, pero ninguna acción singular o significado constituye una mediación propiamente”.⁹³

“La mediación se origina en varias fuentes: en la cultura, en la política, en la economía, en la clase social, en el género, en la edad, en la etnicidad, en los medios de información, en las condiciones situacionales y contextuales, en las instituciones y en los movimientos sociales, [...] en la mente del sujeto, en sus emociones y experiencias”.⁹⁴

Es por ello que se justifica entender en esta investigación que el papel de la televisión en la construcción de la cultura política de los jóvenes universitarios es observable a partir de actitudes y acciones desde situaciones cotidianas.

⁹² Orozco, Guillermo op. cit. pág. 84

⁹³ *Ibidem.*

⁹⁴ *Ibidem.*

2. JÓVENES Y POLÍTICA EN MÉXICO

Este capítulo, como su nombre lo indica, se centrará en elucidar la relación entre los jóvenes y la política en nuestro país; de manera específica se describirán brevemente las concepciones de lo que es ser joven a lo largo de la historia y en la época presente, así como en el caso particular de México también en lo referente a la participación política y a la interacción que mantienen con la televisión, a fin de generar un contexto general.

Posteriormente se abordará al sector juvenil que tiene acceso a la educación superior, los universitarios, tanto en la tradicional vertiente de la politización universitaria como de la actual vida cotidiana de los mismos, ello para ir particularizando las características del grupo social al que se dirige, los jóvenes de la FES Acatlán. Esta investigación; por último, se analizará el papel que la televisión, explícita e implícitamente, tiene en la vida social, política y democrática en nuestro país y en las concepciones y la participación de los jóvenes en la vida política.

2.1 Qué es ser joven

En este apartado se presenta una somera descripción de la condición de ser joven a través de la historia así como en la actualidad; de igual manera se puntualizan algunas características demográficas y sociales de los jóvenes en el México actual.

2.1.1 Consideraciones generales

Según la UNESCO los jóvenes son las personas con edades comprendidas entre 15 y 24 años de edad; en nuestro país el concepto de joven abarca el rango de edades entre 15 y 29 años. Dos factores son los principales en la determinación de lo que es ser joven: el biológico y el cultural. Biológicamente la juventud comprende el periodo intermedio entre la niñez y la edad adulta; culturalmente existe una diversidad de criterios (nacionales, regionales, jurídicos, étnicos, religiosos, etcétera) para determinar cuando alguien es un joven.

A lo largo de la Historia la concepción y, más que ello, los atributos y obligaciones que se les han signado a los jóvenes han sido diversas. Carles Feixa distingue algunas etapas

históricas: sociedades primitivas, sociedades antiguas, antiguo régimen, sociedades industriales y sociedades postindustriales, en las cuales prevalece un tipo característico de comprender a la juventud. Al respecto señala, “la gran diversidad de situaciones puede agruparse en cinco modelos diferenciados de juventud, que corresponden a otros tantos tipos distintos de sociedad: los *púberes* de las sociedades primitivas sin Estado; los *efebos* de los estados antiguos; los *mozos* de las sociedades campesinas preindustriales; los *muchachos* de la primera industrialización, y los *jóvenes* de las modernas sociedades postindustriales. No se trata de modelos unívocos, sino más bien de *tipos ideales* que sirven para ordenar la heterogeneidad de datos etnográficos e históricos”⁹⁵

La juventud *púber* debía mostrar su *hombria* con valor y matando a un animal; a la juventud *efeba* se le reconocía socialmente como madura al poder asumir la defensa de la patria; la juventud, de acuerdo a Feixa, durante la civilización medieval no se percibía diferenciada del paso del mundo de la infancia al mundo de los adultos; la juventud, *muchachos*, de las sociedades industriales tiene ya el pleno reconocimiento de su situación biológica y social; y, por último, la juventud de la actualidad, propiamente los *jóvenes*, tiene, además del reconocimiento de su situación biológica y social un papel no pasivo, sino activo en la escena pública.⁹⁶

Respecto a la juventud en la era contemporánea, Feixa sostiene que se puede ver a la juventud como la sucesión de diez generaciones diferentes que han irrumpido en la escena pública para tener un papel protagónico en los acontecimientos del siglo XX y XXI, tales como la reforma, la guerra, la paz, la contracultura, la globalización y la antiglobalización. Feixa denomina a esas 10 generaciones como: Generación A (Adolescente); Generación B (Boy Scout); Generación K (Komsol-organización juvenil comunista); Generación S (Swing); Generación E (Escéptica); Generación R (Rock); Generación H (Hippy); Generación P (Punk); Generación T (Tribu); y, Generación R (Red). Las características particulares de cada unos de estas diez generaciones, se presentan en la tabla siguiente.⁹⁷

⁹⁵Feixa, Carles, *El reloj de arena*, Cal y Arena, México, 1998, pág. 19

⁹⁶ Cfr. Feixa pág. 16-36

⁹⁷Feixa, 2006, citado en Fandiño, Yamith, *Los jóvenes hoy: enfoques, problemáticas y retos*.

Generación A (Adolescente)	En 1899, surge el reconocimiento social de un único estatus a quienes ya no eran niños pero que aún no eran plenamente adultos; un reconocimiento no falto de ambigüedad porque si por un lado se saludaba el carácter natural del nuevo estatus, por el otro se subrayaba su carácter conflictivo.
Generación B (Boy scout)	Un modelo de separación del mundo de los adultos que crea una "cultura juvenil" de naturaleza espiritual en los ambientes escolares; cultura en la que se separa a los niños de las niñas para evitar contactos prematuros que hicieran peligrar la masculinidad de los chicos y corrompieran la feminidad de las chicas.
Generación K (Komsol-organización juvenil comunista)	Una organización juvenil adaptada a las necesidades del estado revolucionario: los chicos y las chicas (la división sexual desaparece) son agrupados en grados de edad que sirven para desarrollar actividades de ocio y formación cívico-militar. La juventud reemplaza al proletariado como sujeto primario de la historia y la sucesión generacional sustituye la lucha de clases como herramienta principal de cambio.
Generación S (Swing)	Las doctrinas políticas del nazismo y el fascismo consiguen movilizar a los jóvenes durante los años treinta. Sin embargo, algunos grupos juveniles encuentran en la música y el baile un espacio a donde escapar de estas tendencias autoritarias, asumiendo formas como el misticismo, el sensualismo y la indiferencia moral que determinan la emergencia de una "crisis de autoridad".
Generación E (Esoéptica)	Los jóvenes de posguerra se caracterizan por su falta de compromiso político y moral, por su conformismo con la sociedad establecida y por su adaptación funcional en pro de aprovechar plenamente todas las posibilidades que le son permitidas.

Generación R (Rock)	El alargamiento de la permanencia de los jóvenes y las jóvenes en instituciones educativas y la aparición del "consumidor adolescente" consagran el nacimiento de una nueva clase de edad en los países industrializados. La escuela secundaria se convierte en el centro de vida social de una nueva categoría de edad: el <i>teenager</i> .
Generación H (Hippy)	La juventud ya no es considerada un conglomerado interclasista, sino una nueva categoría social portadora de una misión emancipadora. Es decir, la juventud es vista como una "nueva clase revolucionaria" con la misión de crear una cultura alternativa a la dominante en la sociedad: una contra-cultura.
Generación P (Punk)	La juventud se representa como un estilo surgido de los vientos de crisis con la provocación como bandera, un estilo de vestir ecléctico como imagen y una música electrizante como símbolo de rebeldía.
Generación T (Tribu)	El incremento de la desocupación juvenil y el hundimiento de las ideologías contraculturales generan discursos que crean una actitud entre cínica y desencantada en microculturas juveniles, nacidas de los márgenes contraculturales del territorio urbano.
Generación R (Red)	Los jóvenes de hoy son la primera generación que llega a la mayoría de edad en la era digital y que vive no sólo el acceso más grande a computadores e internet sino el impacto cultural de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la sociedad y en su visión de la vida y del mundo.

De acuerdo a Feixa, el primer estudio académico sobre los jóvenes fue el realizado por el psicólogo norteamericano Stanley G. Hall en 1904, quien escribió un compendio intitulado *Adolescente. Its Psychology and its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education*. Será en el siglo XX cuando se constituya el interés científico y académico por la juventud; Fandiño⁹⁸ retomando las propuestas de Domínguez y Lozano señala que el proceso que va de la adolescencia a la juventud se puede estudiar desde tres grandes enfoques: el biogenético (análisis de los procesos biológicos), el sociogenético (análisis de los procesos de socialización), y, el psicogenético (análisis de la personalidad); y desde cuatro variables generales: *el género* (expectativas sociales asignadas a hombres y mujeres); *la escolaridad* (integración o exclusión a determinados ámbitos de la cultura); *el status socioeconómico* (acceso material a los recursos, así como generación de expectativas); y, *región de pertenencia* (contextos rurales o urbanos).

⁹⁸Fandiño, 2011

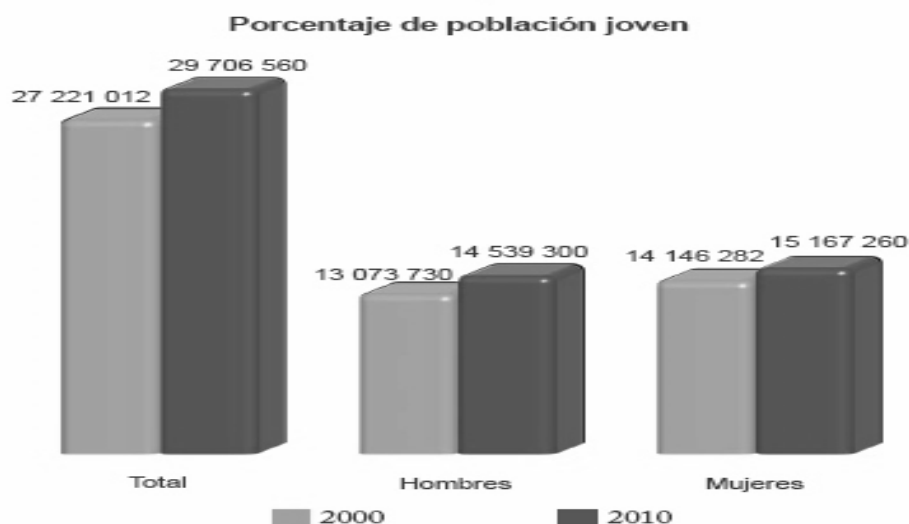
Luego entonces, hablar sobre la juventud, sobre los jóvenes implica tener presentes contextos y circunstancias particulares a fin de poder hacer justicia a su situación específica.

2.1.2 Los jóvenes en México

Hablar de contextos y circunstancias particulares en el caso de los jóvenes en México, población entre los 15 y los 29 años de edad, precisa tener en cuenta tanto los aspectos demográficos y estadísticos como los sociales y políticos.

2.1.2.1 Aspectos estadísticos y demográficos.

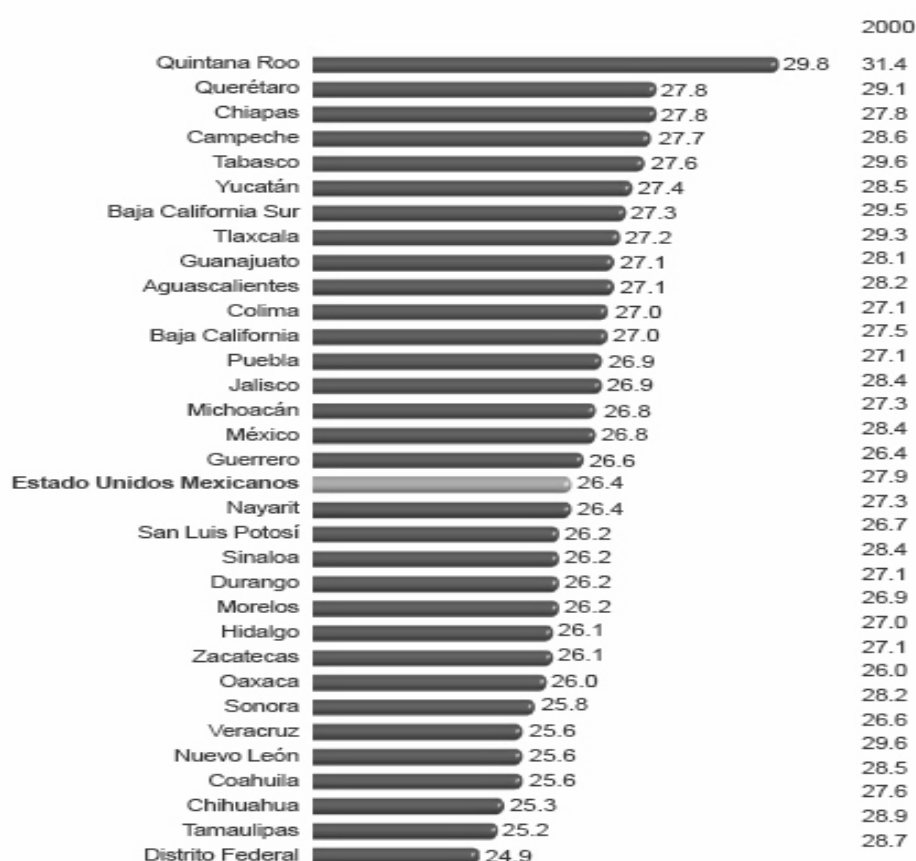
De acuerdo al Censo de Población y Vivienda 2010, realizado en nuestro país por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), México es un país de jóvenes, 29 706 560 mexicanos tiene entre 15 y 29 años; la mitad de la población tiene 26 años o menos.⁹⁹



En el país la proporción de los jóvenes en los distintos estados fluctúa entre 24.9 y el 29.8 por ciento.

⁹⁹ Los datos y las gráficas que se presentan, se tomaron del Censo de Población y Vivienda 2010.

Porcentaje de población joven por entidad federativa



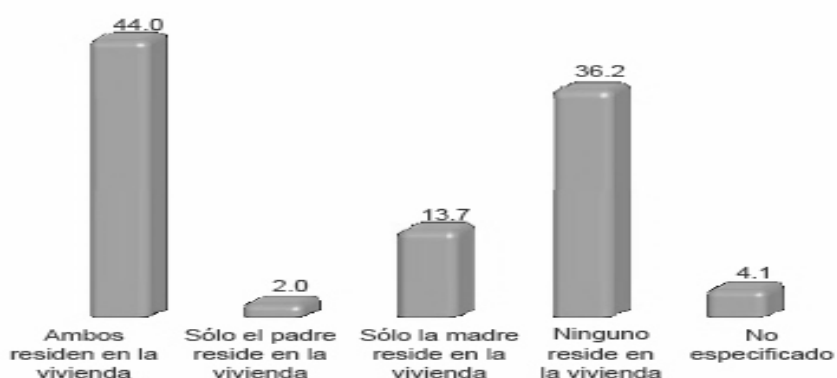
En lo referente a la situación conyugal de los jóvenes, la mayoría de ésta se encuentra soltera; el 61.1% de dicha población se encuentra soltera, mientras que aquellos que están casados o mantienen una relación de unión libre representan el 36.1%.

Distribución porcentual de la población de 15 a 29 años según situación conyugal por sexo

Situación conyugal	Total			15 a 19 años			20 a 24 años			25 a 29 años		
	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Soltera(o)	61.1	67.3	55.3	88.1	93.2	82.7	57.1	64.2	50.2	32.2	36.7	28.1
Casada (o)	18.6	15.5	21.6	3.0	1.4	4.6	18.4	14.5	22.2	38.4	35.2	41.2
Unión libre	17.5	15.6	19.3	8.1	4.8	11.4	21.6	19.6	23.5	24.5	25.0	24.1
Separada(o), divorciada(o) y viuda(o)	2.5	1.3	3.6	0.5	0.2	1.0	2.7	1.4	3.9	4.6	2.8	6.4
No especificada	0.3	0.3	0.2	0.3	0.4	0.3	0.2	0.3	0.2	0.3	0.3	0.2

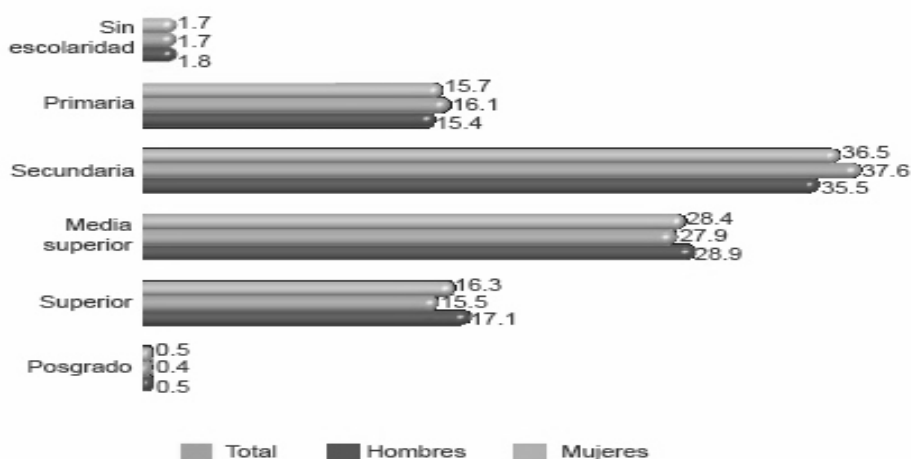
Respecto de la situación de residencia (vivienda) de los jóvenes, cada vez es a mayor edad que éstos se marchen salgan del hogar de los padres; el 59.7% de los jóvenes vive con alguno de sus padres o con ambos, sólo el 36.2% vive en un hogar distinto al de sus padres.

Distribución porcentual de la población joven en hogares censales según condición de residencia del padre o la madre en la vivienda



A nivel educativo, los jóvenes en promedio han estudiado hasta el primer año de la educación media superior; su promedio general de escolaridad es de 10 años de estudio.

Nivel de escolaridad de la población de 15 a 29 años



La suma es menor al 100% debido al porcentaje que no especificó escolaridad.

En nuestro país son cuatro las categorías de actividad, contempladas en el censo, a las que los jóvenes se dedican: a) trabajan; b) buscan trabajo (actividad negativa); c)

estudian; y, d) se dedican al hogar. Los totales son: 47.1% de los jóvenes trabaja, el 26.7% estudia, 20.0% se dedica al hogar (aspecto importante en virtud de que dicha actividad es fundamental para el funcionamiento de la sociedad), 3.3% busca trabajo, y 0.5% no está especificado.

En el grupo de 15 a 19 años de edad, la mayoría de los jóvenes estudian (presentando porcentajes similares hombres y mujeres). Las mujeres desde edades tempranas se dedican al hogar. En el grupo de edad de 20 a 24 años se produce una diferenciación significativa: la mayoría de los hombres se incorporan al campo laboral, y buena parte de las mujeres se dedican al hogar. En el grupo de 25 a 29 años, una gran parte de los jóvenes adquieren responsabilidades familiares; al trabajo se dedican el 88.4% de los hombres y el 45.3% de las mujeres; 48.8% de las mujeres se dedica al hogar.

Condición de actividad de la población entre 15 y 29 años

Condición de actividad	Total	Hombres	Mujeres
Total			
Tiene trabajo	47.1	63.5	31.3
Busca trabajo	3.3	4.9	1.8
Estudia	26.7	26.8	26.6
Quehaceres del hogar	20.0	0.8	38.4
Otra situación	2.4	3.4	1.5
No especificado	0.5	0.6	0.4
15 a 19 años			
Tiene trabajo	25.8	36.5	15.0
Busca trabajo	3.0	4.6	1.3
Estudia	54.1	53.1	55.2
Quehaceres del hogar	13.6	1.1	28.2
Otra situación	3.1	4.2	1.9
No especificado	0.4	0.5	0.4
20 a 24 años			
Tiene trabajo	54.0	72.7	36.4
Busca trabajo	3.8	5.4	2.2
Estudia	17.5	17.6	17.3
Quehaceres del hogar	21.9	0.6	42.2
Otra situación	2.3	3.1	1.5
No especificado	0.5	0.6	0.4
25 a 29 años			
Tiene trabajo	65.9	88.4	45.3
Busca trabajo	3.2	4.7	1.7
Estudia	2.8	3.0	2.6
Quehaceres del hogar	25.7	0.5	48.8
Otra situación	1.8	2.6	1.1
No especificado	0.6	0.8	0.5

2.1.2.2 Aspectos sociales y políticos.

En el México contemporáneo los jóvenes son, al menos cuantitativamente, uno de los sectores de la población más numerosos y representativos, sin embargo también es uno de los sectores que acusa una gran marginalidad en las esferas de la vida nacional (acceso a la educación, reconocimiento jurídico, participación política, etcétera). Casi la mitad de la población, 48 por ciento, es menor de 25 años de edad y, a pesar que desde el

año 2000 comenzó a decrecer el número de la población joven dentro del total, en números absolutos nuestro país cuenta con la mayor cantidad de jóvenes en su historia.¹⁰⁰

Sin embargo a pesar de la importancia que el sector juvenil tiene en la actualidad, sus oportunidades reales de desarrollo son precarias e inciertas; por ejemplo a nivel educativo, como asegura José Narro, hoy los jóvenes mexicanos viven escuchando que tener educación superior es importante para salir adelante en la vida, que contar con una carrera abre más posibilidades de trabajo y elimina incertidumbres laborales. Sin embargo, para toda la sociedad resulta evidente que los profesionistas al insertarse en la estructura ocupacional, se topan con empleos que no corresponden a su calificación y con malas remuneraciones.¹⁰¹

Los aspectos anteriores además de reflejar el entorno en que hoy en día viven los jóvenes como grupo social, específicamente los universitarios, en cuanto a los cambios constantes y efímeros, donde estudiar y prepararse para ejercer una profesión, y darse cuenta que ésta no tiene cabida en la realidad social, ocasiona incertidumbre y desapego de la política, que se torna lejana de su cotidianidad; también refleja cómo éstos difieren con lo que el sistema político transmite hacia ellos, es decir, sobre la importancia de su participación como ciudadanos en los quehaceres políticos; pues los jóvenes generalmente ven las cuestiones políticas como algo alejado de su realidad y como un aspecto social en donde unos cuantos tienen incidencia, donde los actores políticos son corruptos y buscan su beneficio personal, es decir, existe una desconfianza de este sector social hacia la política; aunado a esto están los conocimientos, actitudes y opiniones que los jóvenes adquieren de otros medios sobre la política, entre los que se encuentra la televisión, los cuales parecieran refuerzan esta visión.

Ante esto, se vislumbra que los nuevos electores, aquellos de los cuales el sistema democrático busca su participación, se encuentran en el sector juvenil. Es entonces que la cultura política de dicho sector es de relevancia para el sistema y su mantenimiento; así como la forma y los referentes en que dicha cultura se sustenta.

¹⁰⁰Narro Robles, José, *Políticas de Juventud. Una propuesta para el México del siglo XXI*. Miguel Ángel Porrúa. Septiembre 2012. pág.15.

¹⁰¹Ibidem. 34

En cuanto a la cultura política de los jóvenes según datos de la Encuesta Nacional de Valores en Juventud 2012 el 89.6% se interesa en la política poco o nada, siendo el principal factor, con el 37.4% del poco o nada de interés, el que los políticos sean deshonestos, seguido de no les interesa con el 22.8% y el no entiendo la política con el 22.7%. En cuanto a qué ocasiones consideran que se debe participar en política, el 26.4% considera que cuando es obligación, el 20.3% cuando se tiene información y responsabilidad, el 16.8% cuando se obtiene algún beneficio y el 14.8% cuando hay que protestar por alguna injusticia.

Los medios de comunicación, particularmente la televisión es un factor clave en la conformación de la cultura política de los jóvenes; según datos La Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2008 (ENCUP), la cual ofrece información sobre las percepciones, el conocimiento, las actitudes y el comportamiento y el comportamiento de los mexicanos en torno al funcionamiento de su sistema político, el apartado concerniente a la confianza que se tiene en los medios de comunicación el 50% de los encuestados afirmaron confiar mucho o algo cuando se les preguntó ¿Qué tanta confianza le inspiran los medios de comunicación, en donde la televisión tiene el 48% de confianza. También dichos resultados son comparados con la encuesta realizada por la Corporación Latinobarómetro (LB) 2008, que hace cuestionamientos sobre los medios de comunicación, pero de manera específica; en esta encuesta la televisión tiene el 51% de confianza de las personas, aunque en ambas la confianza en la radio es ligeramente superior a la de la televisión, con 53% y 55% respectivamente.¹⁰²

Lo anterior se adjudica a diversos factores, algunos antes descritos, entre los cuales se encuentran la exposición de las personas desde temprana edad a la televisión, la gran accesibilidad a este medio en comparación a otros, la cercanía en la vida cotidiana que la televisión tiene en los hogares, etc.; lo cual ocasiona que la mediación de la televisión sobre el acontecer público, específicamente sobre la política, tenga una mayor incidencia en la cultura política de los ciudadanos, en este caso los jóvenes universitarios, que las mismas instituciones.

2.2 Los universitarios

¹⁰²Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2008. (ENCUP)

El sector juvenil en México es tipificado por el rango de edad que va de los 15 a los 29 años; resulta evidente que los jóvenes que tienen la oportunidad de acceder al nivel universitario son sólo una fracción de la población total de jóvenes en el país; lo anterior, a su vez, permite establecer, si bien no de manera categórica y tajante pero si de manera general, que es en la población juvenil universitaria en donde principalmente se haya la juventud más politizada en el país.

En este apartado se reseñan de manera puntal algunos hechos sociales en los cuales el sector universitario ha tenido un papel protagónico. En segunda instancia se presentan aspectos actuales de la vida cotidiana universitaria, a partir de algunos estudios que diversos autores han hecho al respecto, a fin de perfilar lo que es ser hoy en día universitario.

2.2.1 Panorama histórico

La historia social del México del siglo XX no se puede entender, sin prestar atención a la participación de los jóvenes universitarios en diversos movimientos sociales y políticos.

“En la historia se ha reconocido a los jóvenes como politizados y enterados de la situación y sucesos políticos del país, la realidad es que no son todos los jóvenes y se podría dividir a los jóvenes en dos grupos: los universitarios y los jóvenes sin estudios superiores o carrera trunca. Es necesario hacer esta diferenciación porque existe un número muy alto de jóvenes que no están interesados en nada respecto al desarrollo y avance del país, mucho menos en el informarse para elegir dirigentes. Es este otro grupo, el conformado por los universitarios, son quienes podrían desarrollar un pensamiento más crítico, analítico, lo que les permitiría cuestionar los mensajes políticos que les son emitidos y con esto generar una opinión para así ejercer una participación política pensada.”¹⁰³

Una obra representativa de la politización del sector estudiantil de nivel superior es *La democracia en la calle. Crónica del movimiento estudiantil mexicano* de Gilberto Guevara Niebla quien ha continuado su labor de documentar la participación de los jóvenes

¹⁰³Villegas, p. 6 PDF

universitarios en la vida política en libros como: *1968 Largo camino de la democracia y La libertad nunca se olvida. Memoria del 68*.

Los estudiantes universitarios, particularmente los de la UNAM, han sido protagonistas, junto con otros grupos estudiantiles y sociales, de la vida política en el país. “El movimiento estudiantil mexicano hizo su primera aparición relevante en la escena política nacional con la huelga universitaria de 1929. Fue a partir de ese acontecimiento que la Confederación Nacional de Estudiantes, fundada dos años antes, adquirió un carácter verdadero de organización de masas con representación nacional. Los congresos nacionales organizados por el CNE en 1930 (VII) Congreso nacional, Monterrey), 1931 (VIII, ciudad de México), 1932 (IX, Toluca) y 1933 (X, Veracruz) fueron acontecimientos políticos de primer orden que proyectaron al sector estudiantil como una fuerza nacional unificada y capaz de influir en forma importante en la vida institucional de México”¹⁰⁴ También en los años 30 el movimiento estudiantil se escindió en dos grandes posturas, liberal y socialista, las cuales, una década después, debido a factores internos de los grupos así como al conservadurismo del gobierno, terminaron por desaparecer. En 1958, los estudiantes se sumaron a otros grupos sociales, tales como los electricistas, los petroleros, los obreros, telegrafistas, telefonistas, campesinos, etcétera para protestar contra las protestas al aumento de muchos productos básicos así como al transporte; la gran tensión social generó que los universitarios secuestraran autobuses y se dirigieran al zócalo para realizar un mitin, su paso por la ciudad generó una gran expectación en la ciudadanía, la autoridades prometieron solucionar el conflicto, a lo largo de agosto el movimiento continuó y logró la participación de unas 200 mil personas, finalmente se suspendieron varios de los aumentos.

Sería en la década de los años 60 cuando la politización de los estudiantes universitarios a nivel internacional cobró un papel relevante en el ámbito político y social. Los acontecimientos históricos como la Revolución Cubana y la Guerra Fría generan en algunos jóvenes mexicanos un radicalismo de izquierda, cuyo punto más álgido se presentó en el año de 1968: múltiples movimientos juveniles se manifestaron en diversos países tales como Estados Unidos, Checoslovaquia, España, Francia y México. En el caso de México el movimiento juvenil terminó violentamente con una matanza en la Plaza de las

¹⁰⁴Guevara, pág. 13

Tres Culturas en Tlatelolco. Este hecho marcaría en inicio de una juventud universitaria que, si bien masacrada, reprimida y criminalizada, mantiene la inconformidad y la protesta social y política dentro de los cauces de la mesura y la prudencia política: la matanza de 1971 no dejó ya la menor duda del poder represivo del sistema.

Durante los fines de los años 70 y la primera mitad de los años 80, la actividad estudiantil alcanzó su mínima expresión, ello en virtud de organizaciones estudiantiles vigorosas y permanentes. Serán los movimientos estudiantiles de los años 1986-1987 y 1999-2000 cuando algunos universitarios nuevamente se articulan como una fuerza política para rechazar las reformas administrativas que buscan imponerse a la comunidad universitaria, logrando, en ambos casos, evitar la implementación de tales reformas.

Algunos estudiantes universitarios también han manifestado su actitud política en acontecimientos tales como, las campañas electorales de 1988 y 1994, en la formación del Partido de la Revolución Democrática en 1989, coadyuvando al movimiento zapatista, así como a las comunidades indígenas en Chiapas de 1994 a la fecha; y, por último solidarizándose con el movimiento denominado “yo soy 132” en el 2012.

Si bien en lo referente a los aspectos de politización del sector juvenil universitario se cuenta con una significativa documentación, no puede afirmarse lo mismo respecto de la vida cotidiana que los jóvenes generan y tienen en sus escuelas, la cual, de manera tanto inevitable como natural, los conformará tanto como profesionistas, como ciudadanos y como personas.

2.2.2 La vivencia contemporánea de la Universidad

A finales de los años ochenta se empiezan a gestar diversos estudios en torno a las universidades públicas mexicanas; ello en virtud de la constatación de que la universidad, de aquel entonces, era muy diferente de aquella que existía en los años sesenta; autores como Adrián de Garay, María Herlinda Suárez, Dinorah Miller o Adrián Acosta inician

estudios a partir de la década de los años noventa y hasta la fecha, sobre la universidad y los jóvenes universitarios.¹⁰⁵

Destaca en estos autores la necesidad de explorar la vivencia real que los jóvenes tienen en y sobre sus estudios superiores; respecto a dicha vivencia, señala Acosta: “Para ese segmento de la juventud —los estudiantes universitarios—, la admisión a alguna carrera universitaria representa la puerta de entrada a un espacio abierto, novedoso, en el transcurso del cual les marcarán la vida los amigos, los profesores, la vida en el campus, los conciertos, las conferencias, los ciclos de cine, las mesas de discusión política, los paseos por los jardines, las posibles estancias en las bibliotecas universitarias”.¹⁰⁶

Durante su estancia en la universidad, de manera paralela al conjunto de vivencias diversas, tanto académicas como sociales, el joven conformará sus actitudes políticas y ciudadanas; “como espacio cultural en un sentido amplio, la universidad es un territorio donde el conocimiento, los sentimientos y las emociones van de la mano, particularmente en una etapa donde los jóvenes veinteañeros no solamente aspiran a convertirse en profesionistas sino que también dan sus primeros pasos como ciudadanos. (...) Pero es en las rutinas y en los hábitos cotidianos donde se forjará el carácter de los jóvenes universitarios. Los comportamientos insolentes, apáticos, se mezclarán con el activismo más rabioso e ideologizado”.¹⁰⁷

De Garay, a fin de distinguir y dar cuenta de la diversidad de factores que intervienen en la vida universitaria, y rescatar lo referente a los aspectos cotidianos de la misma, plantea el uso de los conceptos de *sistema académico* y *sistema social*.

Si bien la investigación¹⁰⁸ y la distinción entre el *sistema académico* y el *sistema social* llevada a cabo y propuesta por De Garay sobre jóvenes universitarios se abocó a la comunidad estudiantil de la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, sus

¹⁰⁵ En lo subsecuente, la referencia es tanto para las Universidades como para las Instituciones de Educación Superior (IES).

¹⁰⁶ Acosta, Adrián, *La experiencia de la universidad*, Campus Milenio, 14 de noviembre de 2014, en <http://www.campusmilenio.com.mx/index.php/template/opinion/estacion-de-paso/item/959-la-experiencia-de-la-universidad>

¹⁰⁷ *Ibidem*.

¹⁰⁸ De Garay, Adrián, *Mis estudios y propuestas sobre los jóvenes universitarios mexicanos*. 2011 en www.fundacionuacol.org, PDF.

planteamientos resultan de gran pertinencia para elucidar y comprender, tanto en su arista académica como en su arista social, lo que actualmente significa ser estudiante universitario.

De Garay distingue que al ingresar a los estudios de nivel superior, son dos mundos, dos sistemas, en los cuales se ven inmersos los jóvenes universitarios: el *sistema académico* y el *sistema social*. “El *sistema académico* se refiere a todas las características que definen y conforman la primera función sustantiva de las IES [y las Universidades]: impartir educación superior, fundamentalmente lo que tiene que ver con los planes y programas de estudio, con el proceso de enseñanza aprendizaje, y la manera en que los jóvenes universitarios se insertan en dicho *sistema*. (...) Por su parte, el *sistema social* de la universidad se centra alrededor de los procesos de interacción que se generan entre los mismos estudiantes, entre éstos y los profesores fuera del ámbito de los planes y programas de estudio de las licenciaturas, con la institución en sentido más amplio, al margen del currículum y de la práctica educativa en estricto sentido. Se producen en los pasillos, en los jardines, en la cafetería, en los espacios institucionales donde se ofrecen eventos culturales y artísticos, actividades tan importantes y necesarias como las intelectuales”.¹⁰⁹

Asimismo, el *sistema social* también comprende las prácticas de consumo cultural, tales como las ofrecidas por la institución misma, así como los bienes y productos culturales electrónicos como la televisión y la radio, en virtud de que éstas últimas “las llamadas industrias de la imaginación han hecho posible que formas de vida locales se remuevan y atiborren de narrativas que proceden social y espacialmente de lugares completamente distintos”¹¹⁰ (temática, ésta última, refiere De Garay, no abordada en otros estudios).

Respecto de los medios masivos, básicamente la población a la que se dirigen son los jóvenes de 15 a 25 años; a través de sus “productos culturales” estos “tienden a conformar y organizar buena parte de los discursos de la sociedad, particularmente los discursos juveniles. Los medios electrónicos (...) constituyen un decisivo ámbito de socialización, de

¹⁰⁹ Ibídem.30-31

¹¹⁰Ibídem. 31

dispositivos de identificación de pautas de comportamiento, concepciones del mundo, estilos de vida y patrones de gustos”.¹¹¹

En lo referente a la integración a los sistemas académico y social, los estudiantes se integran más rápido al social que al académico;¹¹² cabe destacar que, la investigación de De Garay arrojó que, ni el perfil socioeconómico, ni el capital cultural, ni trayectoria escolar previa, ni lo relativo al género fueron factores determinantes en la integración de los universitarios al mundo académico; sin embargo, los aspectos que fueron factores relevantes en la mencionada integración académica, fueron el capital cultural en su estado objetivado, *el consumo televisivo*, las prácticas de consumo cultural al interior de la institución, la condición laboral, las prácticas pedagógicas del profesorado y la edad.

Muy significativo resulta que la televisión sea un factor con una influencia mayor a la de los otros factores, otrora mencionados, a los que, tradicionalmente se les confiere una gran relevancia, en lo referente al influjo con el que incide en la interacción que los jóvenes universitarios mantienen con el ámbito académico en sus escuelas. Además, como justificante para el objetivo de esta investigación, también resulta significativo que De Garay señale que es desafortunado que no existan estudios sobre el impacto de la televisión en los jóvenes universitarios.¹¹³

El influjo que la televisión ejerce sobre los jóvenes se intensifica a partir de los años ochenta; “nuestros jóvenes universitarios han crecido con las televisiones de control remoto y el consecuente *zapping*”.¹¹⁴ El término *zapping* se refiere al comportamiento perceptivo propiciado por el uso de los controles remotos de televisión en los jóvenes; referente al continuo e incesante cambio, a los “saltos” que se dan entre diversos programas (y, hoy en día, exacerbado con la ubicuidad generada por las nuevas tecnologías digitales), lo cual deviene en que los jóvenes se muevan en un mundo de dinamismo, de fragmentación, de gratificación sensorial, de continua estimulación, de lo efímero sobre la profundidad, de privilegiar lo concreto sobre lo abstracto.

¹¹¹ *Ibidem*.

¹¹² *Ibidem*. 51

¹¹³ Cfr. *Ibidem*. 45

¹¹⁴ Cfr. *Ibidem*.

Todo ello genera que actualmente “los jóvenes invierten más tiempo en mirar la televisión y hacer uso de internet [así como de otras tecnologías digitales] para diversión, que el tiempo que emplean para estudiar, leer y hacer trabajos escolares fuera del aula”¹¹⁵. “Las identidades de los jóvenes universitarios se están definiendo en parte con los libros que leen, pero también en los programas de televisión que miran, en la música que escuchan, en el tipo de películas que ven, en los hipertextos multimedia por los que navegan. Por eso la universidad necesita acercarse a sus consumos, para lograr entender las nuevas culturas juveniles, y a partir de ello construir modelos educativos alternativos”.¹¹⁶

Luego entonces, desde la cotidianidad de la vivencia universitaria se pone en evidencia el papel que la televisión tiene en la conformación e interacción que los jóvenes universitarios tienen no sólo respecto a la universidad, sino de la política y la sociedad misma.

2.3 La televisión y la política en México

En la mayoría de las sociedades contemporáneas la democracia es una forma política generalizada; si bien no existe una conceptualización unívoca del término, en su etimología, al menos, *democracia* hace referencia al predominio del pueblo en el gobierno político del Estado, lo cual evoca y entraña, idealmente como todo concepto, un proyecto de convivencia y orden social.¹¹⁷

“La democracia no es entonces un “estado final”, sino un *proceso histórico*, en flujo continuo, devenir constante, sin punto de llegada final. Se construye históricamente. Sin duda uno de los elementos que en el mundo presente tiene una gran relevancia para las sociedades y las democracias contemporáneas, son los medios de comunicación.

Todos los días los medios de comunicación masiva están presentes en la cotidianidad de las personas; ya sea mediante comerciales, programas de entretenimiento, telenovelas, noticieros, spots gubernamentales, programas radiofónicos, periódicos, etc., por lo cual juegan un papel importante en la adquisición de conocimientos sobre diferentes ámbitos

¹¹⁵ *Ibidem.* 46

¹¹⁶ *Ibidem.* 46

¹¹⁷ Cfr. Sánchez, pág. 9

sociales, así como en la formación de opiniones sobre dichos ámbitos; pues es a través de ellos que la mayoría de las personas reciben información sobre éstos.

Si bien existen diversos factores cotidianos que enculturizan a las personas sobre la realidad social, tales como la familia, la escuela, los grupos de amigos, etc., los medios de comunicación masiva tienen en la actualidad un lugar estratégico en dicha enculturización, dado su nivel de presencia en los hogares y la cobertura que tienen.

Dentro de los medios de comunicación masiva, la televisión es la que tiene aún la mayor presencia y cobertura a comparación del resto de los medios, como los señalan los datos de la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales levantada por el Conaculta en 2003, que resalta la gran presencia cotidiana de las industrias culturales, y en particular de los medios masivos de comunicación, en todos los ámbitos sociales y territoriales. Por ejemplo, más de 95% de los entrevistados acostumbra ver televisión y más del 87% acostumbra oír la radio.¹¹⁸

El tiempo dedicado a estos medios es significativo: casi la mitad de los encuestados 48.9% ve entre dos y cuatro horas al día la televisión. Asimismo, la encuesta reveló que “el equipamiento” de los hogares muestra también la gran penetración de las industrias culturales; 97.9% de los entrevistados tiene televisión en casa, y de ellos 37.2% responde tener dos o más.¹¹⁹

En la emisión de la misma encuesta en el año 2010, ante la pregunta ¿Usted ve televisión?, el 90% de los encuestados respondió afirmativamente; dentro de ellos, en cuanto al tiempo de exposición ante este medio, el 40% respondió ver la televisión más de dos horas al día, 35% respondió verla entre una y dos horas y el 19% una hora. En tanto a la pregunta sobre qué tipo de programas prefiere ver, los noticieros se ubican en el número uno de preferencia con el 23%, seguidos por las telenovelas con el 21%, y con una diferencia significativa, los programas de discusión política tienen sólo el 1%.¹²⁰

¹¹⁸ Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales 2003

¹¹⁹ *Ibidem*.

¹²⁰ Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales 2010

En cuanto a Internet, el 68% de los encuestados contestaron afirmativamente ante la pregunta ¿Usted usa Internet?, dentro de éstos el 32% usa el Internet entre una y dos horas, el 29% una hora y el 28% más de dos horas. Sobre el uso de éste, el 25% lo utiliza para buscar información e investigar, el 23% para distraerse, 23% para chatear, 11% para mandar y recibir correos, 11% para trabajar, el 6% para bajar música y videos y el 1% para jugar; cabe mencionar que no figura ninguna opción de respuesta relacionada a temáticas políticas como en el caso de la televisión, aunque sea escasa.

Referente al tiempo que lleva de utilizar Internet, el 34% de los encuestados lo utiliza desde hace dos a cuatro años, el 19% hace cuatro a seis años, 18% hace un año, 17% hace más de seis años, 8% hace menos de un año y el 2% no sabe.

En cuanto al equipamiento cultural en la pregunta ¿su casa cuenta con...? El 97% de los encuestados cuenta con televisión, el 88% con radio, el 32% con computadora y el 26% con Internet.

Lo anterior muestra una reducción en tanto las horas destinadas a la televisión, sin embargo este medio sigue siendo el de mayor incidencia en la población, pues las cifras no sólo denotan la relevancia de la televisión como medio de comunicación ante los demás medios, sino también su capacidad como un instrumento que puede llegar al grueso de la población.

La política, como parte del acontecer social y tema de interés público, es relevante para la televisión, en cuanto institución de comunicación pública, dado que en la actualidad ésta tiene un vínculo estrecho con este medio de comunicación masiva; ya que pareciera que hoy en día la política dependiera demasiado de ésta, ya sea como foro público para debatir, como medio para campañas electorales y spots gubernamentales, como legitimadora de acciones gubernamentales, etc. Esta relación tan cercana permite que la televisión, como mediadora del acontecer social, ofrezca una perspectiva muy determinada de cómo y qué percibir del ámbito político; lo cual, sumando la presencia, preferencia y cobertura de ésta como medio de comunicación, convierte a la televisión y el papel de ésta en la cultura política de los jóvenes, en un tema de relevancia social; dado que la televisión, hoy en día, sigue siendo importante, por ejemplo en “la adquisición de

conocimientos del electorado y en su decisión sobre quién debe gobernar”¹²¹, o como transmisora de informaciones “se convierte en constructor de verdaderos regímenes de opinión”¹²².

La televisión, tal y como los datos de los estudios lo muestran, aun es el medio masivo más generalizado; por lo cual es de suma importancia en las democracias contemporáneas, ya que “(los medios de comunicación) tienen, particularmente la televisión, una doble relación con la democracia. Por un lado, la emergencia de una sociedad global de la información es una potente fuerza democratizadora. Por otro, la televisión y los otros medios tienden a destruir el propio espacio de diálogo que abren, a través de la trivialización y personalización inexorables de las cuestiones políticas. Además, el crecimiento de empresas multinacionales gigantes de comunicación significa que magnates financieros no elegidos pueden ejercer un enorme poder”¹²³

“A lo largo de 62 años de operación de la televisión en México nos hemos convertido en una nación de televidentes, de espectadores con un alto nivel de pasividad e incluso de fascinación por el medio. Ya en 1985 Alan Riding juzgaba que la televisión “La televisión es ahora la principal influencia en las actividades culturales, políticas y económicas de la población en general. La responsabilidad tradicional del gobierno para transformar la sociedad está siendo desafiada por Televisa que, en muchos casos, produce valores que están en conflicto con los proclamados por el régimen. ”¹²⁴

El impacto de la televisión en la esfera política es claramente descrito por Daniel Peña Serret:¹²⁵ “La política mediatizada¹²⁶ es aquel hacer político que ha perdido su autonomía, tornándose su función esencial dependiente respecto de la comunicación que hacen posible los medios masivos y, por tanto, de las necesarias interacciones con ellos”¹²⁷ Debido a lo anterior, la mediatización política presenta los siguientes rasgos: 1) Parcialidad

¹²¹ *Ibidem*.

¹²² *Ibidem*.

¹²³ Giddens, Anthony, *Un mundo desbocado*, Editorial Taurus, México, 200, pág. 46

¹²⁴ García Calderón, Carola *República de telenovela. Medios, campañas y elecciones 2012* Comunicación Política Editores. México, 2013. Pág. 52

¹²⁵ Si bien Daniel Peña Serret se refiere a los medios en general, ello vale para la televisión en particular.

¹²⁶ Mediatización se refiere a los efectos que los MCM imprimen, en virtud de su propia lógica, a la comunicación que transmiten de otras áreas de la vida social.

¹²⁷ Peña, Daniel, *Legisladores federales ante el escrutinio público mediático en México*, Tesis de Doctorado, FCPyS-UNAM, México, 2012, pág.166

del acontecer político mostrado y sesgos en su presentación; 2) Distorsiones en la participación política y supeditación de ésta al escrutinio público escenificado en la difusión mediática; 3) Imposición de parámetros para la acción política en términos de actuación mediática; 4) Adaptación del hacer político y relación simbiótica con los medios de comunicación; 5) Acentuación del papel de los medios de comunicación como cauce y vehículo para la afirmación de la democracia liberal.¹²⁸

Si bien medios como la radio y, principalmente, la televisión en sus inicios presentaban una importante fuerza para la democratización de las sociedades, pues a través de su desarrollo histórico y particularmente en los momentos concretos y específicos del origen de cada uno de los medios masivos de comunicación, estos han sido considerados como potenciales elementos coadyuvantes para la consolidación de la vida democrática en la sociedad. Por ejemplo, según la concepción de la Escuela de Chicago, los medios de comunicación son potenciales factores de emancipación social.¹²⁹ Por su parte, Norbert Wiener, desde los planteamientos de la cibernética, sostiene que en las sociedades modernas la información debe circular libremente; es decir, los medios de comunicación masiva deben ser agentes que tiendan a generar la homeostasis social (el equilibrio informacional necesario para la vida cívica y política).¹³⁰

La democracia es el resultado de procesos deliberativos y estos sólo son posibles desde el doble ámbito de la comunicación: a nivel interpersonal (diálogo-debate político) y a nivel de la comunicación mediática (flujo de la información pertinente para la esfera pública y la participación política). “En concreto, los medios de comunicación en una sociedad democrática se asume que cumplen con las siguientes funciones: a) producir información, cultura, educación y entretenimiento que contribuya a la formación de una cultura cívica; b) supervisar y vigilar la gestión y organización del poder público; c) servir al interés público de los ciudadanos; d) difundir dicha información y convertirla en atractiva para la audiencia”¹³¹

¹²⁸ Cfr. Peña, Tesis de Doctorado, pág. 167-171

¹²⁹ Cfr. Mattelart, Armand, *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, México, 1999, pág. 27

¹³⁰ Cfr. Mattelart, Armand, *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, México, 1999, pág. 47

¹³¹ Luna, Issa, *Medios de comunicación y democracia: realidad, cultura cívica y respuestas legales y políticas*, Razón y palabra (revista digital), número 23, octubre-noviembre 2001, www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n23/23_iluna.html

A pesar de lo anterior la lógica capitalista de fondo que rige a los medios de comunicación ha terminado por menoscabar tal expectativa y ha generado obstáculos para la vida democrática: concentración monopólica de los medios, unilateralidad de los flujos informativos y comunicativos, banalización de la política y la democracia, puesto que “en sus articulaciones con las estructuras de poder, los medios se pueden considerar actores políticos en virtud de los diversos tipos de influencia que han demostrado ejercer sobre las audiencias. Pero precisamente porque los medios comerciales son más vehículos de entretenimiento que de información, la tendencia ha sido cada vez más hacia una trivialización y espectacularización de la política, lo que constituye un obstáculo para concepciones políticas como la de “democracia deliberativa”. Pero además de la espectacularización, cada vez más los medios están haciendo de la política una arena de escándalo, al tiempo que toda la información, especialmente la televisiva, se tiñe de entre amarillo y rojo. (...) Si bien hoy en día es ya impensable la política sin la participación de los medios, éstos *solos no pueden desencadenar procesos democratizadores* sin la participación y el reclamo de la misma ciudadanía”¹³²

Los expertos en medios coinciden, en su gran mayoría que el impacto de los medios, particularmente la televisión, son nocivos para la política y la democracia: “Uno de los rasgos esenciales de la creciente mediatización de la política consiste en la reducción, constante y progresiva, de la esfera pública política al espacio mediático, en detrimento del ejercicio de la representación política democrática y la activación y movilización de la participación ciudadana, dentro del propio ámbito institucional”;¹³³ y, por otra parte: “La televisión antes que nada, entretiene. Y del esparcimiento es difícil que surjan sostenes para la cultura cívica democrática. (...) la televisión suele ser adversa a difundir valores sociales y colectivos.”¹³⁴

El impacto de la televisión en la conformación de la cultura política ciudadana, así como en la práctica política de ésta, puede verse recientemente en la figura de Enrique Peña Nieto: “La televisión ha sido señalada como el principal elemento que sirvió para construir la candidatura del candidato del Partido Revolucionario Institucional, PRI, a la Presidencia de

¹³² Sánchez, pág. 64

¹³³ Peña Serret, Daniel, *Legisladores federales ante el escrutinio público mediático en México*, Tesis de Doctorado, FCPyS-UNAM, México, 2012, pág.191

¹³⁴ Trejo, Raúl, *Televisión y educación para la ciudadanía*, Cal y Arena, México, 2009, pág. 16

la República, Enrique Peña Nieto. Desde que inició su campaña a la gubernatura del Estado de México, Peña Nieto gozó de una continua exposición en las pantallas televisivas, fuera en notas informativas, la promoción de sus actos de gobierno, los comentarios relativos a su gestión o a la emisión de spots previos a cada informe anual de gobierno”¹³⁵

“El PRI junto con la televisión sentaron las bases de la subcultura política actual de la despolitización, la desconfianza de los electores, la idea de que la política es algo sucio: los políticos roban, los legisladores se duermen o faltan a las sesiones, todos los partidos son iguales, “no hay a cuál irle”. Todo lo que de alguna manera escuchamos antes de las votaciones y que configura un escenario donde los ciudadanos muestran altos grados de indiferencia y toman distancia de la vida política. Ni el partido de la Revolución Democrática, PRD, ni el PAN han forjado una nueva cultura política, sino que en general han reproducido prácticas del PRI, tampoco han llevado adelante reformas que permitan establecer cambios.”¹³⁶

Bajo este panorama la televisión juega un papel importante en la cultura política, - entendida ésta como “el conjunto de signos y símbolos que afectan las estructuras de poder. Una combinación de actuar y pensar los eventos políticos que se pone en juego con el propósito de obtener ciertos objetivos o espacios sociales. ”¹³⁷, y “como una serie heterogénea y desarticulada de valores, actitudes y acciones, con base en la cual los actores sociales construyen percepciones sobre las relaciones de poder y sustentan su acción política.”¹³⁸

¹³⁵ García Calderón, Carola, *República de telenovela. Medios, campañas y elecciones 2012*, Comunicación Política Editores, México, 2013, pág. 45

¹³⁶ García, op. cit. pág. 47

¹³⁷ Tejera, Héctor *Antropología Política. Enfoques Contemporáneos*. INAH. Plaza y Valdés Editores. Agosto 2000. pág. 14.

¹³⁸ *Ibidem*. 13

3. UN ESCENARIO SOBRE LA CULTURA POLÍTICA

Con base en la fundamentación teórico-conceptual y la contextualización histórica y social llevada a cabo en los capítulos precedentes, en este capítulo se presentan los resultados que la aplicación del instrumento en torno al objeto de estudio de esta investigación: *el papel de la televisión en la construcción de la cultura política de los jóvenes universitarios de la licenciatura de Comunicación de la FES Acatlán.*

En primera instancia se presenta una caracterización general de la cultura política de los estudiantes de la UNAM de nivel licenciatura; posteriormente se detallan los aspectos particulares concernientes a la FES ACATLÁN, así como los referentes al perfil de los universitarios adscritos en la Licenciatura de Comunicación; llevado a cabo lo anterior se describe el instrumento que se elaboró y aplicó para esta investigación, y se presentan los resultados e interpretación de los mismos. Remata este capítulo un breve excursus sobre el papel que internet va adquiriendo (coexistiendo con la televisión) entre los universitarios.

3.1 La cultura política de los jóvenes universitarios

Tal y como en el capítulo 2 se caracterizó a la juventud universitaria a nivel general, en este apartado se caracterizará a los jóvenes universitarios adscritos a la UNAM que, para los fines de esta investigación, pertenecen al nivel de licenciatura.

Víctor Manuel Durand Puente en su libro *Formación cívica de los estudiantes de la UNAM* presenta un amplio estudio en lo referente a lo que precisa, por medio de diversas categorías, como el nivel cívico que tienen los universitarios; dentro de las categorías utilizadas por Durand se halla la categoría de *cultura política*.

Del amplio estudio de Durand sobresalen, para los fines de esta investigación, los siguientes aspectos:

1. La incidencia de la UNAM en la cultura política que sus miembros ya tienen antes de su ingreso a la institución. Al ingresar a la Universidad, los jóvenes ya cuentan con una cultura política parcialmente desarrollada, “cuando los jóvenes ingresan, su formación política, su cultura política, está muy avanzada; la universidad influirá en su desarrollo mediante [...] las prácticas en el aula, en los laboratorios, en sus relaciones con las autoridades, con los trabajadores, con sus propios compañeros y compañeras. Mediante dichas prácticas se reafirman valores y se adiestra al alumnado a la participación en diferentes situaciones: elecciones, conflictos, toma de decisiones, etcétera. También se influirá mediante la transmisión de habilidades y destrezas que permitan al alumno ejercer el pensamiento crítico, reinterpretar situaciones complejas (incluida su propia formación), conocer y allegarse la información necesaria para ello, saber escuchar y comunicar sus pensamientos y posiciones, participar y tomar decisiones de manera autónoma”¹³⁹.

2. El tipo de influencia que la UNAM generará en sus alumnos. En la influencia que ejerce la Universidad sobre la cultura política de sus alumnos, se deben distinguir dos tipos de ésta: “El primer tipo es la influencia de cualquier educación en un individuo, en un alumno, independientemente de que alguien estudie en la UNAM, en el Instituto Politécnico Nacional, en la Universidad Iberoamericana o en el Tecnológico de Monterrey, adquirirá herramientas para el raciocinio complejo, para el cálculo abstracto, para el autoconocimiento y el pensamiento crítico; logrará destrezas que le permitirán escuchar y

¹³⁹ Durand, Víctor, *Formación cívica de los estudiantes de la UNAM*, UNAM-Miguel Ángel Porrúa, 2002, pág. 155.

comunicar ideas y conocimientos, es decir, estará capacitado para participar como un individuo autónomo en la vida política de su país.”

El segundo tipo se refiere más al contenido de la cultura política, a su orientación, a los valores o a su jerarquía; “una institución católica transmitirá esos valores a sus alumnos: podrá ser más conservadora o liberal; o una universidad ligada a organizaciones empresariales buscará transmitir a sus alumnos los valores del mundo empresarial: menor estatismo y más individualismo, el mercado como el lugar donde se mide el éxito; o una universidad pública pensará en formar a sus alumnos dentro del compromiso con la sociedad y en especial con los sectores más pobres”¹⁴⁰

Luego entonces, la UNAM incide en la cultura política de sus alumnos al coadyuvar en la conformación de la misma, al capacitarlos para ser individuos independientes, así como en proporcionar una orientación particular de su cultura política.

Por otra parte, los valores que de manera más general presentan los jóvenes de la UNAM, en lo referente a la cultura política son la democracia y la tolerancia, “el análisis que hemos realizado acerca de los valores que tienen los estudiantes de la UNAM nos ha llevado a concluir que su cultura política está en proceso de cambio, de transición hacia una cultura más democrática. Ciertamente, la mayoría de los alumnos son liberales, defienden la igualdad de los grupos sociales, están en contra de la discriminación a las mujeres y a los homosexuales, son un conjunto de individuos que tienen opiniones plurales sobre temas difíciles como el aborto y la pena de muerte; no muestran unanimidades autoritarias, sino posiciones diferenciadas. Los alumnos de la UNAM también son en su mayoría tolerantes con las personas que piensan diferente, la mayoría les concede el derecho de tener sus ideas y asimismo de intentar convencer a los demás, pero en su mayoría desconfían de las otras personas”¹⁴¹

Si bien es destacable que la cultura política de los universitarios tenga una raigambre de carácter democrática y tolerante, también es importante señalar que, otro de los resultados de la investigación de Durand, apunta a la baja eficacia política de los estudiantes universitarios, esto significa que en los alumnos existe la sensación de que la acción

¹⁴⁰ *Ibidem.* 159-160

¹⁴¹ *Ibidem.* 193-194

política individual tiene poco o nulo impacto sobre los procesos democráticos; los estudiantes consideran que votar es la única forma de manifestarse ante al gobierno, que no hay otros medios.

Una de las conclusiones de Durand, es que el paso de los jóvenes por la UNAM, si es un factor significativo de su formación cívica, de su cultura política.

A nivel de la estructura interna de la UNAM, el compromiso social de los universitarios se estipula en la Ley Orgánica de la UNAM en el Capítulo 1 “De los fines de la Universidad”, específicamente en el artículo 1¹⁴² donde se señala, entre otros aspectos, que uno de los fines de la universidad es “formar profesionistas y técnicos útiles a la sociedad”. Por su parte, la FES Acatlán tiene un ideario organizacional,¹⁴³ en el cual la Misión señala, en lo referente a la formación de profesionistas, que éstos “se constituyan como agentes de cambio para la consecución de una sociedad que dé valor a la justicia, la equidad y responsabilidad social”.

A partir de lo anterior, se espera que los universitarios de la UNAM, y particularmente los de la FES Acatlán, tengan, además de un compromiso social explícito, una participación activa en la vida social y política del país, sustentada ésta en el análisis y la crítica que su formación les da, así como desde el compromiso con valores éticos que el carácter humanista de la universidad les confiere.

3.2 Jóvenes de la FES Acatlán

Teniendo una visión general de la cultura política de los jóvenes de la UNAM, en adelante se presenta una caracterización de la FES Acatlán y su población, en lo general, y de la licenciatura de comunicación y su alumnado en lo particular.

La Facultad de Estudios Superiores Acatlán (FES Acatlán) es una entidad académica multidisciplinaria de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), ubicada en el

¹⁴² Ley Orgánica de la Universidad Nacional Autónoma.

¹⁴³ www.acatlan.unam.mx/campus/314/

municipio de Naucalpan de Juárez en el Estado de México, es el campus más grande de la UNAM después de Ciudad Universitaria.¹⁴⁴

Su oferta educativa es de 16 licenciaturas en el sistema escolarizado en cinco áreas de conocimiento: humanidades, diseño y edificación, ciencias socioeconómicas, ciencias jurídicas, y ciencias físico-matemáticas e ingeniería. Además, ofrece 3 licenciaturas en el sistema de universidad abierta –en tres disciplinas diferentes– y una licenciatura a distancia. En el nivel de posgrado ofrece 3 doctorados, 8 maestrías y 4 especializaciones. Es la facultad más diversa en campos disciplinarios y la que tiene la matrícula más grande: 20,110 alumnos.

Licenciaturas

Actuaría

Arquitectura

Ciencias Políticas y Administración Pública

Comunicación

Derecho -Sistema Escolarizado y Sistema de Universidad Abierta (SUA)-

Diseño Gráfico

Economía

Enseñanza de Inglés

Enseñanza del idioma (Alemán, español, francés, inglés o italiano) como Lengua Extranjera -modalidad SUA y a distancia-

Filosofía

Historia

Ingeniería Civil

Lengua y Literatura Hispánicas

Matemáticas Aplicadas y Computación

Pedagogía

Relaciones Internacionales -Sistema Escolarizado y SUA-

Sociología

Posgrados

¹⁴⁴ Datos tomados de la página web de la FES Acatlán.

La Facultad de Estudios Superiores Acatlán opera como sede en 15 programas de posgrado: 4 de especialización, 8 de maestría y 3 de doctorado. Todos ellos orientados a la formación de investigadores, docentes y profesionistas de excelencia y en la producción de conocimientos que respondan a las necesidades sociales de la actualidad. El alto nivel de sus posgrados es reconocido en el Padrón Nacional de Posgrados del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt).

- Especializaciones

Costos en la Construcción

Geotecnia

Instituciones Administrativas de Finanzas Públicas

Sistemas de Calidad

- Maestrías

Artes Visuales

Comunicación

Derecho

Docencia para la Educación Media - Superior

Economía

Estudios México-Estados Unidos

Pedagogía

Política Criminal

Urbanismo

- Doctorados

Derecho

Economía

Urbanismo

Con una extensión de 30 hectáreas en las cuales se erigen 32 edificios, Acatlán es el campus más grande de la UNAM después de Ciudad Universitaria. 12 edificios con salones de tomar clase en licenciatura, servicio médico, 4 edificios de posgrado, un edificio del programa de investigación, unidad de administración escolar, centro de información y documentación (CID) (Biblioteca), su acervo bibliohemerográfico es el más grande de la zona norte de la Ciudad de México; librería, edificio de gobierno, centro de desarrollo

tecnológico (Cedetec), centro de educación continua, unidad de investigación multidisciplinaria, 3 edificios del centro de enseñanza de idiomas, centro tecnológico para la educación a distancia, 6 cafeterías, tienda UNAM, gimnasio, ludoteca, área deportiva con dos canchas de fútbol rápido, cancha de fútbol americano con gradas y vestidores, 3 auditorios, centro cultural Acatlán con 1 teatro, 2 salas de exposiciones y un corredor cultural, edificio de extensión cultural, 2 edificios de talleres de comunicación y diseño y cajas son parte del plano de la facultad.

Los servicios académicos y de extensión de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán se orientan hacia la formación integral y crítica de su comunidad proporcionando competencias: En el desarrollo de habilidades, destrezas y actitudes acordes con el área de estudio; en la técnica y tecnología; en otras lenguas y culturas; en el conocimiento y la apreciación estética y cultural; y, en la cultura de la salud y desarrollo físico.

El Centro de Enseñanza de Idiomas de la FES el más grande de América Latina y el segundo a nivel internacional.[cita requerida] Ofrece a su comunidad 21 idiomas: alemán, árabe, catalán, chino, español (para extranjeros), finlandés, francés, griego clásico, griego moderno, holandés, inglés, italiano, japonés, latín, maya, náhuatl, hñähñú (otomí), portugués, ruso, turco y sueco.

Una de las tareas sustantivas de la FES Acatlán es el desarrollo de actividades de las distintas vertientes de las artes y expresiones culturales para lograr que incidan en el conocimiento y apreciación estética de su comunidad. La FES Acatlán ha sido escenario de múltiples expresiones vinculadas al arte y la cultura de talla nacional e internacional. Ha impulsado de manera permanente el fomento y la difusión de la cultura a través de diversas expresiones artísticas como cine, danza, escultura, espectáculos multimedia, fotografía, literatura, música, pintura, teatro, conferencias y coloquios. De ahí que la institución sea considerada como el polo de desarrollo cultural de la zona noreste metropolitana.

Su Coordinación de Difusión Cultural organiza cada semestre cursos y talleres impartidos por artistas e instructores de alto nivel orientados al estímulo de la sensibilidad e imaginación y al desarrollo de aptitudes estéticas y artísticas.

La FES Acatlán fomenta la cultura de la salud y la práctica del deporte en su comunidad universitaria, a través de su Coordinación de Actividades Deportivas y Recreativas. Para ello, cuenta con amplias y modernas instalaciones destinadas al deporte y recreación de su comunidad: canchas de baloncesto (techadas y al aire libre), béisbol, fútbol americano, fútbol rápido, fútbol soccer y voleibol; pista de atletismo; gimnasio equipado y una ludoteca.

Su Coordinación de Actividades Deportivas y Recreativas ofrece cursos y entrenamientos impartidos y supervisados por profesionales de cada disciplina: aeróbicos, ajedrez, animación, atletismo, baloncesto, béisbol, fisicoconstructivismo, fútbol americano, fútbol rápido, fútbol soccer, pesas (acondicionamiento físico), softbol, tae kwon do y voleibol, entre otros.

Las labores de investigación se vieron fortalecidas con la creación de la Unidad de Investigación Multidisciplinaria (UIM) que tiene entre sus objetivos promover la investigación aplicada en el ámbito institucional e interinstitucional a nivel nacional e internacional, desde una óptica principalmente multidisciplinaria, de mayor impacto social y acorde con la misión de la UNAM. Las líneas de investigación de la FES Acatlán están relacionadas con el apoyo a la docencia, planes y programas de estudio, evaluación educativa y resolución de problemas nacionales y del entorno. Los proyectos de investigación son llevados a cabo por sus docentes de licenciatura, posgrado y enseñanza de idiomas en función de las siguientes áreas de conocimiento: ciencias jurídicas, ciencias socioeconómicas, enseñanza de lenguas, humanidades y artes, matemáticas e ingenierías, diseño y edificación.

A través de sus órganos de divulgación científico-académica -Multidisciplina e Itinerario de las Miradas- la FES Acatlán contribuye a la difusión de la generación de conocimiento y su aplicación en la resolución de problemas de carácter local, regional y nacional, de interés científico y a los propios de las disciplinas.

La FES Acatlán cuenta con una Unidad de Investigación Multidisciplinaria (UIM), la cual está dotada de infraestructura y tecnología de punta para la realización de proyectos en las áreas de desarrollo empresarial e intercambio y colaboración institucional; estudios de gobierno y políticas públicas; procuración de justicia y seguridad pública; investigación

educativa e intervención psicopedagógica; imagen corporativa e institucional; comunicación y estudios culturales; tecnología ambiental; y de análisis de riesgos naturales y antropogénicos.

3.2.1 Licenciatura en Comunicación¹⁴⁵

El objetivo formal de la Licenciatura en Comunicación es formar profesionales en el campo de la comunicación para identificar, analizar y diagnosticar procesos de comunicación, así como diseñar, producir y evaluar productos y evaluar productos comunicativos y liderar con estrategias innovadoras, empleando un pensamiento crítico, creativo e integrador, con un compromiso ético y social.

Actualmente coexisten dos planes de estudio en la licenciatura de comunicación, uno que va de salida (sexto y octavo semestre Plan de estudios 99), y otro que se va implementando (segundo y cuarto semestre Plan de estudios 2012).

El plan de estudios 1999 (el cual cursan los alumnos de sexto y octavo semestre) está orientado a las cuestiones teóricas y prácticas de la comunicación y el plan de estudios 2012 (el cual cursan los alumnos de segundo y cuarto semestre) está enfocado de igual manera a las cuestiones teóricas y prácticas, empero existe una prevalencia de los aspectos prácticos, esto se denota con la incorporación de talleres integradores. (véase desglose curricular de cada plan de estudios en anexos)

El Licenciado en Comunicación es el profesional que atiende campos como producción televisiva, radiofónica y de multimedios, periodismo escrito y electrónico, investigación en comunicación, docencia, y comunicación organizacional. Colabora en instituciones públicas y privadas. Desde el ejercicio libre de la profesión, a partir del diagnóstico de necesidades de comunicación, interviene en la atención de problemas de éste ámbito en las organizaciones, elaborando campañas publicitarias, propagandísticas y sociales, atendiendo así las distintas orientaciones de la práctica profesional que éstas implican.

¹⁴⁵ Datos tomados de la página web de la Fes Acatlán.

3.3 Análisis de la televisión en la cultura política de los Jóvenes de la FES Acatlán

Tal y como otrora se señaló, en esta investigación se busca identificar el grado de incidencia que la televisión tiene en la cultura política de los jóvenes que, en este caso específico, se centró en los universitarios de la licenciatura de comunicación de la FES Acatlán. Para llevar a cabo lo anterior, se utilizó una estrategia metodológica mixta, es decir, combinando aspectos de carácter cuantitativo, así como aspectos de carácter cualitativo, ello a través de la utilización de la encuesta elaborada para tal fin, cuya estructura articula una batería de preguntas, tanto abiertas (aspectos cualitativos) como cerradas (aspectos cuantitativos).

A partir del concepto de *cultura política* definido previamente se procedió a la elaboración del instrumento de investigación; tal y como se explicita a continuación.

Cultura Política: Conjunto de **conocimientos**, creencias, **opiniones** y representaciones que configuran la concepción subjetiva del ciudadano respecto del universo de relaciones del **ámbito político**. Las manifestaciones sociales generadas por el sistema político, la forma en que éstas son incorporadas por cada individuo desde su contexto específico, su historial personal, el proceso y la apropiación con las **diversas fuentes** (familia, grupos pares, escuela, **medios de comunicación**, etc.) que lo rodean también contribuyen en la configuración de ésta.

Con base en el concepto de *cultura política* precisado en esta investigación, y que ha fungido como trasfondo conceptual de la misma, se procedió a llevar a cabo su operacionalización metodológica, para generar el instrumento específico, para la indagación empírica del objeto de estudio, que en este caso es la técnica de *encuesta*.

Luego entonces la operacionalización del concepto de *cultura política* devino en la elaboración de una encuesta constituida por una batería de 29 preguntas, cuyo trasfondo general viene dado por la variable mediática (medios de comunicación: televisión) la cual, a su vez, se divide en cinco grandes categorías de preguntas: 1. consumo: tendiente a la indagación en los hábitos de consumo de los encuestados, tales como el uso que le dan a la televisión, la frecuencia con la que ven televisión, el tipo de programas que ven, etcétera; 2. conocimiento: tendiente a la indagación de los conocimientos que los

encuestados tienen en torno a las instituciones y los actantes políticos, así como del acontecer del país; 3. percepciones de la vida política del país desde la cotidianidad: tendiente a indagar las percepciones de bienestar que los encuestados tienen respecto del sistema político, así como del desarrollo económico del país; 4. opiniones sobre la vida política del país: tendiente a indagar la opinión que los encuestados tienen en lo referente a las instituciones políticas, los partidos políticos y el acontecer político del país; y, 5- participación política: tendiente a indagar lo concerniente a la participación de los encuestados en los procesos electorales y de gobierno, tanto de manera formal como de manera informal.

De cada una de las categorías se generaron una serie de subcategorías e indicadores que dan a éstas una mayor concreción y especificidad, lo cual, finalmente, derivó en el grupo específico de ítems, preguntas específicas, de la encuesta. (La tabla de operacionalización y el cuestionario que presentan el proceso y el resultado final de la elaboración del instrumento se encuentran en los anexos).

Es así como la observación del papel de la televisión en la construcción de la cultura política de los jóvenes de la FES Acatlán se realizó mediante la aplicación de una encuesta. El cuestionario consistió en un total de 29 preguntas, de las cuales 21 fueron de opción múltiple y 8 fueron preguntas abiertas (2, 3, 9, 11, 12, 15, 16 y 29). De las 21 preguntas cerradas 10 fueron de valoración (18 a 28). El diseño del cuestionario se hizo de forma que se pudiesen obtener los datos que permitieran responder a la pregunta de investigación y comprobación de la hipótesis.

El total de alumnos inscritos en la carrera de Comunicación en la Facultad de Estudios Superiores Acatlán (FES Acatlán) es de 1,566 alumnos. Conociendo el total de la población a encuestar, el número de cuestionarios aplicados fueron 310, este número resultó de la fórmula para el cálculo de una muestra para población finita, con una confianza del 95% y un margen de error de más menos 5%.

Conociendo el número de alumnos inscritos por cada semestre y turno se realizó la distribución de los 310 cuestionarios a manera que se cubriera la muestra representativa de los alumnos.

Segundo Semestre matutino 246 alumnos	1566=100 246-15.70	100=310 15.70-48.67 49 alumnos
Segundo semestre vespertino 183 alumnos	1566=100 183-11.68	100=310 11.68-36.20 37 alumnos
Cuarto semestre matutino 258 alumnos	1566=100 258-16.47	100=310 16.47-51.05 52 alumnos
Cuarto semestre vespertino 123 alumnos	1566=100 123-7.85	100=310 7.85-24.33 25 alumnos
Sexto semestre matutino 243 alumnos	1566=100 243-15.51	100=310 15.51-48.08 49 alumnos
Sexto semestre vespertino 129 alumnos	1566=100 129-8.23	100=310 8.23-22.51 23 alumnos
Octavo semestre matutino 248 alumnos	1566=100 248-15.83	100=310 15.83-49.07 50 alumnos
Octavo semestre vespertino 129 alumnos	1566=100 129-8.23	100=310 8.23-22.51 25 alumnos

La encuesta se aplicó en los estudiantes de la carrera en Comunicación, inscritos durante el período escolar 2014-2. La aplicación de las 310 encuestas se llevó a cabo el día 26 de marzo de 2014.

3.3.1 Resultados e Interpretación

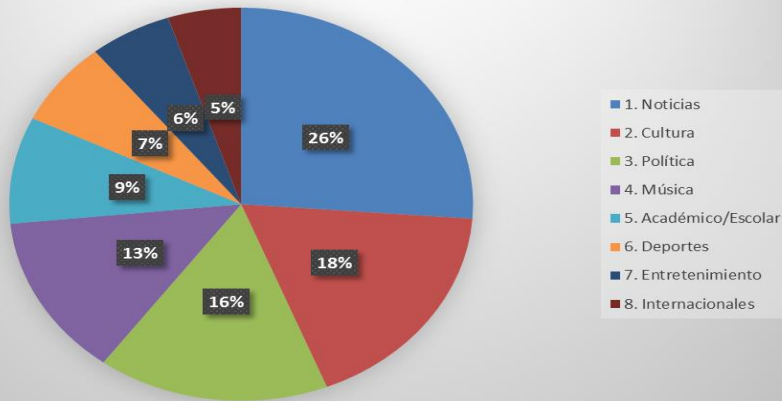
Los resultados de la encuesta se presentan de manera general para el análisis, es decir, las respuestas del total de la muestra. (Para verlos de manera particular consultar anexos).

(1) En cuanto cuál es el medio que consultan en primer lugar para informarse sobre los temas de su interés. Con el 86% internet es el medio que consultan en primer lugar para informarse sobre los temas de su interés. Después se ubican con el 7% los periódicos, con el 4% la televisión y con el 2% la radio.



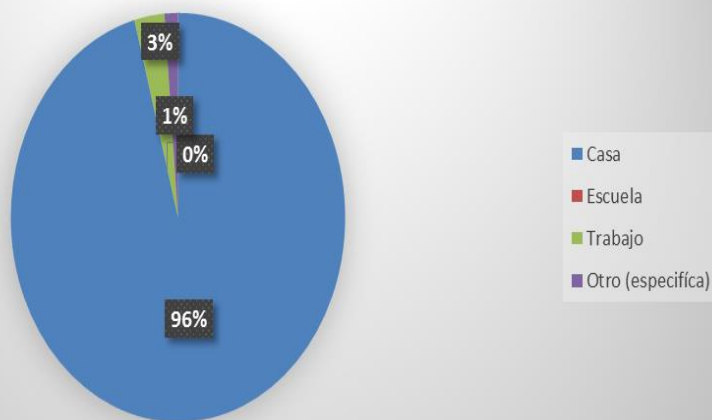
(2) Respecto a cuáles son los temas por los que consultan el medio de su preferencia, en este caso el predominio de Internet como medio de mayor preferencia; el 26% son noticias, 18% cultura, 16% política, 13% música, 9% académicos/escolares, 7% deportes, 6% entretenimiento y 5% internacionales.

2. ¿Cuáles son los temas por los que consultas el medio de tu preferencia? (pregunta abierta)



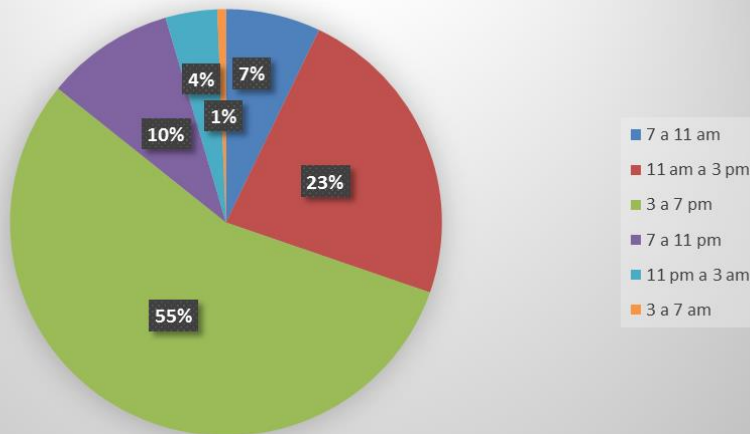
(3) En cuanto el lugar donde los universitarios consumen mayormente televisión, la casa predomina con un 96%, mientras que el trabajo sólo tiene el 3% y el 1% otros lugares. Cabe mencionar que la escuela no tuvo ninguna mención.

3. Televisión-lugar



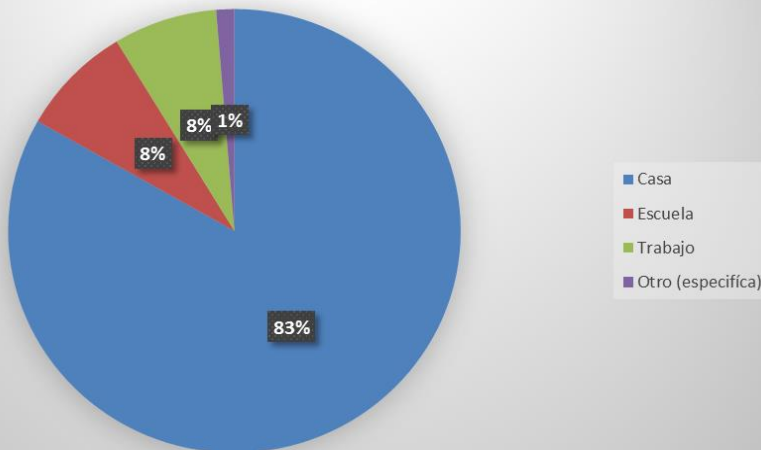
(3) En el horario de consumo televisivo, el 55% de los universitarios lo hace entre las 3-7 pm, el 23% entre las 11 am-3 pm, el 10% entre las 7-11 pm, el 7% entre las 7-11 am, el 4% entre las 11 pm-3 am y sólo el 1% entre las 3- 7 am.

3. Televisión-horario



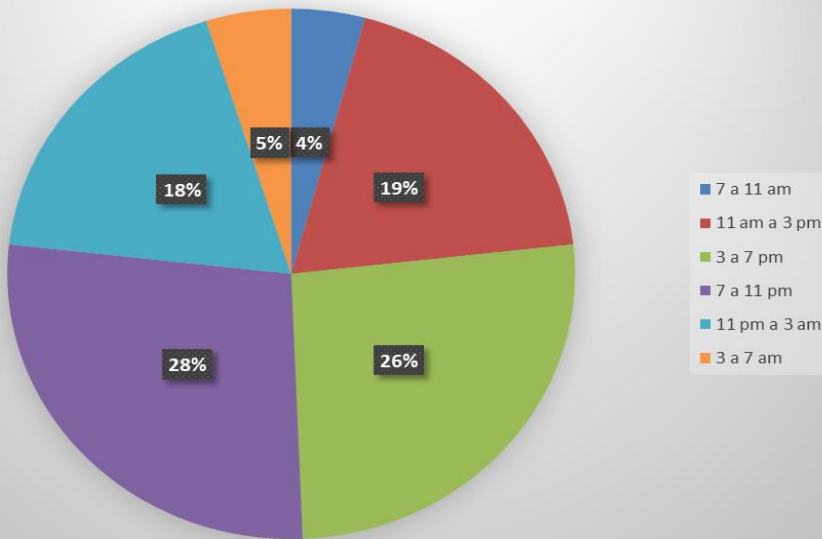
(3) En cuanto el lugar donde los universitarios consumen mayormente internet, la casa predomina con un 83%, mientras que la escuela y el trabajo tienen el 8% respectivamente, y el 1% otros lugares. Cabe mencionar que la escuela no tuvo ninguna mención.

3. Internet-lugar



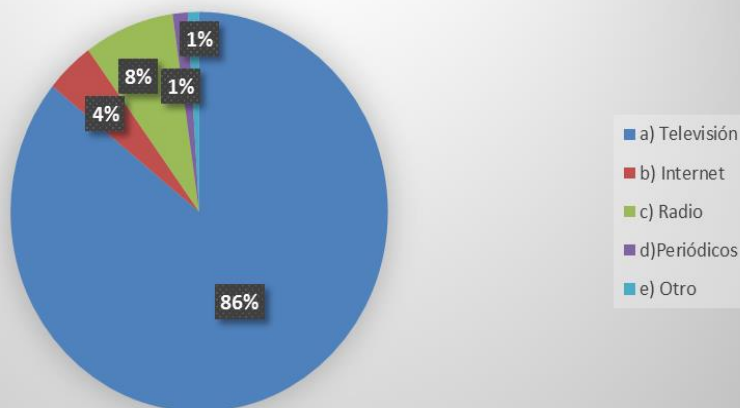
(3) En el horario de consumo de internet, el 28% de los universitarios lo hace entre las 7-11 pm, el 26% entre las 3-7 pm, el 19% entre las 11 am-3 pm, el 18% entre las 11 pm-3 am, el 5% entre las 3-7 am y el 4% entre las 7-11 am.

3. Internet-horario



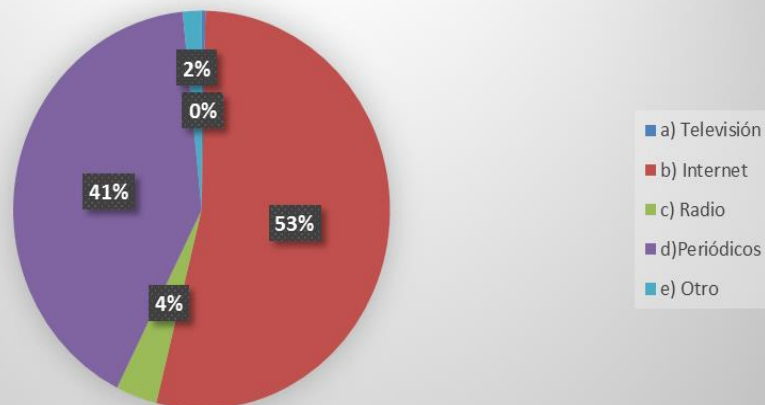
(4) En cuanto a cuál creen que es el medio que informa de manera menos completa lo que sucede en el país, con el 86% la televisión se ubicó en primer lugar, seguida por la radio con el 8% e internet con el 4%.

4. ¿Cuál medio crees que informa de manera menos completa lo que sucede en el país?



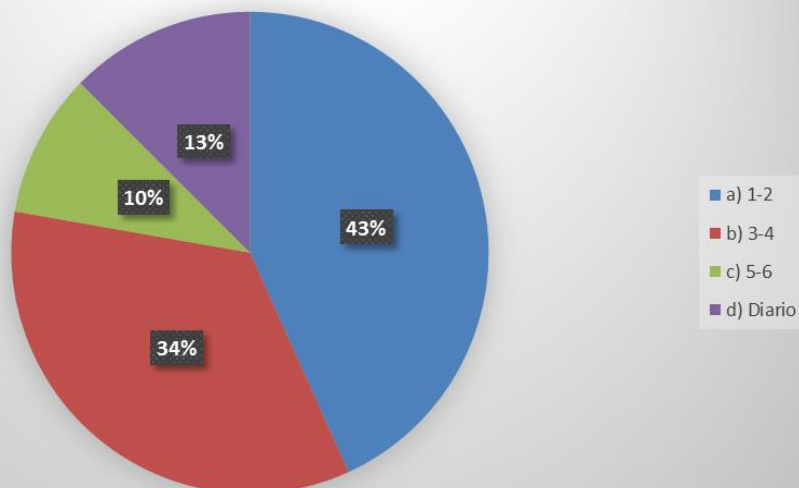
(5) Sobre el medio que consideran informa de manera más completa, internet se ubica en primer lugar con el 53%, seguido de los periódicos con el 41%, con 4% la radio y sólo el 2% mencionó otros medios. Cabe resaltar que la televisión no fue mencionada.

5. ¿Cuál medio crees que informa de manera más completa lo que sucede en el país?



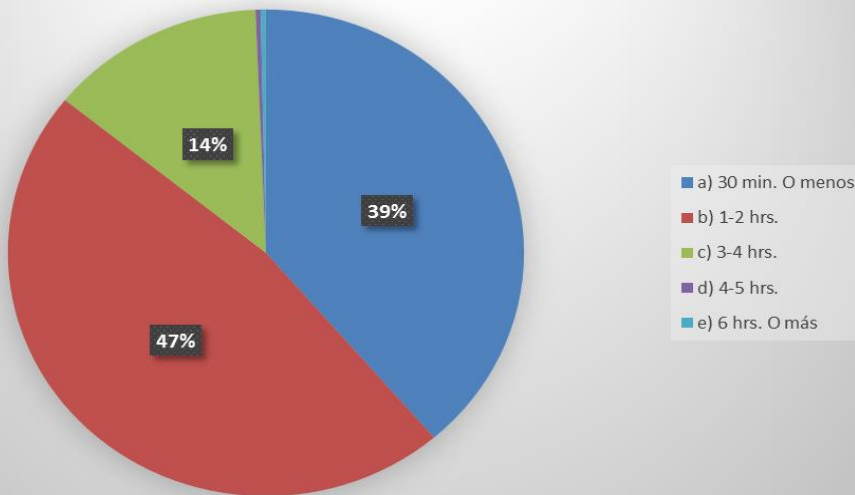
(6) Respecto al consumo televisivo de los alumnos, el 43% ve televisión entre 1-2 días a la semana, el 34% de 3-4 días, con el 13% diario y con el 10% de 5-6 días.

6. ¿Cuántos días a la semana ves televisión?



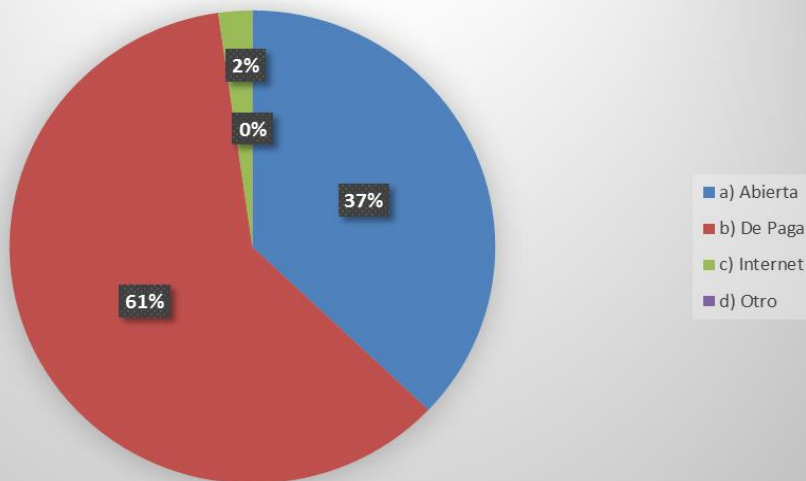
(7) Sobre cuánto tiempo al día ven televisión, el 47% ve 1-2 horas, el 39% ve 30 minutos o menos y el 14% 3-4 horas.

7. ¿Cuánto tiempo al día ves televisión?



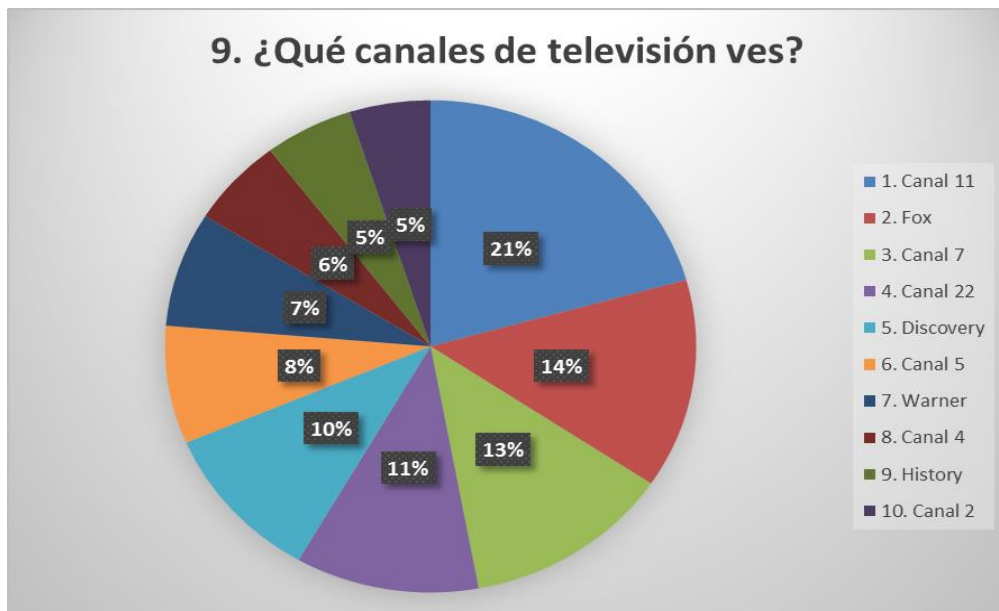
(8) El tipo servicio para el consumo televisivo de los alumnos se ubica con el 61% mediante la televisión de paga y con el 37% mediante la señal abierta, sólo el 2% lo hace por medio de internet.

8. ¿Por medio de qué servicio ves televisión?

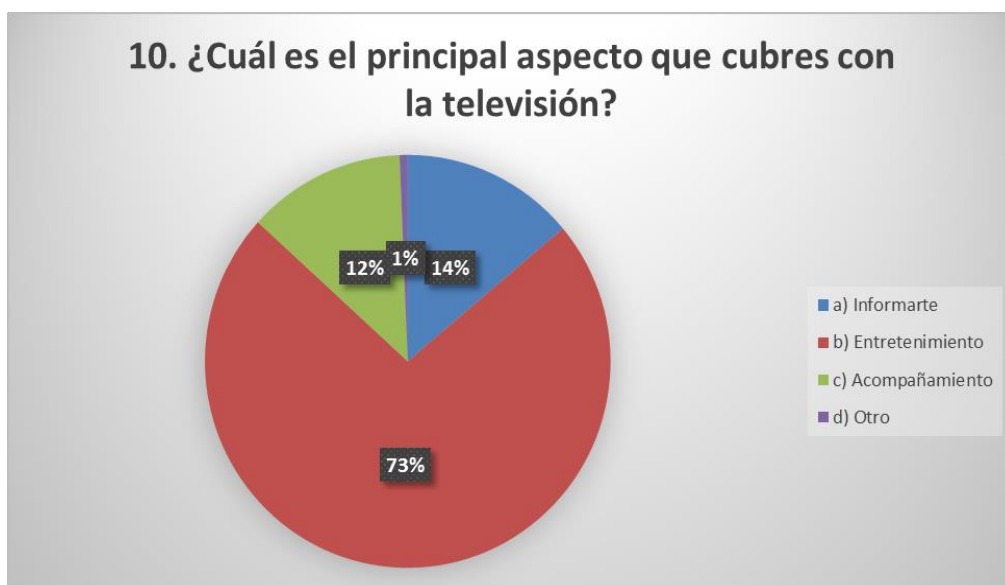


(9) Sobre los canales más vistos por los universitarios con el 21% el canal 11 de televisión abierta tiene el primer lugar, seguido del canal Fox de televisión de paga con el 14%, con el 13 % el canal 7 y con el 11% canal 22 de televisión abierta, con el 105 Discovery de

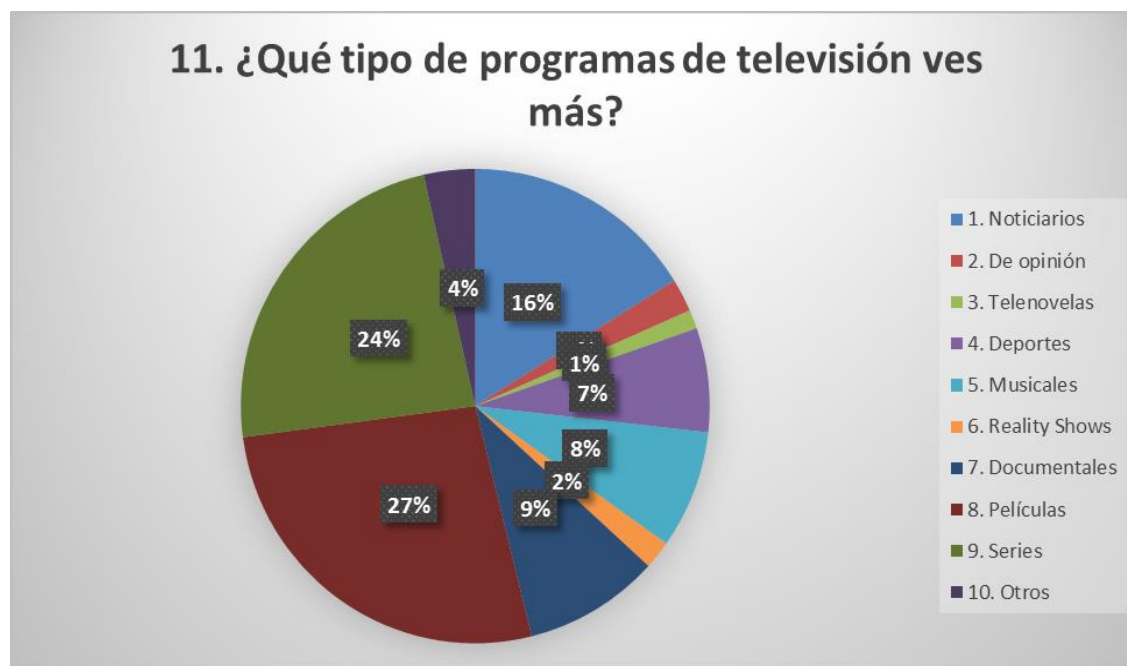
televisión de paga, con el 8% el canal 5 de televisión abierta, con el 7% el canal Warner de televisión de paga, con el 6% el canal 4 de televisión abierta, y con el 5% el canal 2 de televisión abierta y History de televisión de paga.



(10) El principal aspecto que los alumnos cubren con la televisión es el entretenimiento con el 73%, seguido del informarse con el 14% y el acompañamiento con el 12%, y con el 1% otros aspectos.

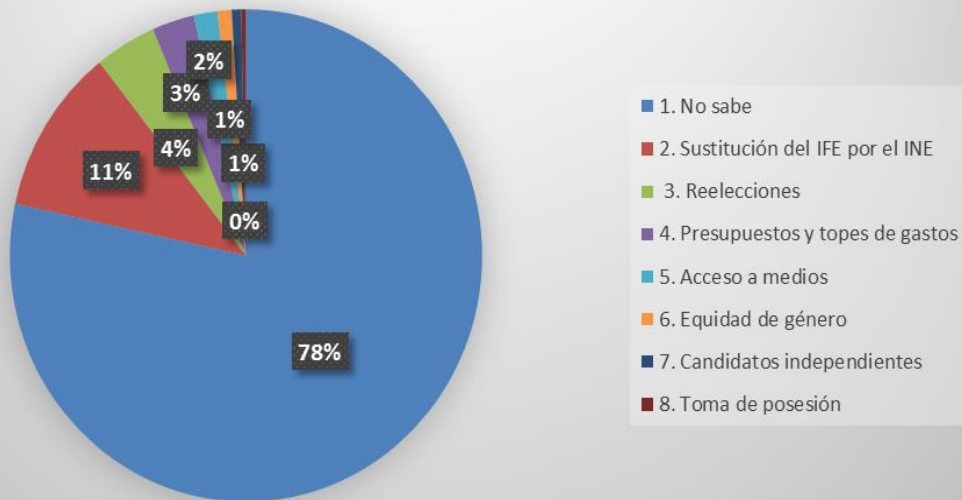


(11) El tipo de programas que más ven los universitarios son películas con el 27%, con el 24% series, con el 16% noticiarios, con el 9% documentales, con el 8% musicales, con el 7% deportes, con el 4% otros, con el 2% reality shows y de opinión cada uno, y con el 1% telenovelas.



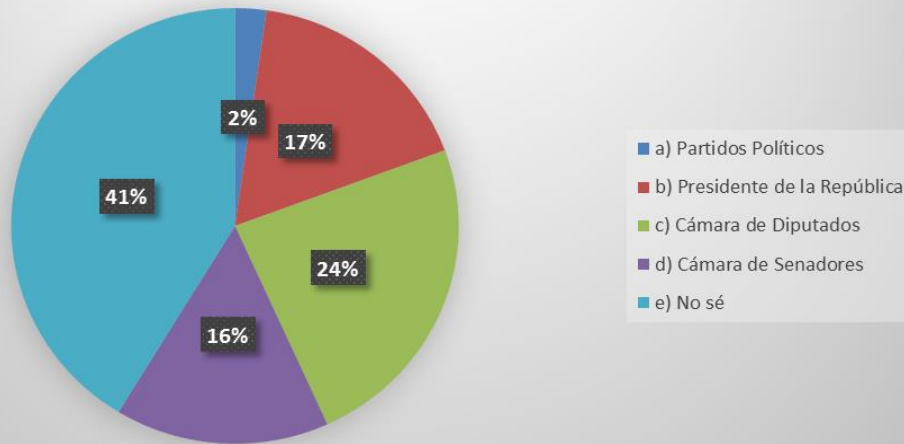
(12) Respecto a la pregunta sobre su conocimiento de lo aprobado en la Reforma Político-Electoral del 2013, el 78% no sabe nada respecto a dicha Reforma, sólo el 11% señaló la sustitución del Instituto Federal Electoral (IFE) por el Instituto Nacional Electoral (INE), el 4% mencionó la aprobación de reelecciones en ciertos cargos públicos, el 3% los presupuestos y topes de gastos de los partidos políticos, el 2% mencionó el acceso a medios para las campañas electorales y el 1%, respectivamente, la equidad de género (50% hombres y 50% mujeres) en las candidaturas y las candidaturas independientes.

12. Menciona qué conoces acerca de lo aprobado en la Reforma PolíticoElectoral del 2013



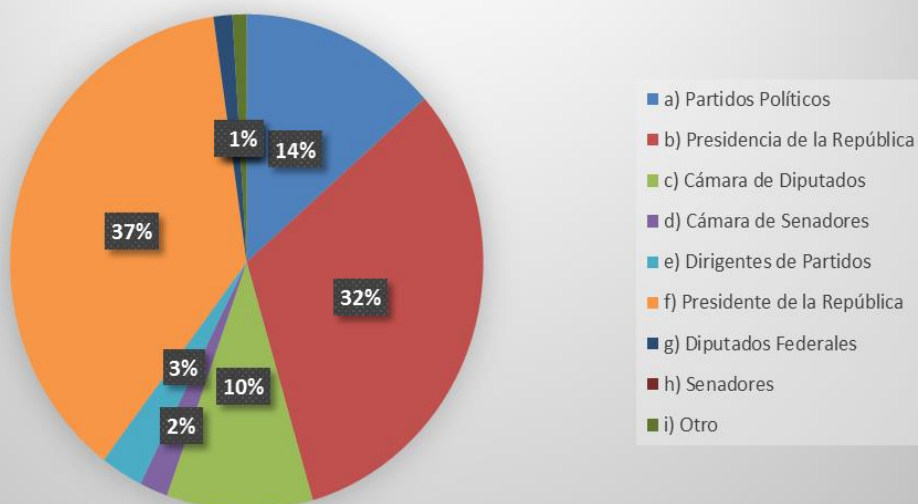
(13) La pregunta dirigida para saber acerca del conocimiento político de los universitarios; el 41% no sabe quién es el encargado de designar al Comisionado Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones, el 24% respondió que es la Cámara de Diputados, el 17% el Presidente de la República, el 2% los Partidos Políticos y sólo el 16% respondió la Cámara de Senadores, la cual era la opción correcta.

13. ¿Cuál es el encargado de designar al Comisionado Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones?

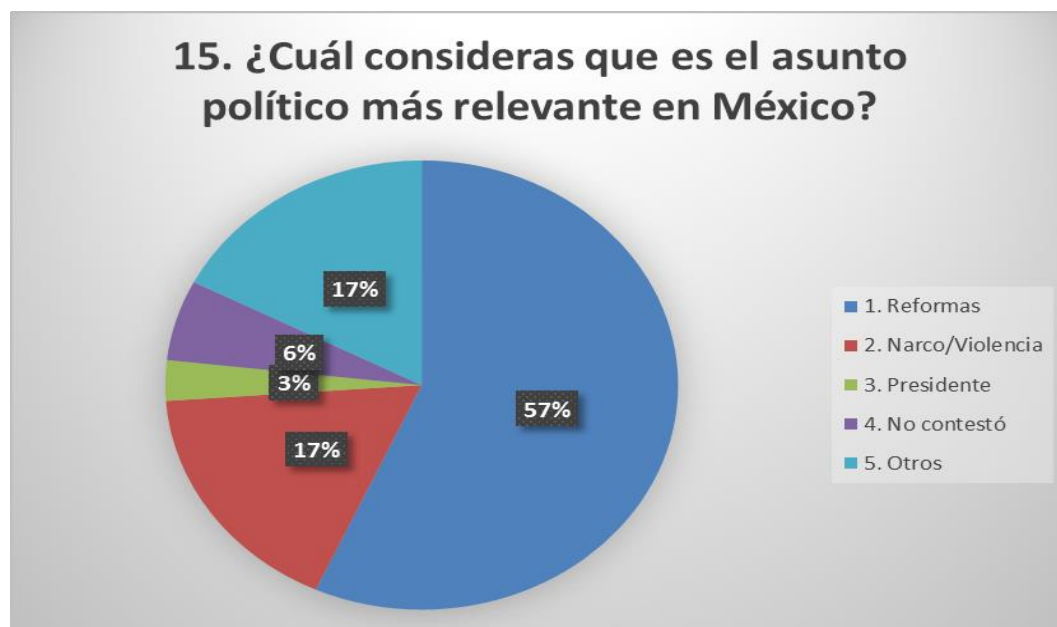


(14) En cuanto a cuál consideran que es el actor político más mencionado en televisión, el 37% considera que es el Presidente de la República, el 32% la Presidencia de la República como institución, el 14%, los Partidos Políticos, el 10% la Cámara de Diputados, el 3% los Dirigentes de Partidos Políticos, el 2% la Cámara de Senadores y con el 1% Diputados Federales y otros actores.

14. ¿Cuál de los siguientes actores políticos consideras que es más mencionado en televisión?

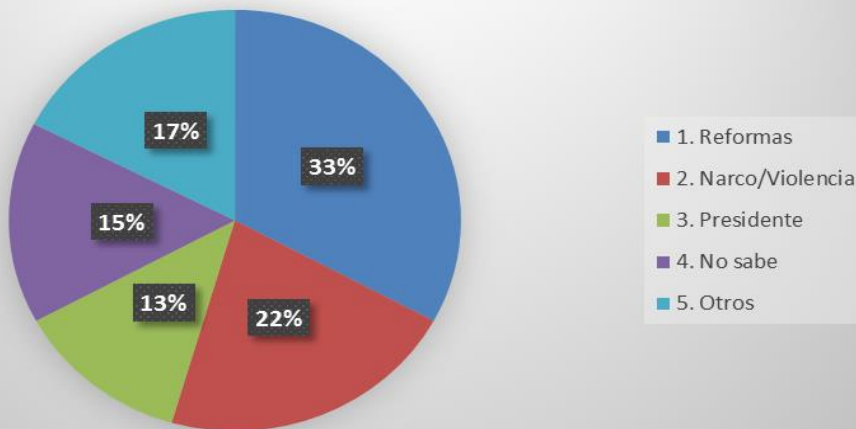


(15) Respecto a cuál consideran que es el asunto político más relevante en México, el 57% mencionó las Reformas en diferentes temas, el 17% el narcotráfico y/o violencia, también el 17% mencionó otros temas diversos, el 3% el Presidente y sus decisiones, y el 6% no contestó.



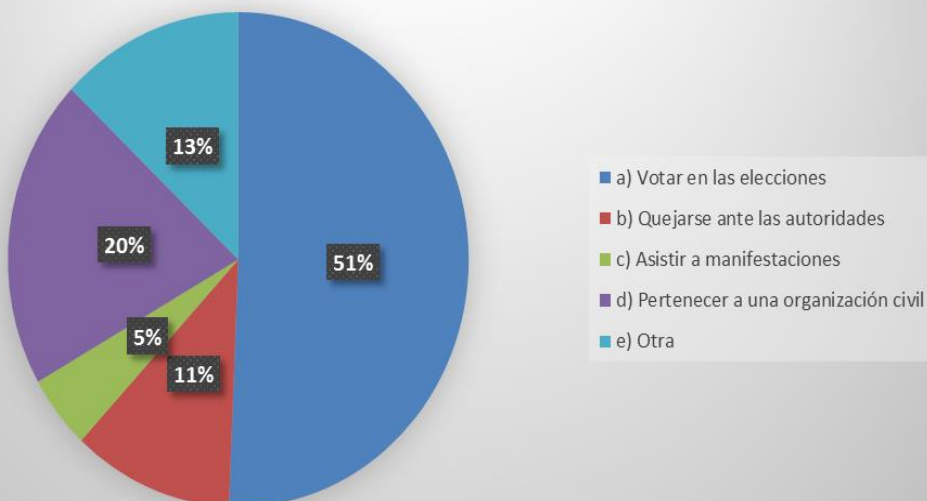
(16) En contraparte al preguntarles según la televisión cuál es el asunto político más relevante en México, las respuestas tuvieron una gran coincidencia; el 33% mencionó las Reformas en diferentes temas, el 22% el narcotráfico y/o violencia, el 17% mencionó otros temas diversos, el 13% el Presidente y sus decisiones, y el 15% no sabe.

16. Según la televisión ¿cuál es el asunto político más relevante en México?



(17) Sobre cuál consideran como una forma de participación política, el 51% contestó votar en las elecciones, el 20% pertenecer a una asociación civil, el 11% quejarse ante las autoridades, el 5% asistir a manifestaciones y el 13% mencionó otras formas, entre las cuales destacó el informarse por algún medio de comunicación sobre lo que sucede en el país.

17. ¿Cuál de las siguientes opciones consideras que es una forma de participación política?



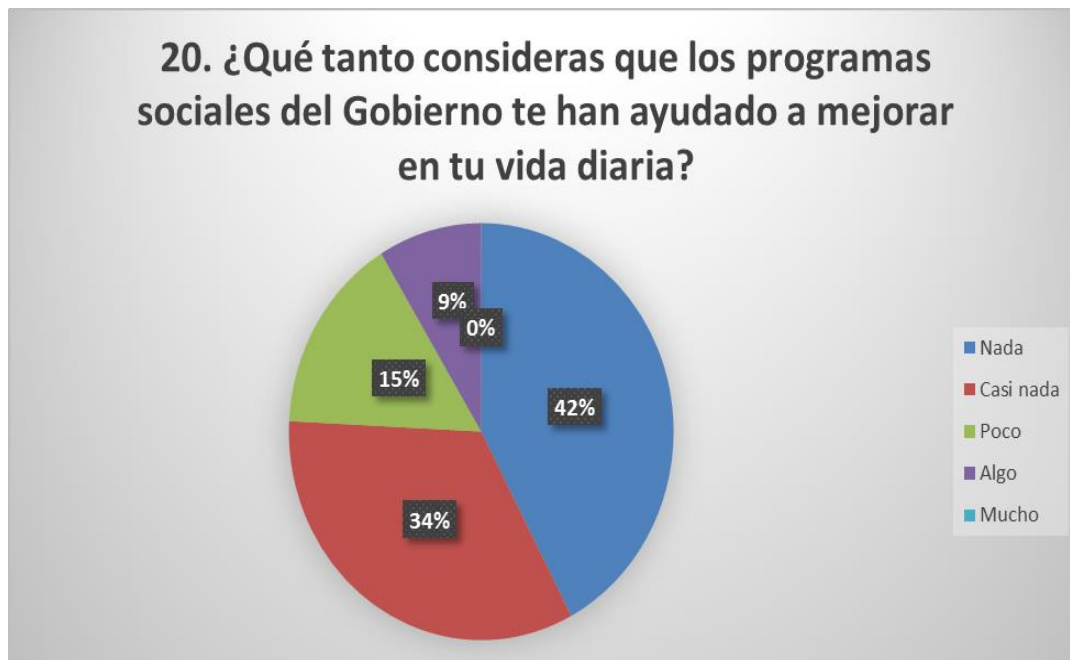
(18) En cuanto a lo referente a la valoración de los universitarios sobre qué tan satisfecho están con su vida, el 50% está muy satisfecho, el 41% algo satisfecho, el 8% poco satisfecho y el 1% casi nada.



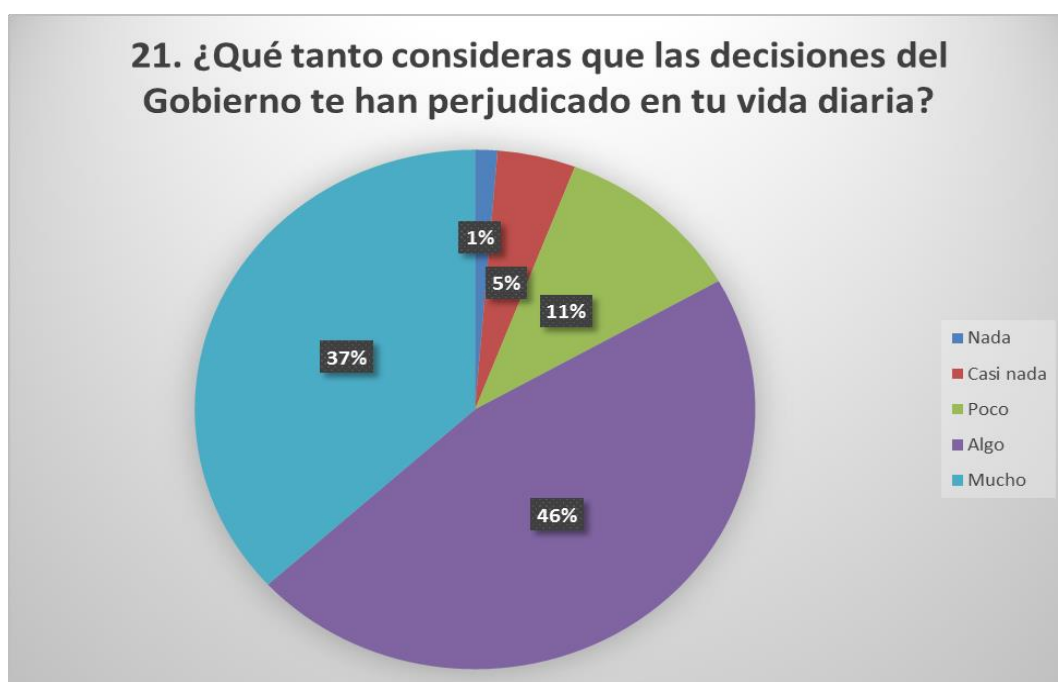
(19) Sobre la satisfacción con el Gobierno de Enrique Peña Nieto, el 47% está nada satisfecho, el 28% casi nada, el 21% poco satisfecho, el 3% algo satisfecho y sólo el 1% está muy satisfecho.



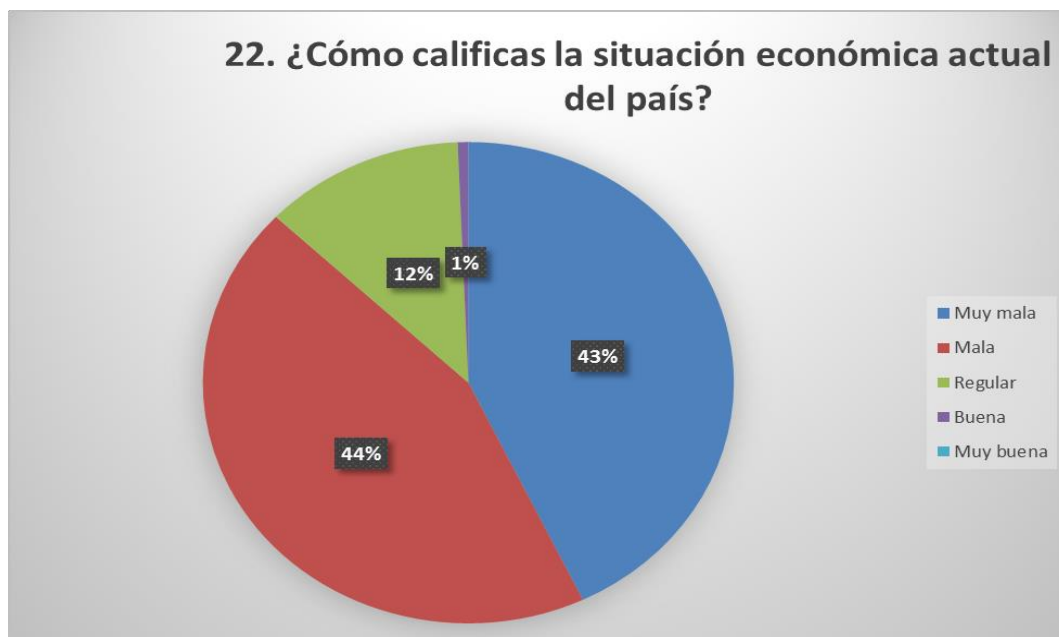
(20) Respecto a qué tanto consideran que los programas sociales del Gobierno les han ayudado a mejorar en su vida diaria, el 42% considera que nada, el 34% que casi nada, el 15% poco y sólo el 9% considera que algo.



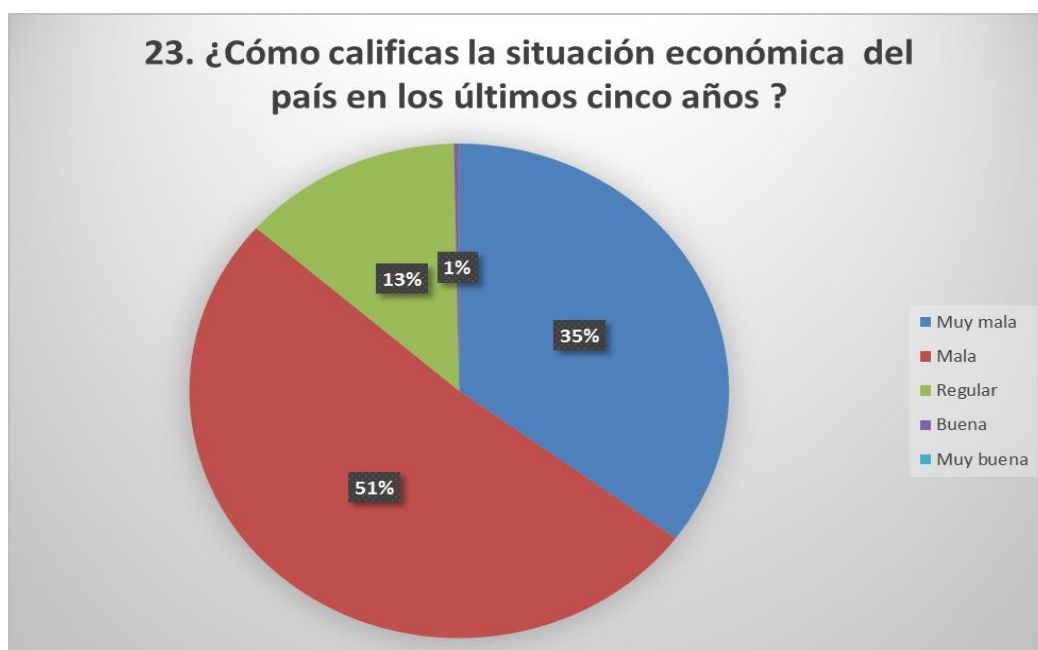
(21) Sobre qué tanto consideran que las decisiones del Gobierno les han perjudicado en su vida diaria, el 46% considera que algo, el 37% considera que mucho, el 11% poco, el 5% casi nada y el 1% nada.



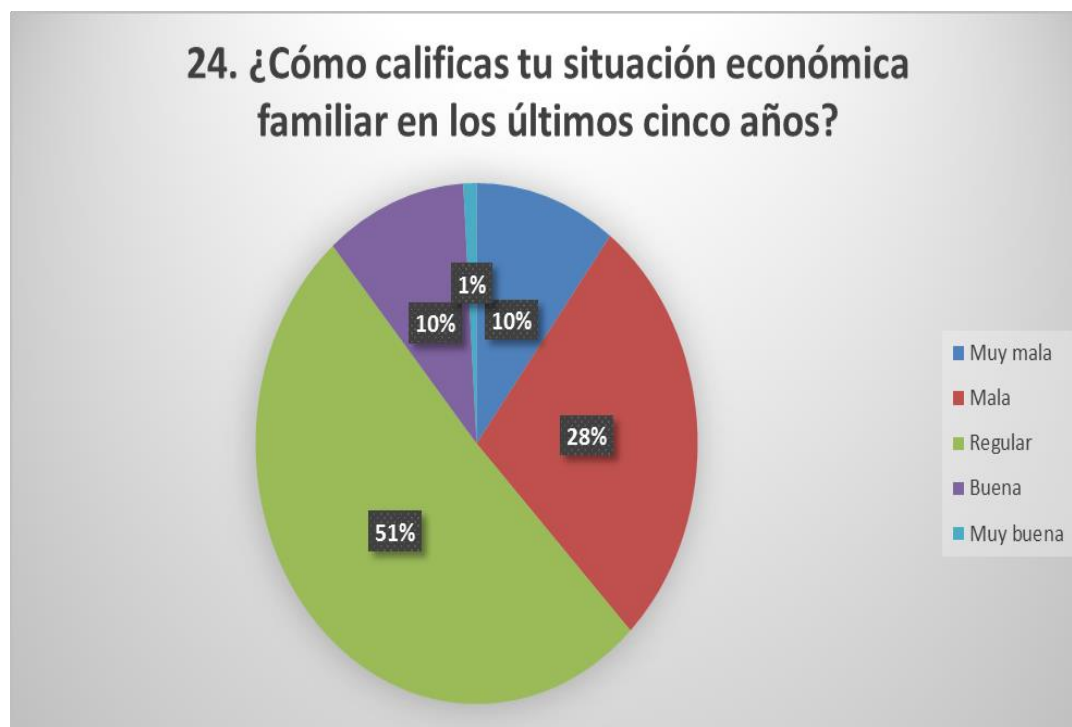
(22) En cuanto a cómo califican la situación económica actual del país, el 44% la califica como mala, el 43% muy mala, el 12% regular y sólo el 1% como buena.



(23) Sobre cómo califican la situación económica del país durante los últimos cinco años (período que comprende el paso de los encuestados por la universidad) el 51% la califica como mala, el 35% muy mala, el 13% como regular y sólo el 1% como buena.

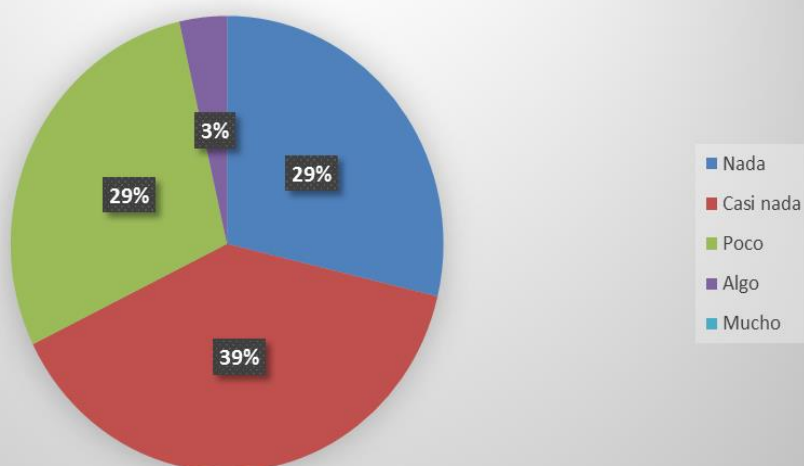


(24) Sobre cómo califican su situación económica familiar en los últimos cinco años, el 51% la califica como regular, el 28% como mala, 10% como muy mala, 10% como buena y sólo el 1% como muy buena.



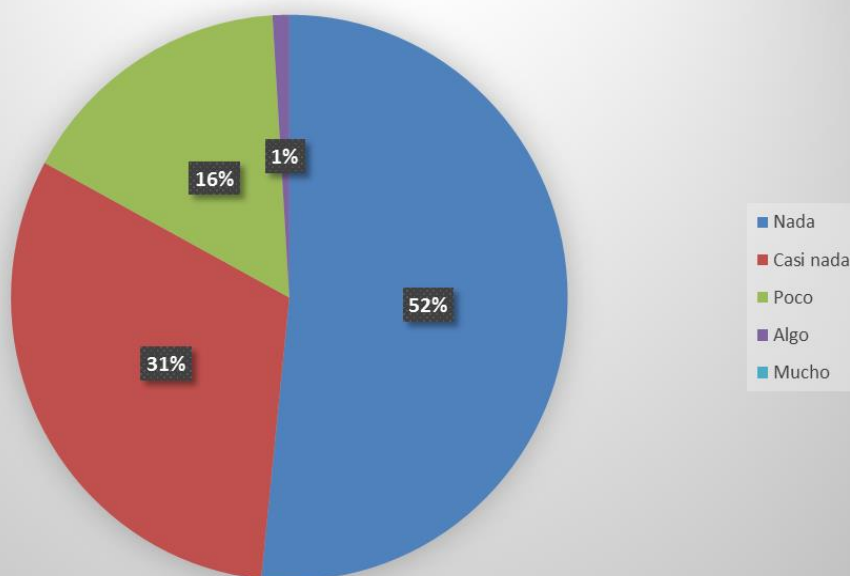
(25) Lo referente a qué tanto los universitarios confían en las Instituciones Gubernamentales, el 39% indicó que casi nada, el 29% que nada, el 29% poco y sólo el 3% algo. Lo anterior coincide con los resultados de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) 2012, donde a nivel nacional en una escala del 0 al 10 (donde 0 es nada y 10 es mucho) la confianza en el gobierno se ubica con el 56.27% en una calificación entre 0-6 y el 43.73% entre 7-10.

25. ¿Qué tanto confías en las Instituciones Gubernamentales?

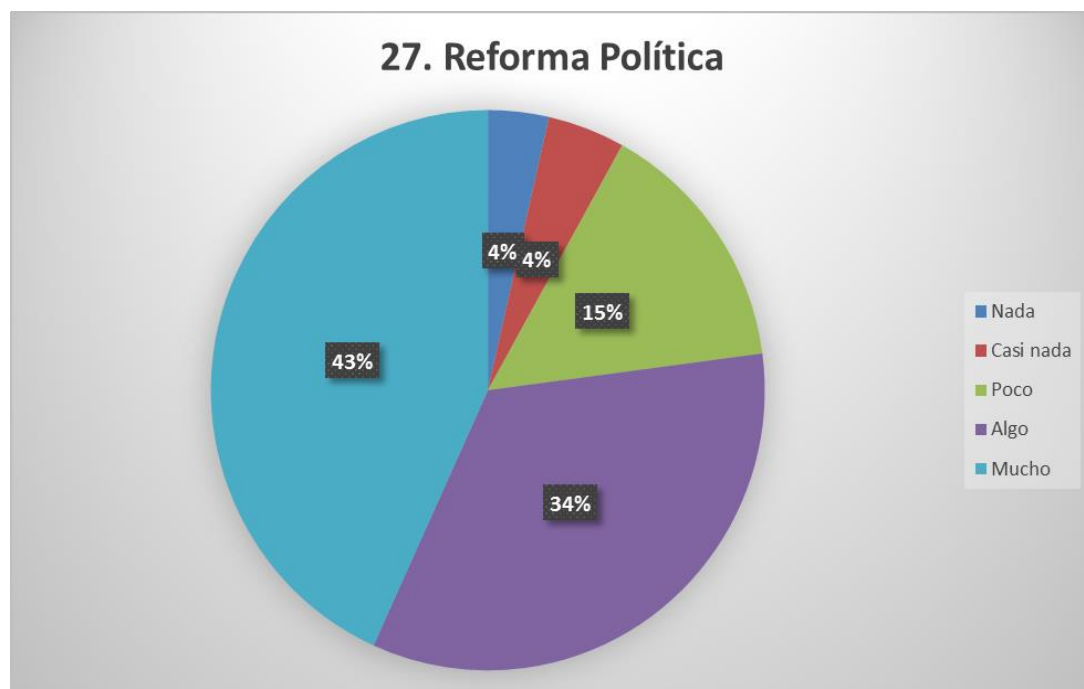


(26) En cuanto a qué tanto confían en los partidos políticos, el 52% respondió que nada, el 31% que casi nada, 16% poco y sólo el 1% confían algo. Estos resultados coinciden con los de la ENCUP 2012, donde a nivel nacional en una escala del 0 al 10 (donde 0 es nada y 10 es mucho) la confianza en los partidos políticos se ubica con el 53.14% en una calificación entre 0-5 y el 46.88% entre 6-10.

26. ¿Qué tanto confías en los Partidos Políticos?

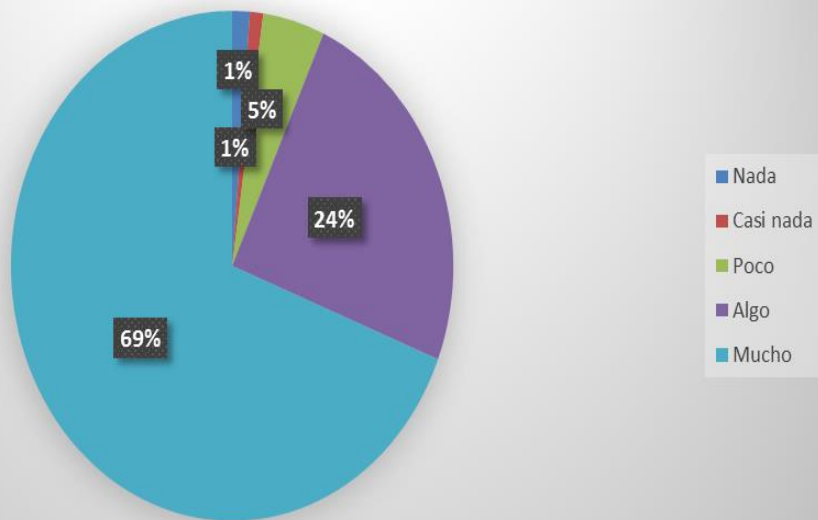


(27) Sobre qué tan relevante consideran el tema de las diferentes reformas aprobadas en el país: el 43% respondió que la Reforma Política es muy relevante, el 34% algo, el 15% poco, y con el 4%, respectivamente, casi nada y nada.



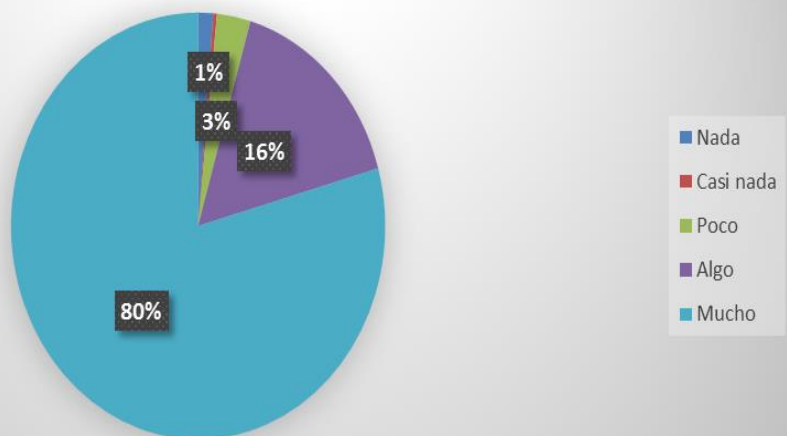
(27) Respecto a la Reforma Energética el 69% considera que es muy relevante, el 24% algo, el 5% poco, el 1% casi nada y nada, respectivamente.

27. Reforma Energética



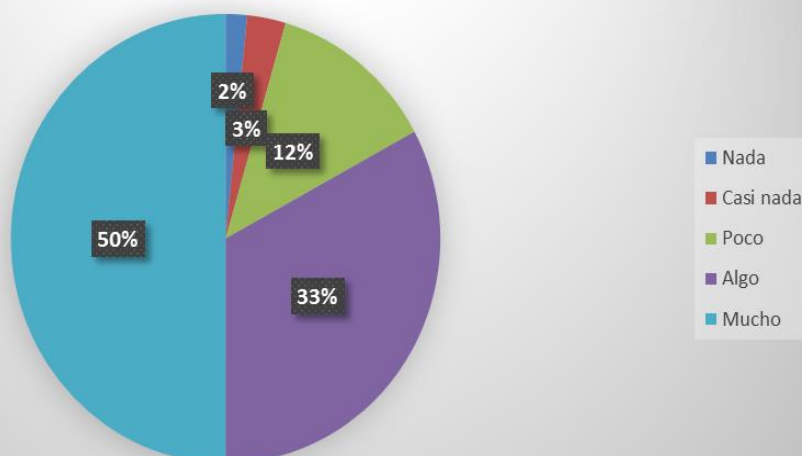
(27) En cuanto a la Reforma Educativa el 80% considera muy relevante el tema, el 16% algo, el 3% poco y el 1% nada.

27. Reforma Educativa



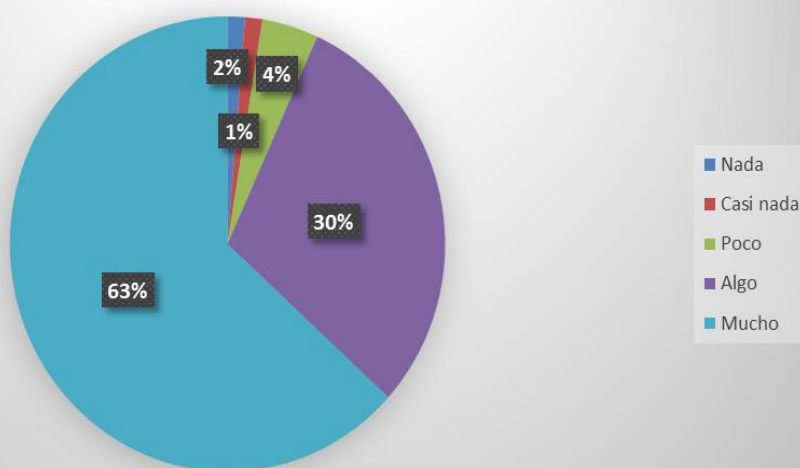
(27) Para el 50% de los universitarios la Reforma Fiscal es un tema muy relevante, para el 33% algo, para el 12% poco, para el 3% casi nada y para el 2% nada relevante.

27. Reforma Fiscal



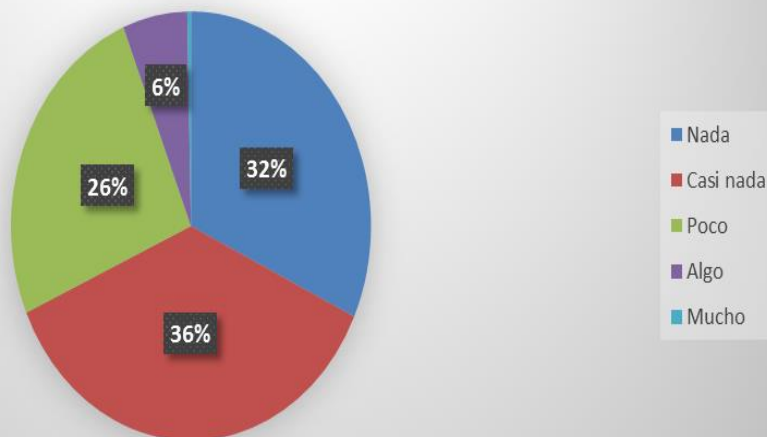
(27) Respecto a la Reforma en Telecomunicaciones, el 63% la considera un tema muy relevante, el 30% algo relevante, el 4% poco relevante, el 2% nada y el 1% casi nada relevante.

27. Reforma en Telecomunicaciones



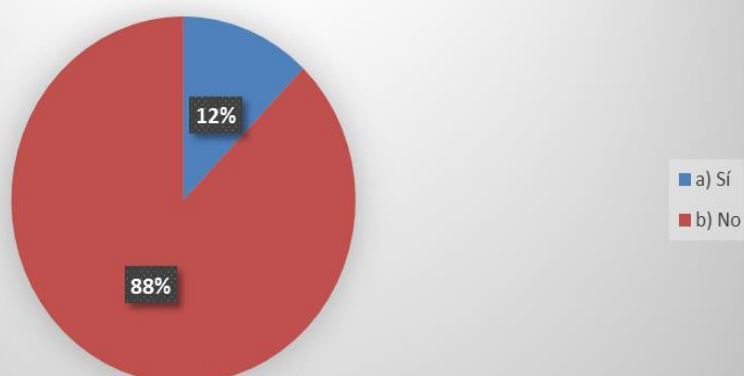
(28) Sobre qué tanto confían en los que aparece en los programas televisivos sobre asuntos políticos 36% de los alumnos señaló que no confía casi nada, seguido del 32% que no confía nada, el 26% poco y sólo el 6% confía algo.

28. ¿Qué tanto confías en lo que aparece en los programas televisivos sobre asuntos políticos?



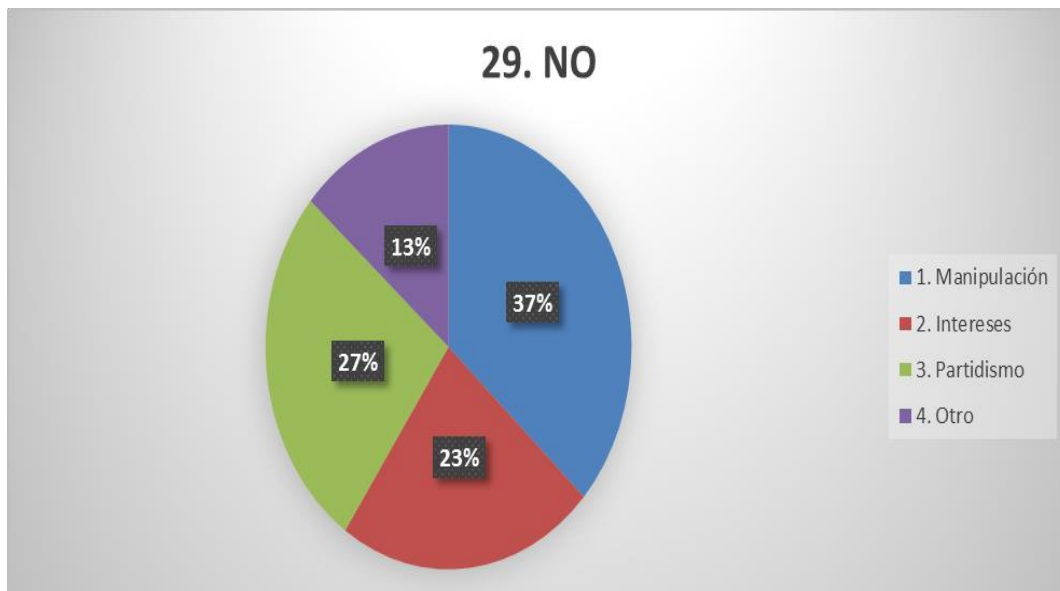
(29) En cuanto a la pregunta ¿consideras que la televisión contribuye a la democracia?, el 88% considera que no y el 12% que si.

29. ¿Consideras que la televisión contribuye a la democracia?

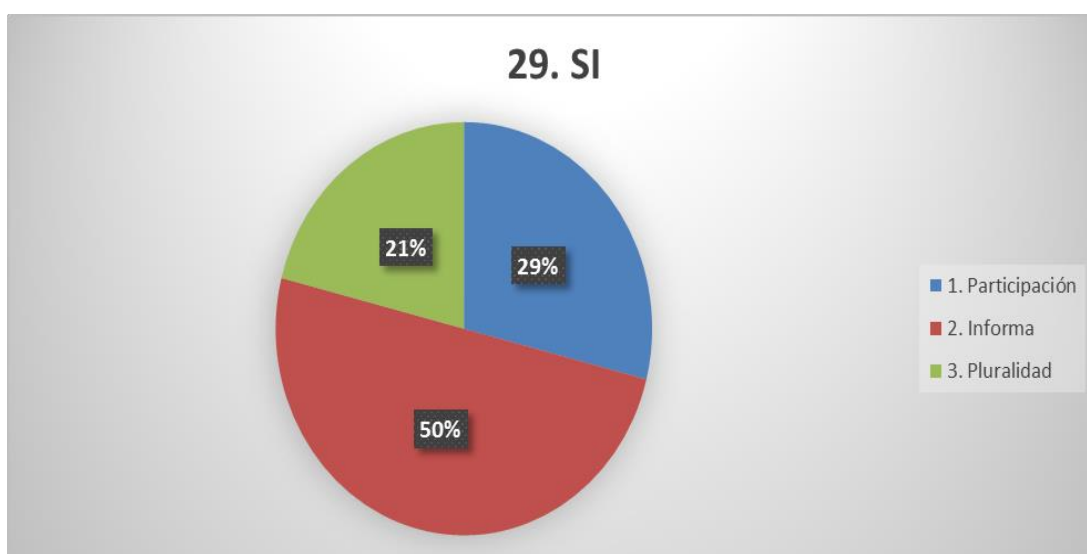


Del 88% que considera que no contribuye, el 37% considera que se debe a que este medio manipula en vez de informar, el 27% que se debe a que tiene vínculos con ciertos partidos

y por ende responde sólo a los objetivos de éste, el 23% considera que no contribuye debido a que responde a intereses particulares y no sociales, y el 13% respondió otros motivos.



Del 12% que considera que si contribuye a la democracia, el 50% considera que es un medio para informarse, pues estar informado es importante para la democracia, el 29% considera que ayuda a la democracia debido a que incita la participación social, y el 21% considera que contribuye pues muestra diversas perspectivas, es decir, es plural.



Con base en la información obtenida, las líneas siguientes proceden a la interpretación de la misma.

Respecto de la televisión se confirma lo dicho por Silverstone en cuanto a que es un medio doméstico. “Se mira en casa. Se ignora en casa. Se discute en casa. Se mira en privado con miembros de la familia o con amigos. Pero también forma parte de nuestra cultura hogareña: su programación y sus horarios nos proporcionan estructuras y modelos de la vida doméstica”.¹⁴⁶ Lo anterior se ve reflejado en los universitarios al ser un medio mayormente consumido en casa con un 96%, mientras que el trabajo sólo tiene el 3% y el 1% otros lugares. Así como en el horario de consumo televisivo, que predomina con el 55% entre las 3-7 pm y el 23% entre las 11 am-3 pm, ubicándose en las horas que generalmente son destinadas para la hora de la comida y la convivencia familiar.

De igual forma Silverstone habla sobre como la televisión parece natural, en cuanto “nos acompaña cuando nos levantamos, tomamos el desayuno, bebemos un té [...] Nos reconforta cuando estamos solos. Nos ayuda a dormir. Nos brinda placer, nos aburre y a veces nos cuestiona. Nos da la oportunidad de ser sociables y también solitarios”.¹⁴⁷, ello se refleja en el principal aspecto que los alumnos cubren con la televisión, que es el entretenimiento con el 73%, resaltando así la función de brindar placer en la comodidad del hogar. Los siguientes aspectos de informarse con el 14% y el acompañamiento con el 12%, denotan la posibilidad de la televisión en cuanto medio que nos contacta con el mundo exterior al hogar y no sentirse solos.

Sin embargo para los universitarios la televisión no es el medio principal para informarse sobre los temas de su interés, pues internet tiene el 86% de preferencia para informarse sobre éstos. Después se ubican con el 7% los periódicos, con el 4% la televisión y con el 2% la radio. Aunado a lo anterior está la credibilidad que los universitarios tienen sobre la televisión como medio para informarse, sobre la que el 86% cree que es el medio que informa de manera menos completa lo que sucede en el país, seguida por la radio con el 8% e internet con el 4%.

¹⁴⁶ Silverstone, Roger *Televisión y vida cotidiana* Amorrortu editores. Buenos Aires, 1996. Pág. 51

¹⁴⁷ *Ibidem*. 20

Lo anterior se refleja en el reducido consumo televisivo de los alumnos, pues el 43% ve televisión entre 1-2 días a la semana, el 34% de 3-4 días, con el 13% diario y con el 10% de 5-6 días. Así como el tiempo al día que ven televisión, pues el 47% ve 1-2 horas, el 39% ve 30 minutos o menos y el 14% 3-4 horas.

El tipo servicio para el consumo televisivo de los alumnos se ubica con el 61% en la televisión de paga y con el 37% la señal abierta, sólo el 2% lo hace por medio de internet. Sin embargo el canal más visto por los universitarios con el 21% es el canal 11 de televisión abierta, seguido del canal Fox de televisión de paga con el 14%, con el 13 % el canal 7 y con el 11% canal 22 de televisión abierta, con el 10% Discovery de televisión de paga, con el 8% el canal 5 de televisión abierta, con el 7% el canal Warner de televisión de paga, con el 6% el canal 4 de televisión abierta, y con el 5% el canal 2 de televisión abierta y History de televisión de paga. Es así como a pesar de predominar el servicio de televisión de paga como el preferido para consumir televisión, los canales más vistos son aquellos de televisión abierta.

Por el tipo de canales que los universitarios prefieren ver se puede ubicar su preferencia en la categoría de discurso de hibridación televisiva, es decir, “discursos que establecen una dinámica en las que se combinan las formas de aproximación a la realidad externa, y al mismo tiempo, las formas que crean un universo de ficción. La realidad externa que es referencial, hablar de cosas reales (ideas, productos, instituciones, problemáticas sociales, etc.) y el universo de ficción, universos imaginarios que ofrecen ‘mundos posibles’, en teoría capaces de ser alcanzados por los consumidores”.¹⁴⁸

Lo anterior se refuerza con la preferencia que tiene sobre el tipo de programas que más ven, las películas con el 27% tiene el primer lugar, seguidas con el 24% por las series, con el 16% están los noticiarios, con el 9% documentales, con el 8% musicales, con el 7% deportes, con el 4% otros, con el 2% reality shows y de opinión respectivamente, y con el 1% telenovelas.

Sobre la movilización cognitiva que aborda Inglehart, descrita en el capítulo 1, esta “refleja niveles mayores de educación y cambios en la naturaleza del trabajo, que deja de consistir

¹⁴⁸ Orza, Gustavo, *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*, La cruzía ediciones, Argentina, abril de 2002, pág. 138.

en operaciones simples y rutinarias para convertirse en tareas que requieren conocimiento especializado y juicio autónomo”.¹⁴⁹ Lo cual en el ámbito político implica una mayor conciencia del individuo en cuanto a la toma de decisiones y participación sobre asuntos relacionados al ejercicio del poder. Ello no se ve reflejado en los universitarios, a pesar de su nivel educativo, pues su conocimiento político sobre lo aprobado en la Reforma Político-Electoral del 2013 no es significativo, ya que el 78% no sabe nada respecto a dicha Reforma, sólo el 11% señaló la sustitución del Instituto Federal Electoral (IFE) por el Instituto Nacional Electoral (INE), el 4% mencionó la aprobación de reelecciones en ciertos cargos públicos, el 3% los presupuestos y topes de gastos de los partidos políticos, el 2% mencionó el acceso a medios para las campañas electorales y el 1%, respectivamente, la equidad de género (50% hombres y 50% mujeres) en las candidaturas y las candidaturas independientes.

De igual manera su poco conocimiento político se ve reflejado en no saber quién es el encargado de designar al Comisionado Presidente del Instituto Federal de Telecomunicaciones, pues el 41% no sabe, el 24% respondió que es la Cámara de Diputados, el 17% el Presidente de la República, el 2% los Partidos Políticos y sólo el 16% respondió la Cámara de Senadores, la cual era la opción correcta.

En contraparte a lo anterior, se ve reflejado su interés por el acontecer social en los temas que consultan, pues con el 26% las noticias son el primer tema, con 18% cultura y 16% política, lo que denota su interés por los problemas sociales que suceden en el país.

El factor de la cualificación política a través del indicador específico de la educación formal de las personas, del que también habla Inglehart, donde a mayor conocimiento se está más consciente de los problemas, aumenta la participación activa en la solución de éstos, y permite rebasar el solo acto de votar no se cumple, pues la mayor parte de los universitarios sigue ubicando la participación política en el voto, pues el 51% de los universitarios consideran como una forma de participación política votar en las elecciones, ubicándose en una manera formal de entender dicha participación; el 20% pertenecer a una asociación civil, ubicándose en una forma informal de participar; el 11% quejarse ante las autoridades, el 5% asistir a manifestaciones y el 13% mencionó otras formas, entre las

¹⁴⁹ Silverstone, op. cit. pág.20

cuales destacó el informarse por algún medio de comunicación sobre lo que sucede en el país.

Sin embargo, los universitarios a pesar de su desconocimiento político, son conscientes de los problemas políticos y sociales, y de su relevancia; esto se denota sobre qué tan relevante consideran el tema de las diferentes reformas aprobadas en el país, pues el 43% respondió que la Reforma Política es muy relevante, el 34% algo, el 15% poco, y con el 4%, respectivamente, casi nada y nada. Respecto a la Reforma Energética el 69% considera que es muy relevante, el 24% algo, el 5% poco, el 1% casi nada y nada, respectivamente. En cuanto a la Reforma Educativa el 80% considera muy relevante el tema, el 16% algo, el 3% poco y el 1% nada. Para el 50% de los universitarios la Reforma Fiscal es un tema muy relevante, para el 33% algo, para el 12% poco, para el 3% casi nada y para el 2% nada relevante. Respecto a la Reforma en Telecomunicaciones, el 63% la considera un tema muy relevante, el 30% algo relevante, el 4% poco relevante, el 2% nada y el 1% casi nada relevante. Cabe señalar que las reformas con mayor relevancia para los universitarios son la educativa y de telecomunicaciones, la primera por ser estudiantes y la segunda por la licenciatura que estudian; aunque ello también denota una visión reducida a sus intereses individuales, pues no amplían en temas diferentes a su entorno.

De igual manera la cualificación de los individuos, que aborda Inglehart, en cuanto a que el nivel de educación y el aumento de la movilización cognitiva deviene en el alejamiento de las estructuras e instituciones establecidas, también implica que éstas “pasan a ser progresivamente menos eficaces”.¹⁵⁰, pues “con una amplia serie de canales de información y participación alternativos, las personas confían cada vez menos en las redes organizativas permanentes tales como los sindicatos, las iglesias y las maquinarias políticas urbanas”,¹⁵¹ Lo anterior se cumple debido a la desconfianza que tienen los universitarios sobre las instituciones gubernamentales y los partidos políticos en tanto estructuras formales. Sobre las instituciones gubernamentales el 39% indicó que confía casi nada, el 29% que nada, el 29% poco y sólo el 3% algo. En cuanto a la confianza en los partidos políticos, el 52% respondió que no confía nada, el 31% que casi nada, 16% poco y sólo el 1% confían algo.

¹⁵⁰ *Ibidem*. 222 Inglehart

¹⁵¹ *Ibidem*.

La confianza es un elemento importante dentro de los factores culturales que afectan al ámbito político. Almond y Verba dentro de sus estudio de la cultura cívica, también destacan la importancia de la confianza como “prerrequisito para la eficacia de la democracia”.¹⁵²

Así como la confianza es un elemento importante en la eficacia de la democracia, el desarrollo económico del que habla Inglehart es un elemento que interviene en el ámbito político, pues “si el ciclo económico va bien, aumenta el apoyo a los representantes políticos; si la economía va mal, disminuye el apoyo a los representantes políticos. A corto plazo, la respuesta es “echar a los sinvergüenzas fuera”.¹⁵³ Lo anterior se demuestra a través de la calificación que los universitarios tienen respecto a la situación económica y el desempeño del gobierno actual. Así es como la calificación de la situación económica actual del país, donde el 44% la califica como mala, el 43% muy mala, el 12% regular y sólo el 1% como buena; así como la calificación sobre la situación económica del país durante los últimos cinco años, donde el 51% la califica como mala, el 35% muy mala, el 13% como regular y sólo el 1%; y la calificación de su situación económica familiar en los últimos cinco años, donde el 51% la califica como regular, el 28% como mala, 10% como muy mala, 10% como buena y sólo el 1% como muy buena; se relaciona con la insatisfacción con el Gobierno de Enrique Peña Nieto, donde el 47% está nada satisfecho, el 28% casi nada, el 21% poco satisfecho, el 3% algo satisfecho y sólo el 1% está muy satisfecho.

Así el bienestar subjetivo, que aborda Inglehart, es también un factor cultural importante para la legitimidad de un régimen político, pues “si a largo plazo las personas sienten que la vida ha sido buena bajo un régimen dado, aumentan los sentimientos de apoyo difuso a ese régimen. Así los sentimientos de bienestar general subjetivo representan un papel clave en el aumento de la legitimidad”.¹⁵⁴ Para el bienestar subjetivo unos de los mejores indicadores es el de la satisfacción con la vida que se lleva. “Si una sociedad tiene un nivel

¹⁵² *Ibidem.* 227. Inglehart.

¹⁵³ *Ibidem*

¹⁵⁴ *Ibidem.* 232

alto de bienestar subjetivo, sus ciudadanos sentirán que todo su modo de vida es, en lo fundamental, bueno. Sus instituciones políticas obtienen legitimidad por asociación”¹⁵⁵

Entonces la satisfacción personal que se tiene con la vida en general, toma relevancia como indicador, más que la satisfacción de los individuos con el sistema político, pues como dice Inglehart “la política es un aspecto periférico de la vida de la mayoría de las personas; y la satisfacción con este ámbito en específico puede aumentar o disminuir de la noche a la mañana. Pero si una persona siente que su vida en general ha ido bien bajo las instituciones democráticas, este sentimiento genera una base de apoyo relativamente sólida, difusa y profunda para esas instituciones”.¹⁵⁶ “La satisfacción política registra principalmente el apoyo a los políticos del momento; la satisfacción con la vida registra el apoyo al tipo de sistema o régimen político”.¹⁵⁷ Lo anterior se ve reflejado en cuanto a lo referente a la valoración de los universitarios sobre qué tan satisfecho están con su vida, el 50% está muy satisfecho, el 41% algo satisfecho, el 8% poco satisfecho y el 1% casi nada; esto denota su aprobación al tipo de sistema, empero su insatisfacción con el Gobierno de Enrique Peña Nieto denota su rechazo político a la situación política del momento; así como a lo referente sobre qué tanto consideran que los programas sociales del Gobierno les han ayudado a mejorar en su vida diaria, pues el 42% considera que nada, el 34% que casi nada, el 15% poco y sólo el 9% considera que algo.

A pesar de tener un nivel alto de satisfacción con sus vidas, la insatisfacción con el gobierno y la situación económica es alta, así parcialmente se cumple la correlación de la que habla Inglehart. Otro rasgo relevante de la valoración de los universitarios en cuanto a la relación con las instituciones gubernamentales y cómo las perciben desde su cotidianidad es qué tanto consideran que las decisiones del Gobierno les han perjudicado en su vida diaria, pues el dato es significativo, ya que el 46% considera que algo, el 37% considera que mucho, el 11% poco, el 5% casi nada y el 1% nada.

Los aspectos referentes a la relación entre los universitarios y la televisión, y la cultura política de éstos se entrelazan en tanto que la televisión, a pesar de no ser el medio de mayor preferencia, empero si sigue siendo consumido por los universitarios, juega como

¹⁵⁵ *Ibidem* 233.

¹⁵⁶ *Ibidem*.

¹⁵⁷ *Ibidem*. 234.

mediador un papel importante entre la realidad externa y el mundo cotidiano e inmediato de los universitarios. Esto se ve en lo referente a la concordancia entre cuál consideran ellos que es el asunto político más relevante en México y cuál es según la televisión el asunto político más relevante en México; pues el 57% mencionó las Reformas en diferentes temas, el 17% el narcotráfico y/o violencia, también el 17% mencionó otros temas diversos, el 3% el Presidente y sus decisiones, y el 6% no contestó; y cuál es según la televisión el asunto político más relevante en México, el 33% mencionó las Reformas en diferentes temas, el 22% el narcotráfico y/o violencia, el 17% mencionó otros temas diversos, el 13% el Presidente y sus decisiones, y el 15% no sabe.

Así la televisión cumple lo que aborda la mediación respecto a que como mediador ofrece ese mundo cotidiano al individuo para “adentrarse a la “comunidad”, es parte de instancias como la familia, los grupos de amigos, la escuela, etc.; instancias que “introducen al hombre de la calle a la “cotidianeidad compartida” de esa vida con una serie de valores, de creencias, con un conjunto de normas, maneras y prácticas sociales con las que su mundo se reproduce y produce y conforma una identidad común que, subjetivamente, los miembros particulares la contemplan y viven como su comunidad y la expresan como nuestra comunidad”.¹⁵⁸

Desde la vida cotidiana la televisión, como mediador, presenta valores, creencias, normas y prácticas sociales como algo normal y evidente por sí mismo, es decir, como algo natural para el individuo en su contexto. Lo anterior en relación al ámbito político deviene en un mundo ya constituido, mediado, sobre el universo de relaciones de lo político; ello contribuye a la configuración de la percepción del individuo respecto a lo político. Esto se vincula sobre qué tanto confían en lo que aparece en los programas televisivos sobre asuntos políticos; 36% de los alumnos señaló que no confía casi nada, seguido del 32% que no confía nada, el 26% poco y sólo el 6% confía algo. Esto a su vez se relaciona con cuál consideran que es el actor político más mencionado en televisión, el 37% considera que es el Presidente de la República, el 32% la Presidencia de la República como institución, el 14%, los Partidos Políticos, el 10% la Cámara de Diputados, el 3% los Dirigentes de Partidos Políticos, el 2% la Cámara de Senadores y con el 1%, respectivamente, Diputados Federales y otros actores. Así se explica el rechazo también

¹⁵⁸Ibidem.

por el gobierno actual, el de Enrique Peña Nieto, pues al no confiar en lo que aparece en la televisión sobre lo político, y siendo el presidente y/o la presidencia los actores políticos considerados que parecen más en ella, también son rechazados.

Por último sobre si consideran que la televisión contribuye a la democracia. el 88% considera que no y el 12% que sí. Los que consideran que no lo hace, es porque este medio manipula en vez de informar, que tiene vínculos con ciertos partidos y por ende responde sólo a los objetivos de éstos, y que responde a intereses particulares y no sociales. Esto remarca la desconfianza en el medio y en los que aparece en él sobre asuntos políticos, así como en el vínculo con los actores políticos, el cual por parte de la mayoría de los universitarios es negativo, por ello el rechazo de éstos.

De aquellos que consideran que sí contribuye a la democracia, la mayor parte piensa que es un medio importante para informarse por el nivel de consumo y de penetración que tiene en la mayor parte de la población del país, además de que expresan que estar informado es uno de los aspectos más importantes para la democracia, consideran que ayuda a la democracia debido a que incita la participación social, pues muestra también las ineficiencias que hay en diferentes aspectos del país; y que contribuye pues muestra diversas perspectivas, es decir, es plural ya que hace manifiestas las problemáticas y los diferentes puntos de vista sobre éstas.

3.4 Los jóvenes universitarios e internet

Si bien el propósito de esta investigación es la relación entre la televisión y la cultura política de los jóvenes universitarios; la relevancia de internet es innegable hoy en día. El creciente acceso a este medio por parte de los jóvenes es significativo, pues a este sector se le relaciona especialmente con el medio debido a las habilidades cognitivas e interés de usarlo que tiene este sector de la población. Es por ello que se explica por qué para los universitarios es el medio de mayor preferencia para consultar en primer lugar sobre los temas que les interesan, pues para el 86% internet es el medio que consultan en primer lugar para informarse, después se ubican con el 7% los periódicos, con el 4% la televisión y con el 2% la radio.

Respecto a los temas por los que consultan este medio, primeramente se ubican con el 26% las noticias, 18% cultura, 16% política, 13% música, 9% académicos/escolares, 7% deportes, 6% entretenimiento y 5% internacionales

En cuanto el lugar donde los universitarios consumen mayormente internet, la casa predomina con un 83%, mientras que la escuela y el trabajo tienen el 8% respectivamente, y el 1% otros lugares. Cabe mencionar que la escuela no tuvo ninguna mención. En el horario de consumo, el 28% de los universitarios lo hace entre las 7-11 pm, el 26% entre las 3-7 pm, el 19% entre las 11 am-3 pm, el 18% entre las 11 pm-3 am, el 5% entre las 3-7 am y el 4% entre las 7-11 am.

Siendo el medio de primera elección, de mayor preferencia y el más consumido en cuanto tiempo, se entiende por qué para los universitarios es el medio que consideran informa de manera más completa, pues se ubica en primer lugar con el 53%, seguido de los periódicos con el 41%, con 4% la radio y sólo el 2% mencionó otros medios. Cabe resaltar que la televisión no fue mencionada.

Los datos obtenidos muestran la marcada preferencia y uso de internet entre los universitarios como primer medio de consulta sobre los temas de su interés, lo cual permite vislumbrar que este medio seguirá creciendo entre este grupo de jóvenes, empero de igual forma se muestra la limitación que los jóvenes tienen en cuanto a la búsqueda que hacen en este medio sobre política, pues siendo el tercer lugar como tema que más se consulta, el desconocimiento político que tienen no refleja lo que ofrece internet como medio: una diversidad de información y alternativas en cuanto a este ámbito.

CONCLUSIONES

Si bien en la actualidad existe una creciente preferencia por el uso de internet entre los jóvenes universitarios, la televisión sigue siendo un medio consumido por éstos. Los resultados de esta investigación ubican el consumo televisivo en la casa, lo cual es significativo en cuanto a seguir siendo un medio hogareño y que se vincula con la dinámica familiar. De igual forma es notable el gusto de la mayoría de los universitarios por la programación que está en televisión abierta a pesar de contar con el servicio de televisión de paga, lo que lleva a la idea de que los hábitos de consumo son difíciles de cambiar, pues han sido contruidos a lo largo de tiempo.

Por otra parte es de destacar que el desarrollo económico, la confianza, el bienestar subjetivo y la satisfacción personal, también inciden en la cultura política de los universitarios. Estos aspectos se vuelven más relevantes, tal como lo señala Inglehart, al generar cambios sociales y culturales que coadyuvan al surgimiento y desarrollo de la democracia. Dichos factores culturales contribuyen a las orientaciones que los individuos tienen hacia cuestiones políticas, es decir, no sólo se limitan a tomar en cuenta lo que proviene de las instituciones y estructuras formales del sistema político, sino también la dimensión personal y lo que viven en su contexto.

Considerando los planteamientos de Almond y Verba, el tipo de cultura política de los universitarios de la FES Acatlán se ubicaría en una cultura política de súbdito porque las orientaciones respecto a objetos específicamente políticos y hacia uno mismo como participante activo se aproximan a cero. Dado que la participación política de estos universitarios se sigue reduciendo al acto de votar y tienen conciencia de la existencia de una autoridad gubernativa especializada, aunque les desagrada.

En México los jóvenes que tienen la oportunidad de acceder al nivel universitario son sólo una fracción de la población total de jóvenes en el país; lo cual supondría que es en la población juvenil universitaria es en donde principalmente se haya la juventud más politizada en el país; este grupo, el conformado por los universitarios, son quienes podrían desarrollar un pensamiento más crítico y analítico debido a su nivel educativo y el entorno que les ofrece la universidad, lo que les permitiría cuestionar los mensajes políticos que les son emitidos y con esto generar una opinión para así ejercer una participación política pensada y activa.

La cultura política de los universitarios encuestados difiere en gran medida con la visión antes descrita, pues a pesar de que como estudiante de la UNAM el compromiso social está estipulado y contemplado por dicha universidad; así como con el ideario organizacional que hay dentro de la FES Acatlán, el conocimiento político es casi nulo, así como su interés por la política; en cuanto a su participación, que se esperaría fuese activa, está reducida al acto meramente de votar, lo que los coloca en lo que hace el grueso de la población.

Si bien están conscientes de las problemáticas que hay en el país, las consideran relevantes y les son importantes, su conocimiento y su participación política son reducidos, lo cual dista de lo que se esperaría tuvieran: un compromiso social explícito, una participación activa en la vida social y política del país, sustentada en el análisis y la crítica que su formación les permite.

La estancia en la universidad debiese significar un territorio donde el conocimiento sobre diferentes aspectos sociales ampliara el horizonte de los estudiantes, no sólo lo que se imparte en las clases de manera formal, sino también la oferta cultural que la universidad tiene, y deviniera en una conciencia y participación activa en dichos aspectos, más aun se esperaría de aquellos que por libre elección decidieron estudiar una carrera relacionada con lo social. Sin embargo se demuestra lo contrario, pues a pesar de que consideran como tema relevante en el país lo que realiza el gobierno en cuanto a las reformas en diferentes aspectos, de que consideran que las decisiones del gobierno perjudican su vida diaria y que los programas de éste no les han ayudado; el interés y la búsqueda de conocimiento y de diferentes formas de participación sobre los asuntos políticos y son casi nulos.

Los medios de comunicación, en este caso la televisión, aún siguen contribuyendo y organizando buena parte de los discursos de la sociedad, en este caso los discursos juveniles. Pues sigue siendo un importante agente de socialización, y un dispositivo de identificación de pautas de comportamiento y concepciones del mundo. Si bien internet como medio tiene mayor preferencia y confiabilidad entre los estudiantes encuestados, el consumo o intervención de este medio pareciera no verse reflejado en el conocimiento político de los universitarios, pues a pesar de que el consumo televisivo es reducido, y que la confianza en este medio de información es baja, los universitarios la toman en cuenta en tanto la información del ámbito político; esto se refleja en la coincidencia entre la respuesta sobre lo que consideraban personalmente como tema relevante en el país y lo que según ellos en la televisión es el tema relevante. La categorización de las respuestas fue la misma, dicha pregunta fue de forma libre, donde pudieron manifestar su opinión y conocimiento, y de donde se podía deducir su nivel de conocimiento, involucramiento e interés en la política,

La coincidencia entre lo que aparece en televisión como relevante sobre lo que sucede en el país y lo que los estudiantes consideran personalmente como relevante denota que aunque internet es su medio de preferencia y de mayor consumo, lo cual presupondría que ante el abanico de posibilidades que representa este medio para informarse sobre los temas que les interesan, recordando que la política fue mencionado como el tercer tema de interés que consultan en su medio de preferencia; no se ve reflejado entre los universitarios, pues como ya se dijo la coincidencia de respuestas es notoria en referencia a la televisión y no a la variedad de temas que internet ofrece.

La insatisfacción de los estudiantes con el gobierno actual, la opinión negativa y rechazo sobre las instituciones gubernamentales, el desconocimiento de las cuestiones políticas por dicho rechazo, el que consideren al Presidente de la República y/o la Presidencia de la República como el actor político más mencionado en televisión, la poca credibilidad que tienen en lo que aparece en ésta sobre asuntos políticos, la desconfianza en ella como medio de información en general y que consideren que la televisión no contribuye a la democracia muestran la relación e incidencia que este medio tiene sobre la cultura política de los universitarios de la FES Acatlán.

Retomando la pregunta guía de esta investigación de cuál es el papel de la televisión en la construcción de la cultura política de los jóvenes universitarios y la hipótesis de que la televisión sigue siendo una fuente importante de información de los jóvenes universitarios en asuntos de política, y que a través de ella adquieren conocimientos entorno al ámbito político, que fomentan el rechazo de éste, especialmente a las estructuras e instituciones formales, que deviene a una participación reducida al proceso electoral se cumple, pues como antes ha sido descrito el nivel de consumo televisivo, aunque no es alto, sigue existiendo entre los universitarios, se demuestra que a pesar de la notable poca confianza que éstos le dan a la televisión como medio, lo que aparece en él sobre política coincide con lo que los universitarios conocen sobre ésta, lo cual se relaciona a su vez con la desconfianza que tienen hacia las estructuras formales, los actores políticos y al rechazo del ámbito político en general, reforzando la reducción de la participación al acto de votar.

Por otra parte es de destacar la reducción del consumo televisivo de los jóvenes encuestados respecto a los demás medios; pues para los estudiantes la televisión, en contraste, a los demás medios aparece como obsoleta; específicamente, ante la variedad de internet, y poco confiable e incompleta respecto a sus contenidos, a diferencia de los periódicos. Sin embargo la preferencia de los canales del sistema abierto sobre los del sistema de paga es muy marcada, a pesar de que gran parte de los encuestados cuenta con tal servicio.

Por otra parte es relevante el consumo que realizan de internet; pues en cuanto al lugar de consumo de preferencia para los universitarios es la casa mayormente en horario vespertino y nocturno; coincidiendo con el horario y lugar de su consumo televisivo, lo cual demuestra que los encuestados consumen diferentes medios a la misma vez.

REFERENCIAS

ACATLÁN, <http://www.acatlan.unam.mx/>

ACOSTA, Adrián, *La experiencia de la universidad*, Campus Milenio, 14 de noviembre de 2014,

<http://www.campusmilenio.com.mx/index.php/template/opinion/estacion-de-paso/item/959-la-experiencia-de-la-universidad>

ALMOND, Gabriel y Verba, Sydney, *The civic culture, political attitudes and democracy in five nations*, Little, Brown and Company (Inc.), 1965.

ALTAMIRANO, Carlos *Términos críticos de sociología de la cultura*, Paidós. Buenos Aires, Argentina

BERGER, Peter y Luckmann, Thomas, *La construcción social de la realidad* Amorrortu editores, Buenos Aires, 2003

BOBBIO, Norberto, *Diccionario de política*, Siglo XXI, México, 1988, Tomo I

DE GARAY, Adrián, *Mis estudios y propuestas sobre los jóvenes universitarios mexicanos*, 2011, www.fundacionucol.org, PDF

DURAND, Víctor, *Formación cívica de los estudiantes de la UNAM*, UNAM-Miguel Ángel Porrúa, 2002

ESTRADA, Merco. *Participación política y actores colectivos*, Universidad Iberoamericana-Plaza y Valdés Editores, México, 1995

Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) 2008 y 2010

Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales 2003 y 2010

FANDIÑO, Yamith, “Los jóvenes hoy: enfoques, problemáticas y retos” en Revista Iberoamericana de Educación Superios (RIES), México, 2011, ISSUE-UNAM/Universitaria, vol. II, núm. 4,

<http://ries.universitaria.net/index.php/ries/article/view/42>

FEIXA, Carles, *El reloj de arena*, Cal y Arena, México, 1998

- GARCÍA, Carola, *República de telenovela. Medios, campañas y elecciones 2012*, Comunicación Política Editores, México, 2013
- GIMÉNEZ, Gilberto, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, México, Conaculta/ITESO, 2007
- GIMÉNEZ, Gilberto, *Teoría y análisis de la cultura*, Volumen I, CONACULTA, México, 2005
- GUEVARA, Gilberto, *La democracia en la calle. Crónica del movimiento estudiantil mexicano*, Siglo XXI, México, 1991
- GIDDENS, Anthony, *Un mundo desbocado*, Editorial Taurus, México, 2007.
- HABERMAS, Jürgen, *Historia de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, 2° edición, GG Mass Media, Editorial Gustavo Gili, 1962
- HELLER, Agnes, *Sociología de la vida cotidiana*, Ediciones península, 1977
- INEGI (Instituto Nacional de Geografía e Informática), *Censo de población y vivienda 2010*, México, 2010,
http://www.inegi.gob.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/poblacion/2010/princi_result/cpv2010_principales_resultadosII.pdf
- INGLEHART, Ronald, *Modernización y Posmodernización. El cambio cultural, económico y político en 43 sociedades*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo Veintiuno de España Editores, 2000
- MARTÍN Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Antrhopos Editorial, UAM Azcapotzalco, 2010
- MARTÍN, Manuel, *La producción social de comunicación*, Alianza Universidad Textos, Madrid, 1994,

NARRO, José, *Políticas de Juventud. Una propuesta para el México del siglo XXI*, Miguel Ángel Porrúa, 2012

OROZCO, Guillermo, *Televisión y Audiencias. Un enfoque cualitativo*, Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana, 1996

ORZA, Gustavo, *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*, La cruzía ediciones, Argentina, abril de 2002

PEÑA, Daniel, *Legisladores federales ante el escrutinio público mediático en México*, Tesis de Doctorado, FCPyS-UNAM, México, 2012

PIÑA, Manuel, *La cultura política en los estudiantes de la Universidad Autónoma Chapingo*, Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación, UNAM

SÁNCHEZ, Enrique, *Comunicación y democracia*, Instituto Federal Electoral, México, 2004

SILVERSTONE, Roger *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu editores, Buenos Aires, 1996

TEJERA, Héctor, *Antropología Política. Enfoques Contemporáneos*, INAH, Plaza y Valdés Editores, 2000

THOMPSON, John, *Ideología y cultura moderna. Teoría Crítica social en la era de la comunicación de masas*, 1° edición, UAM, México, 1993

TREJO, Raúl, *Televisión y educación para la ciudadanía*, Cal y Arena, México, 2009

VILLEGAS, Elia, *Los jóvenes y su participación política: el papel de los universitarios en una renovación política*,

www.filos.unam.mx/.../Los_jovenes_y_su_participacion_politica.pdf

WIKIPEDIA, búsqueda Acatlán,

http://es.wikipedia.org/wiki/Facultad_de_Estudios_Superiores_Acatlán

WINOCUR, Rosalía (coord.) *Culturas políticas a fin de siglo* Juan Pablos Editor, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. México, 1997

ANEXOS

OPERACIONALIZACIÓN

CONCEPTO	VARIABLE	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	INDICADOR	ITEMS
<p>Cultura Política</p> <p>Conjunto de conocimientos, creencias, opiniones y representaciones que configuran la concepción subjetiva del ciudadano respecto del universo de relaciones del ámbito político. Las manifestaciones sociales generadas por el sistema político, la forma en que éstas son incorporadas por cada individuo desde su contexto específico, su</p>	<p>1. Mediática (televisión)</p>				<p>¿Cuál de estos medios consultas en primer lugar para informarte sobre los temas que te interesan?</p> <p>a) Televisión b) Internet c) Radio d) Periódicos e) Otro _____</p> <p>¿Cuáles son los temas por los que consultas el medio de tu preferencia?</p> <p>Pregunta abierta</p> <p>¿Cuál medio crees</p>

<p>historial personal, el proceso y la apropiación con las diversas fuentes (familia, grupos pares, escuela, medios de comunicación, etc.) que lo rodean también contribuyen en la configuración de ésta.</p>					<p>que informa de manera menos completa lo que sucede en el país?</p> <p>a) Televisión b) Internet c) Radio d) Periódicos e) Otro _____</p> <p>¿Cuál medio crees que informa de manera más completa lo que sucede en el país?</p> <p>a) Televisión b) Internet c) Radio d) Periódicos e) Otro _____</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		1.1 Consumo	1.1.1 Frecuencia	<p>1.1.1.1 Días</p> <p>1.1.1.2 Tiempo</p> <p>1.1.1.3 Canales</p>	<p>¿Cuántos días a la semana ves televisión?</p> <p>a) 1-2 b) 3-4 c) 5-6 d) Diario</p> <p>¿Cuánto tiempo al día ves televisión?</p> <p>a) 30 min. O menos b) 1-2 hrs. c) 3-4 hrs. d) 4-5 hrs. e) 6 o más</p> <p>¿Qué canales de televisión ves?</p> <p>Pregunta abierta</p>
--	--	-------------	------------------	------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			<p>1.1.2 Tipo de servicios</p>	<p>1.1.2.1 Televisión abierta 1.1.2.2 Televisión de paga 1.1.2.3 Televisión por Internet</p>	<p>¿Por medio de que servicio ves televisión?</p> <p>a) Abierta b) De Paga c) Internet d) Otro ____</p>
			<p>1.1.3 Usos</p>	<p>1.1.3.1 Informarse 1.1.3.2 Entretenimiento 1.1.3.3 Acompañamiento</p>	<p>¿Cuál es el principal uso que le das a la televisión?</p> <p>a) Informarte b) Entretenimiento c) Acompañamiento d) Otro _____</p>

			1.1.4 Programas	1.1.4.1 Noticieros 1.1.4.2 De Opinión 1.1.4.3 Telenovelas 1.1.4.4 Deportes 1.1.4.5 Musicales 1.1.4.6 Reality Shows 1.1.4.7 Documentales 1.1.4.8 Películas 1.1.4.9 Series	¿Qué tipo de programas de televisión ves más? Enumera del 1 al 10 en orden de importancia (1 el más visto-10 el menos visto) , a) Noticieros__ b) De Opinión__ c) Telenovelas__ d) Deportes__ e) Musicales__ f) Reality Shows__ g) Documentales__ h) Películas__ i) Series__ j) Otros__
		1.2 Conocimiento	1.2.1 Instituciones	1.2.1.1 Gubernamentales	Menciona que conoces acerca de lo aprobado en la Reforma Política –Electoral del 2013 (pregunta abierta)

			1.2.2 Actantes políticos	1.2.2.1 Partidos Políticos 1.2.2.2 Presidencia de la República 1.2.2.3 Cámara de Diputados 1.2.2.4 Cámara de Senadores 1.2.2.5 Dirigentes de Partidos 1.2.2.6 Presidente de la República 1.2.2.7 Diputados Federales 1.2.2.8 Senadores	¿Cuál es el encargado de designar al Comisionado Presidente del Instituto Federal de Comunicaciones? a)Partidos Políticos b)Presidente de la República c)Cámara de Diputados d) Cámara de Senadores e) No sé ¿Cuál de los siguientes actores políticos consideras que es más mencionado en televisión? a)Partidos Políticos b)Presidencia de la República
--	--	--	--------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			1.2.3 Acontecer político del país	1.2.3.1 Asunto de relevancia nacional	<p>c)Cámara de Diputados d)Cámara de Senadores e)Dirigentes de Partidos f)Presidente de la República g)Diputados Federales h)Senadores i) Otro _____</p> <p>¿Cuál consideras que es el asunto político más relevante en México?</p> <p>Pregunta abierta</p> <p>Según la televisión ¿cuál es el asunto más relevante en México?</p> <p>Pregunta abierta</p>
--	--	--	-----------------------------------	---------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		1.3 Percepciones de la vida política del país desde la cotidianidad	1.3.1 Bienestar subjetivo con el sistema político	1.3.1.1 Satisfacción 1.3.1.2 Insatisfacción	<p>¿Qué tan satisfecho estás con tu vida?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Qué tan satisfecho está con el Gobierno de Enrique Peña Nieto?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Qué tanto consideras que los programas sociales del Gobierno te han ayudado a mejorar en tu vida diaria?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Qué tanto consideras que las decisiones del Gobierno te han perjudicado en tu vida diaria?</p> <p>1 2 3 4 5</p>
--	--	---------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------	------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

			1.3.2 Desarrollo económico	1.3.2.1 Mejoramiento 1.3.2.2 Empeoramiento	<p>¿Cómo calificas la situación económica actual del país?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Cómo calificas la situación económica del país en los últimos cinco años?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Cómo calificas tu situación económica familiar en los últimos cinco años?</p> <p>1 2 3 4 5</p>
--	--	--	----------------------------	-----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>1.4 Opiniones sobre la vida política del país</p>	<p>1.4.1 Instituciones Gubernamentales</p> <p>1.4.2 Partidos Políticos</p> <p>1.4.3 Acontecer político del país</p> <p>1.4.4 Programas de televisión</p>	<p>1.4.1.1 Credibilidad</p> <p>1.4.1.2 Confianza</p>	<p>¿Qué tanto confías en las Instituciones Gubernamentales?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Qué tanto confías en los partidos políticos?</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Qué tan relevante consideras el tema de ____? (Reformas)</p> <p>1 2 3 4 5</p> <p>¿Qué tanto confías en lo que aparece en los programas televisivos sobre asuntos políticos?</p> <p>1 2 3 4 5</p>
--	--	------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Semestre: _____ Sexo: _____ Edad: _____

1. ¿Cuál de estos medios consultas **en primer lugar** para informarte sobre los temas que te interesan?

- a) Televisión b) Internet c) Radio d) Periódicos e) Otro _____

2. ¿Cuáles son los **temas** por los que consultas el medio de tu preferencia? (Pregunta abierta)

3. Señala en qué el **lugar** y en qué **horario** consumes:

	Casa	Escuela	Trabajo	Otro (especifica)
Televisión				
Internet				

4. ¿Cuál medio crees que informa de manera **menos completa** lo que sucede en el país?

- a) Televisión b) Internet c) Radio d) Periódicos e) Otro _____

5. ¿Cuál medio crees que informa de manera **más completa** lo que sucede en el país?

- a) Televisión b) Internet c) Radio d) Periódicos e) Otro _____

6. ¿Cuántos **días** a la semana ves televisión?

- a) 1-2 b) 3-4 c) 5-6 d) Diario

7. ¿Cuánto **tiempo** al día ves televisión?

- a) 30 min. o menos b) 1-2 hrs. c) 3-4 hrs. d) 4-5 hrs. e) 6 hrs. o más

8. ¿Por medio de que **servicio** ves televisión?

- a) Abierta b) De Paga c) Internet d) Otro _____

9. ¿Qué **canales** de televisión ves? (Pregunta abierta)

10. ¿Cuál es el **principal aspecto que cubres** con la televisión?

- a) Informarte b) Entretenimiento c) Acompañamiento d) Otro _____

11. ¿Qué tipo de programas de televisión ves más? Enumera del **1** al **10** en orden de importancia (1 el más visto- 10 el menos visto)

- a) Noticiarios ____
- b) De Opinión ____
- c) Telenovelas ____
- d) Deportes ____
- e) Musicales ____
- f) *Reality Shows* ____
- g) Documentales ____
- h) Películas ____
- i) Series ____
- j) Otros ____ (especifica) _____

12. Menciona que conoces acerca de lo aprobado en la **Reforma Político-Electoral del 2013** (pregunta abierta)

13. ¿Cuál es el encargado de designar al Comisionado Presidente del **Instituto Federal de Telecomunicaciones**?

- a) Partidos Políticos
- b) Presidente de la República
- c) Cámara de Diputados
- d) Cámara de Senadores
- e) No sé

14. ¿Cuál de los siguientes **actores políticos** consideras que es **más mencionado** en televisión?

- a) Partidos Políticos
- b) Presidencia de la República
- c) Cámara de Diputados
- d) Cámara de Senadores
- e) Dirigentes de Partidos
- f) Presidente de la República
- g) Diputados Federales
- h) Senadores
- i) Otro _____

15. ¿Cuál consideras que es el asunto **político más relevante** en México? (Pregunta abierta)

16. Según la televisión ¿cuál es el asunto **político más relevante** en México? (Pregunta abierta)

17. ¿Cuál de las siguientes opciones consideras que es una forma de **participación política**?

- a) Votar en las elecciones
- b) Quejarse ante las autoridades
- c) Asistir a manifestaciones
- d) Pertener a una organización civil.
- e) Otra _____

Instrucciones: Las siguientes preguntas son de valoración deberás tomar en cuenta que **1** es la opción menor valor y **5** la de mayor valor. Por favor coloca una “x” en la columna del número que consideres más cerca a tu opinión.

		1	2	3	4	5
18. ¿Qué tan satisfecho estás con tu vida?		Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
19. ¿Qué tan satisfecho está con el Gobierno de Enrique Peña Nieto?		Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
20. ¿Qué tanto consideras que los programas sociales del Gobierno te han ayudado a mejorar en tu vida diaria?		Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
21. ¿Qué tanto consideras que las decisiones del Gobierno te han perjudicado en tu vida diaria?		Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
22. ¿Cómo calificas la situación económica actual del país?		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
23. ¿Cómo calificas la situación económica del país en los últimos cinco años?		Muy malo	Malo	Regular	Buena	Muy bueno
24. ¿Cómo calificas tu situación económica familiar en los últimos cinco años?		Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena
25. ¿Qué tanto confías en las Instituciones Gubernamentales?		Nada	Casi Nada	Poco	Algo	Mucho
26. ¿Qué tanto confías en los partidos políticos?		Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
27. ¿Qué tan relevante consideras el tema de __?	Reforma Política	Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
	Reforma Energética	Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
	Reforma Educativa	Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
	Reforma Fiscal	Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
	Reforma en Telecomunicaciones	Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho
28. ¿Qué tanto confías en lo que aparece en los programas televisivos sobre asuntos políticos?		Nada	Casi nada	Poco	Algo	Mucho

29. ¿Consideras que la televisión contribuye a la democracia?

a) Sí

b) No

¿Por qué? _____

**PLANES DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN
FES ACATLÁN**

Plan de estudios 99

Primer semestre

Teoría social I
Epistemología de la Comunicación I
Computación para Comunicadores
Redacción
Historia Mundial del Siglo XX

Segundo semestre

Teoría Social II
Epistemología de la Comunicación II
Estadística Aplicada
Nota Informativa
Historia Latinoamericana del Siglo XX

Tercer semestre

Teoría de la Comunicación I
Investigación en Comunicación I
Legislación de la Comunicación en México
Entrevista
Sociedad y Política del México Actual

Cuarto semestre

Teoría de la Comunicación II
Investigación en Comunicación II
Semiótica
Reportaje
Estructura y Desarrollo de los Medios I

Quinto semestre

Teoría de la Comunicación III
Investigación en Comunicación III
Psicología I
Producción Radiofónica
Estructura y Desarrollo de los Medios II

Sexto semestre

Teoría de las Organizaciones
Investigación en Comunicación IV
Psicología II
Producción Televisiva
Sociedad, Arte y Cultura

Preespecialidades

Comunicación organizacional

Séptimo semestre

Seminario de Comunicación Institucional

Auditoría Comunicativa

Seminario de Teoría de las Organizaciones

Computación Aplicada a la Comunicación Organizacional

Ética del Comunicador

Octavo semestre

Seminario de Titulación I

Comportamiento Organizacional

Taller de Comunicación Organizacional

Seminario de Publicidad y Mercadotecnia

Optativa

Noveno semestre

Prácticas Profesionales en Comunicación Organizacional

Seminario de Imagen Corporativa

Administración de Proyectos de Comunicación Organizacional

Optativa

Optativa

Investigación y docencia

Séptimo semestre

Ética del Comunicador

Teoría Pedagógica

Enseñanza e Investigación en Comunicación en México y América Latina

Computación Aplicada a la Investigación

Elaboración de Materiales Científicos

Octavo semestre

Seminario de Titulación I

Investigación Aplicada I

Seminario de Planes y Programas de Estudio

Seminario de Trabajo Áulico

Optativa

Noveno semestre

Investigación Aplicada II

Taller de Comunicación Educativa

Prácticas Profesionales en Investigación y Docencia

Optativa

Optativa

Medios electrónicos

Séptimo semestre

Ética del Comunicador

Seminario de Lenguajes Audiovisuales

Medios Electrónicos para la Educación
Administración de Proyectos en Medios Electrónicos
Taller de Guión I

Octavo semestre
Seminario de Titulación I
Producción Radiofónica Especializada
Taller de Guión II
Seminario de Tecnología de los Medios Electrónicos
Optativa

Noveno semestre
Producción Televisiva Especializada
Producción de Multimedia
Prácticas Profesionales en Medios Electrónicos
Optativa
Optativa

Periodismo escrito
Séptimo semestre
Ética del Comunicador
Periodismo y Literatura
Seminario de la Prensa Actual en México
Edición Periodística I
Crítica, Artículo y Editorial

Octavo semestre
Seminario de Titulación I
Edición Periodística II
Crónica, Columna y Ensayo
Instituciones de Información
Optativa

Noveno semestre
Administración de Proyectos Editoriales
Seminario de Periodismo Especializado
Prácticas Profesionales en Periodismo Escrito
Optativa
Optativa

Optativas
Cibernética, Nuevas Tecnologías y Comunicación
Comunicaciones Internas
Investigación en Comunicación Alternativa
Lenguaje Cinematográfico
Literatura Latinoamericana Contemporánea
Seminario de Cultura de Masas
Seminario de Titulación II
Taller de Análisis de Imágenes en Movimiento
Taller de Formación de Instructores para la Capacitación

Taller de Fotografía y Composición de Imágenes Fijas
Técnicas de Cine Documental
Técnicas de Elaboración de Audiovisuales

Plan de estudios 2012

Primer semestre

Desarrollo del pensamiento crítico
Sociedad, economía y política del México actual
Competencias comunicativas
Información en la web y presentaciones multimedia
Bases teóricas de la comunicación
Inglés para comunicadores I

Segundo semestre

Investigación Documental
Desarrollo y legislación de los medios de comunicación I
Géneros periodísticos I
Aplicaciones estadísticas para la investigación en comunicación
Historia mundial contemporánea
Inglés para comunicadores II

Tercer semestre

Investigación cuantitativa
Desarrollo y legislación de los medios de comunicación II
Géneros periodísticos II
Mundialización y globalización
Teoría social
Inglés para comunicadores III

Cuarto semestre

Investigación cualitativa
Psicología de la comunicación
Géneros periodísticos III
Fotografía y diseño editorial por computadora
Interacción comunicativa
Inglés para comunicadores IV

Quinto semestre

Semiótica
Taller de Guión I
Producción radiofónica
Edición digital de audio
Teoría de la expresión
Inglés para comunicadores V

Sexto semestre
Estudios de recepción
Taller de guión II
Producción televisiva
Edición digital de video
Teorías contemporáneas de la comunicación
Inglés para comunicadores VI

Campos de formación profesional
Periodismo
Séptimo semestre
Investigación periodística
Periodismo especializado
Géneros de opinión I
Diseño y edición digital de publicaciones periodísticas
Comunicación social y agencias informativas

Octavo semestre
Proyectos editoriales
Gestión de empresas periodísticas
Géneros de opinión II
Periodismo en medios electrónicos
Periodismo en línea

Comunicación multimedia y cultura
Séptimo semestre
Producción multimedia
Guión audiovisual: creación y crítica
Radio especializada
Cine y literatura
Comunicación digital y virtual

Octavo semestre
Diseño de proyectos en tecnologías de la información
Televisión especializada
Periodismo digital
Periodismo y literatura
Arte y comunicación

Comunicación política y ciudadanía
Séptimo semestre
Comunicación política
Opinión pública
Ética y derechos humanos
Geopolítica y economía
Sociología de los derechos humanos

Octavo semestre
Comunicación para el desarrollo
Derechos de grupos vulnerables

Derechos políticos y participación ciudadana
Poder político y medios
Libertad de expresión y acceso a la información

Investigación y comunicación educativa
Séptimo semestre
Investigación en comunicación y educación I
Asesoría en comunicación
Investigación social avanzada
Diseños curriculares
Psicopedagogía

Octavo semestre
Investigación en comunicación y educación II
Comunicación y tecnologías educativas
Procesos didácticos
Comunicación educativa
Comunicación intercultural

Comunicación organizacional
Séptimo semestre
Campañas de comunicación
Comunicación e imagen corporativa
Auditoría en comunicación
Comportamiento organizacional
Teoría de la comunicación organizacional

Octavo semestre
Estrategias de marketing
Publicidad
Investigación de mercados y audiencias
Mercadotecnia y relaciones públicas
Teoría de la comunicación persuasiva

Optativas de noveno semestre
Nuevas prácticas periodísticas
Gestión de políticas públicas
Corrección de estilo
Creatividad y diseño publicitario
Liderazgo y formación de equipos
Consultoría en comunicación
Posmodernidad y literatura
Narrativa universal contemporánea
Fronteras genéricas. Intertextos narrativos
Ecología y comunicación
Lenguaje y discriminación
Comunicación e imagen en las organizaciones
Escenarios para la comunicación
Diseño instruccional
Aprendizaje a distancia