

Dr. José Manuel Vázquez Godina.

M.P.P. Víctor Néstor Aguirre Sotelo.

Alumnos*¹

INTRODUCCIÓN

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS VOTANTES.

La influencia de los medios de comunicación en las votaciones del 2012 en los jóvenes del área metropolitana de Monterrey es un trabajo de investigación cualitativa que tienen como objetivo principal el conocer y analizar la opinión de líderes políticos y de opinión pública sobre el comportamiento que tuvieron los medios de comunicación, principalmente la tv sobre los jóvenes.

Partiendo de la idea, que el impacto que han tenido los medios visuales de comunicación en el comportamiento y aprendizaje de los jóvenes de sociedad de consumo, en la era de las nuevas tecnologías, es válido investigar y analizar el por qué de la actitud de este estrato de la sociedad del área metropolitana de Monterrey Nuevo León responden ante las votaciones del 2012, de acuerdo a la opinión de líderes políticos y de opinión de nuestra localidad.

Es importante resaltar que hoy en día resulta inevitable el contacto con la tecnología y los medios de comunicación, entre ellos la televisión, y aunque aparentemente parece inofensivo, causa cierta curiosidad como este medio influye en las decisiones de los televidentes y sobre todo en una región como la de Nuevo León, especialmente en el área metropolitana donde predominan solamente televisa, tv azteca y multimedios.

Como lo menciona Sánchez (2006) en su estudio que el análisis de los medios de comunicación masiva se convierte en una herramienta privilegiada para entender, por un lado, el papel que juega el proceso democrático como poderes no electos ni sometidos a un sistema de rendición de cuentas, pero con capacidad suficiente para impulsar o bloquear políticas institucionales y actuaciones legislativas y, por otro, el peso de los efectos de las tradiciones autoritarias del país, asentadas en la opacidad y el secretismo, que han dado lugar a su constitución como poderes fácticos, cuya fortaleza es producto de décadas de

Gracias a la colaboración de la alumna Yareli Machado Padilla de la carrera de Ciencias Políticas y Administración Pública de la UANL, y de la LCP. Stephanie Elizondo Albarrán, y a Daniel Hernández Tobías estudiante de primer semestre de la carrera de Ciencias Políticas de la UANL.

o al amparo de un sistema corporativo, clientelar

Estas empresas televisoras son las se comparten el publico del área metropolitana y quienes se encuentran bajo la influencia de consumo de lo que brindan estos medios, a pesar del desarrollo de las tecnologías, y que en cada uno de los hogares nos podemos encontrar aparatos como el televisor, la radio o la computadora, entre sus utensilios para mantenerse informado de todo fenómeno político que acontece en el ámbito local, regional, nacional e internacional, la tv sigue siendo el medio de comunicación preferido por la sociedad.

De esta forma nos damos cuenta que la televisión ha jugado un papel muy importante en las últimas generaciones ya que se ha convertido en el medio a través del cual los ciudadanos se mantienen informados y al mismo tiempo se encarga de socializar políticamente a los receptores durante el tiempo que se la pasan al frente del televisor.

En los últimos años la televisión se ha convertido el medio por el cual los jóvenes obtienen sus primeros conocimientos de la política, esto debido a que no solamente informan, sino, que en sus primeras etapas de aprendizaje político, la tv va provocando cierta percepción del joven, ocasionando en él un comportamiento de curiosidad y aprendizaje político, ya que para muchos de ellos es la primera vez que votan en un proceso electoral, como lo menciona el estudio de Mitofsky realizado en el 2012.

Tomando en consideración que los procesos de comunicación de comunicación representan la forma de comunicación social contemporáneos . ya sean los convencionales medios masivos o transformados cibermedios-, hay muchos especialistas que, como Holbert (2005), interpretan que la cuestión central para esta disciplina emergente es el modo en que los citados medios de comunicación ayudan a los ciudadanos a convertirse en votantes mejores informados (o no).

Por tal razón en este estudio buscamos descubrir que entre los grupos más expuestos se encuentran los jóvenes ya de acuerdo a los estudios que se han realizado por psicólogos como es caso de Yarce (1995), que nos dice que nadie escapa de la influencia de la televisión, debido a que es en esta edad en la cual ellos no distinguen las intenciones que tienen los mensajes que reciben a través de los medios de comunicación, principalmente la televisión.

Podemos observar que durante la época del proselitismo político las información de los partidos políticos y los candidatos se recibían en todo momento ya que muchas de las veces los mensajes políticos fueron recibidos durante

así como en los eventos deportivos; debido a que ocupan estos espacios para llegar a los receptores y poder influir en las toma de decisiones políticas.

Las decisiones de los jóvenes para los candidatos a un puesto de elección popular es muy importante, para lo cual las campañas políticas buscan obtener un impacto en los jóvenes, para lo cual utilizan como medio principal la tv debido a la mayoría de los votantes van entre los 18-25 años de edad por tal razón se aprovechan los espacios que se les otorga la ley electoral para que los candidatos puedan ofrecer su oferta política.

En cada uno de los procesos de campaña, los medios de comunicación se convierten en puntos estratégicos para que los partidos políticos puedan hacer llegar a la sociedad su oferta política, y frecuentemente escuchamos durante este tiempo de proselitismo la importancia que tiene la televisión en la formación ideológica de la sociedad, principalmente en aquellas persona que inicia su vida política, como es el caso de los jóvenes que van iniciando su vida política y que tienen muchas dudas el por quién votar, como sucede en el caso de Nuevo León en el cual la oferta de los medios se presenta principalmente en tres cadenas de televisión y que en su barra de programación no cuentan con programas de carácter político durante la semana y los fines de semana como es el caso de tribuna tv se trasmite los domingos a la diez de la mañana que lo sigue un grupo de clientes cautivos.

Al tener poco o nada de programas de carácter político en los canales de televisión local, los conocimientos o el análisis de la política solamente los vamos a ver en los espacio de los noticieros que se transmiten durante la semana, de esta manera podemos ver que los medios de comunicación en los últimos años ha tenido un gran auge, principalmente la tv que durante las campañas los candidatos utilizan todos los espacios y ellos se convierten en uno de los actores de la televisión, como sucedió en el caso de Nuevo León en el cual los candidatos a la presidencia municipal de Monterrey se presentaban a todo tipo de programa de televisión desde carácter social, cultural y hasta deportivo, y como nos menciona Moragas (1985), esta es una de las formas mediante las cuales los candidatos se pueden presentar de forma general y no a un público en específico.

Para el caso del proceso de comunicación que hay entre la televisión y sus receptores, podemos observar que para ellos no importa la clase social a la que se pertenece, sino, que la información llegue a todos los rincones de la sociedad, por lo cual ninguno está al margen de esta información que proporcionan la televisión, ya que su papel es comunicar, sin embargo en los últimos años se ha metido a un espacio polémico debido al involucramiento que ha tenido en la política local,

en el caso de particular del país y del estado las lo a que los espacios que se proporcionan a los partidos sea mas equitativo.

Sin embargo la comunicación que hay entre el emisor y el receptor, el que juega un papel determinante al momento de la comunicación son líderes de opinión que aparecen en nuestra localidad ya que como menciona Durandin (1983), que cuando un emisor miente, podemos estar seguro de que su fin es ejercer una influencia, pero cuando dice la verdad, no se puede se puede saber a priori si es desinteresado o no, quizá pretenda informarnos objetivamente, pero al momento de ofrecernos sus puntos de vista, existe un interés de por medio en el cual el conductor de la noticia desea que se adopte una conducta que él desea.

Para autores como Durandin (1983), los medios masivos de comunicación pueden engañar a la sociedad, ya que se encuentran mal informada, pero hoy en día podemos imaginar que esto es imposible ya que los individuos tienen acceso a la información, que la adquieren a través de la televisión o bien de las redes sociales como el Twiter y el Facebook, pero a pesar de todos estos avances en la tecnología de la información y el acceso que tienen los jóvenes a ellos, todavía hasta la fecha la tv continua siendo el medio de mayor influencia para los jóvenes

Los líderes de opinión pública mucha de las veces son los encargados de privar al interlocutor de una información y si es posible, en no dejarle esta creencia, es lo que Durandin (1983) llama como ~~omisión~~ omisión+, sin considerarlo como una mentira en el sentido estricto de la palabra, debido a que no se dice nada falso, a pesar de que lo que emiten es importante para el público que se encuentra como receptor. La omisión por parte de los interlocutores viene siendo para otros la mejor forma de mentir, sin embargo hoy en día la conocemos como autocensura, ya que el interlocutor decide lo que va anunciar en las noticias y que no.

En el caso particular de Nuevo León, la televisión se ha convertido en un medio hegemónico en el cual el encargado de trasmitir la noticia ya sea en al mañana, en la tarde o en la noche, se convierte un personaje importante para la sociedad que lo ve, por lo cual es el causante en buen medida de la transformación ideológica de la sociedad, ya una de las formas por las cuales se adquiere una socialización política es a través de los medios de comunicación y principalmente la televisión.

Para muchos autores como González (1985), la comunicación es la parte más difícil de clasificar por lo que es más difícil de comunicación para el prójimo, está (comunicación) es la parte fundamental para distribuir el mensaje de los

datos a elección popular y el medio que se utiliza en uno de estos mensajes es la televisión, esto debido a la gran cantidad de televidentes y los espacios geográficos que abarca, de tal manera que para un candidato es preferible acudir a un programa de televisión que a una colonia.

Para el caso de nuestro estudio, podemos observar que los partidos políticos utilizan la televisión como principal medio para que los ciudadanos y principalmente los jóvenes conozcan la oferta política y que puedan votar por ellos al momento de un proceso electoral, por tal razón veíamos a los candidatos en programas de mayor audiencia.

La comunicación entre el emisor y el receptor de acuerdo a Schramm (2006), posee tres características principales que son: espacio-tiempo en el cual la televisión actúa de forma combinada, ella posee cierta efectividad en cuanto a la percepción y memorización del mensaje, la segunda característica es la participación, ya que entre mayores sean los participantes, mayor es la influencia de los consumidores, y la tercera característica es la rapidez, la televisión y la radio son los medios más rápidos, estos medios someten al receptor a un bombardeo de mensajes.

La televisión ejerce gran atractivo y ha desplazado en cuanto a preferencia del público a los demás medios. La televisión pone en juego varias motivaciones que son aprovechadas por quienes lo utilizan para la venta de productos, así como la implementación de ideas políticas o sociales. El público prefiere a la televisión para conocer los acontecimientos políticos y en cuanto a las personas no necesitan tener una determinada edad para ver la televisión, sin embargo los más propensos a ser influenciados por este medio son los jóvenes.

Pero para Ajerbe (2006), la influencia que la televisión puede tener en los jóvenes, debe entenderse mediada por los contextos culturales próximos. Así es preciso avanzar desde una visión lineal (televisión-espectador) en la que se otorga un enorme poder a la televisión hacia una visión más contextualizada, mediada (televisión-contexto-espectador) y, en definitiva, sistémica.

Por tal razón el mensaje de la tv durante las campañas políticas va dirigido a un grupo de ciudadanos que en su mayoría son jóvenes ya que de acuerdo a un estudio realizado por Consulta Mitofsky (2012) nos dice que la edad promedio en la cual los ciudadanos acuden a votar por primera vez es a los 20 años, ya que surge la inquietud de su primera vez y las ganas de sentir una emoción al llegar a una casilla y votar por uno de los candidatos.

os realizado por Muñiz (2011), menciona que los resto de los medios de información periodística con atención creciente al espacio de internet, seleccionan noticias y discursos y los enmarcan bajos unos y otros aspectos restrictivos, resulten cruciales para comprender después las mayores o menores oportunidades de éxito de unas propuestas frente a otras en el mercado democrático de las ofertas y demandas.

Es importante el conocer la forma mediante la cual las noticias de los fenómenos políticos llegan a los televidentes, para lo cual los medios de comunicación son elegidos según la teoría de la disonancia cognoscitiva. Líderes de opinión: quienes tienen influencia en las personas al momento de decidir el voto, ya que de acuerdo a un estudio realizado por el estado de Nuevo León contamos hasta el día de hoy con un total de 30 mil ninis entre 16 y 19 años de edad.

Por lo que Orozco (2001), menciona que la cultura actual tiene mucho que ver con la televisión, pues los acontecimientos del entorno se apoyan en los elementos que este medio de distracción, información y entretenimiento aporta, además de que se comporta como un referente común y un foro en el cual las audiencias negocian eventos sociales y asuntos de interés.

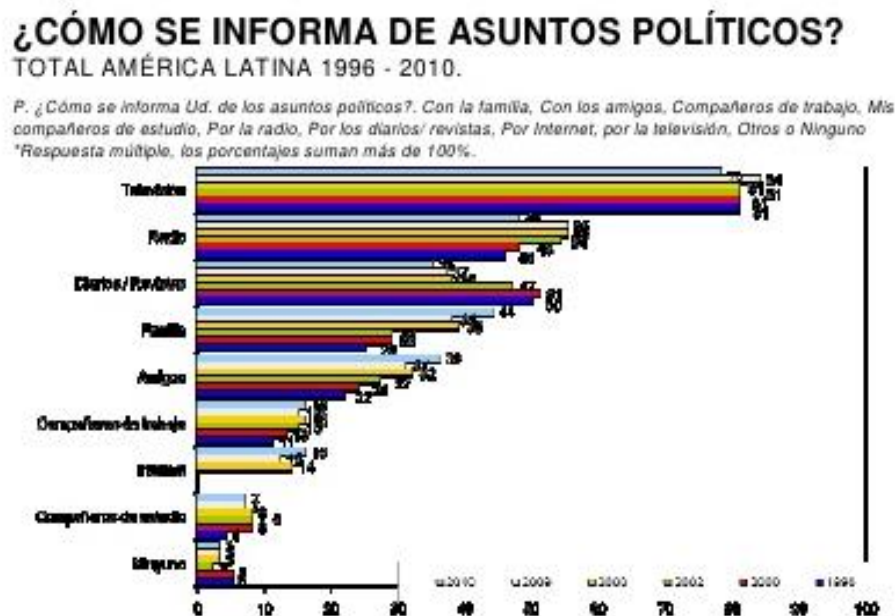
Durante las campañas electorales, los partidos políticos aconsejados con los asesores de campaña, eligen los mensajes y el estrato social al que va dirigido para lo cual Jensen (1992), en su estudio sobre %significados múltiples de la política televisada+, halló que los procesos políticos suelen conducirse cada vez a partir de los medios masivos, y que la participación popular depende en mayor medida de una alfabetización funcional en la que se incluyen las habilidades de comprensión y crítica.

Sin embargo Rodríguez (2006), menciona que los medios influyen mucho, pero el voto de los ciudadanos está determinado por muchos factores, entre ellos la exposición a los medios, pero no es el único y no tenemos elementos para asegurar que sea el fundamental. A pesar de sus sustentos lo que si podemos asegurar es que en los últimos años, los candidatos a elección popular han utilizado los medios de comunicación y principalmente la tv para hacer llegar a todos los hogares del ciudad sus propuestas políticas.

Los resultados positivos o negativos de la influencia de la tv a los jóvenes lo podemos tener al finalizar el proceso electora, para lo cual la recepción es el proceso anterior y posterior al momento de estar expuesto a la televisión (Orozco, 1992), no sólo es recibir, es una interacción siempre medida por diversas fuentes y contextos materiales, cognitivos y emocionales presentes en este proceso

apropiaciones. Es un consumo cultural a partir de la (), las identidades se forjan y se van delineando hacia formas de accion.

De acuerdo a los estudios realizados en América Latina de 1996-2010 por parametría, podemos asegurar que cerca del 90% de los ciudadanos encuestados mencionaron sus preferencias por la tv como el medio de comunicación para obtener información de los asuntos políticos, como lo demuestra la siguiente tabla, en la pregunta ¿cómo se informa de asuntos políticos?.



Fuente parametria (2011).

De esta forma podemos realizar una comparación entre este estudio y lo que pasa en particular en el área metropolitana de Monterrey principalmente con la manera de obtener la información de los asuntos políticos de localidad.

LA TV, COMO MEDIO DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA.

Para la socialización política de los ciudadanos es muy importante la comunicación que se recibe tanto de los medios de comunicación, como los padres, los amigos y los maestros de la escuela, de esta manera Sears y Valentino (1985), nos mencionan que una campaña política *“cristaliza”* las actitudes y predisposiciones en lo político de niños y adolescentes, en la medida en

los políticos de los medios y se enriquece con la

Una de las partes importantes para el desarrollo de la democracia en un país, es necesario la participación política de sus ciudadanos, y en este punto es importante la tarea que tienen los medios de comunicación, principalmente la televisión para lo cual Gunter y Mc Aleer (1997), mencionan que el conocimiento sobre la política se relaciona con el uso de los medios masivos y, especialmente, con el consumo de noticias y de temas actuales. Esta influencia rebasa el plano de medios tradicionales, de aquí surge la participación política de los ciudadanos.

La participación política de los ciudadanos, principalmente los jóvenes, depende en gran medida de la influencia de la tv, esto debido a que la gran mayoría de ellos han sido educados por este medio, para los jóvenes la recepción tiene implicaciones políticas, es un proceso que involucra la conformación de actitudes, conocimientos y percepciones acerca de la política, posicionándose sobre la estructura de esta. Se podría hablar, por tanto, de un empoderamiento gracias a la información que proporciona la información televisada o, como plantea Buckingham (2000), de percepciones negativas que conducen a actitudes como cinismo, apatía, desconfianza.

Esta participación política de los jóvenes en los últimos lustros, es a consecuencia de una socialización política la cual forma parte del proceso mediante el cual los individuos hacen suya la cultura política de la sociedad. Esta socialización política no es otra cosa que un proceso de aprendizaje de los valores y las expectativas de conducta que dichos valores inspiran, es decir de los roles políticos que corresponden a tales valores.

En un Estado moderno neoliberal, la participación política de los ciudadanos es importante para el desarrollo de la democracia y el buen funcionamiento del aparato administrativo del Estado, para lo que nos menciona Rojano (2006) que una gran parte de la acción política en los países democráticos, tanto en Europa como en América Latina se juega en los medios de comunicación, ya que ellos han tenido la función de educar a las generaciones de los últimos veinte años.

De acuerdo a Eseinou (1995), los medios de comunicación dentro de la esfera ideológica de la sociedad mexicana, no solo ha representado la radical transformación del interior de la estructura de nuestra sociedad civil sino que el fenómeno más relevante que se ha producido, es la creación de una nueva dimensión ideológica del Estado nacional, para que los jóvenes que no pertenecen a un partido político en especial, puedan tener la información necesaria al momento de elegir a sus representantes políticos.

En esta últimas dos décadas, los foros televisivos, como los programas de opinión pública han remplazado la relación directa entre el ciudadano y sus representantes, cierto que se han convertido en el principal intermediario por el cual los políticos dirigen sus mensajes, propuestas al electorado pero a la vez a sus contrincantes les hacen saber sus manifestaciones y denuncias (Rojano, 2004).

De acuerdo a lo que señala Trejo (2004), en las democracias occidentales se practica una democracia para los medios, debido a que ellos se han convertido en el enlace entre los rigén o buscan regir los asuntos públicos de un estado moderno de carácter neoliberal, que utilizan a la tv como intermediario para hacer llegar los mensajes de su campaña a los electores que en su mayoría son jóvenes.

Estos ciudadanos que en su mayoría son jóvenes, los cuales han sido socializados políticamente por los medios de comunicación, principalmente la tv, son individuos con poco conocimiento y poca habilidad para reconocer errores y distorsiones en la información a la que se exponen; y tienen poca base sobre la que construir juicios respecto a la política. Por esta razón, deberían ser altamente receptivos a los contenidos de los medios, y por el contrario, los individuos con conocimiento político están mejor equipados para contrarrestar la información nueva que aparece en los medios. Así como lo menciona Murillo (2005), que la influencia del marketing político sobre la democracia acontece a través de su afectación en el ámbito de la comunicación política.

Por otra parte Dader (2009), nos menciona que estas sociedades de democracia centrada en los medios o *mediocracia*, como lo califican autores como Swanson (1995), Dansbach (1995), hay abundantes relaciones entre dirigentes políticos, instituciones, ciudadanos, y hasta los propios grupos mediáticos que sólo no afloran en la representación mediática de la política sino que discurren al margen o tienen capacidad para condicionar o reconducir la propia forma de intervenir ya que tienen capacidad de influencia en la propia sociedad.

MÉTODO

Para el estudio de la influencia de los medios de comunicación en los jóvenes del área metropolitana de Monterrey en las elecciones del 2012, se ha utilizado el método cualitativo, y como herramienta las entrevistas a profundidad a líderes políticos y de los medios de comunicación e intelectuales de la localidad. Es este estudio se llevo de una manera equitativa, ya que entrevistaron a líderes

visión que predominan en la localidad, así como dominantes en las últimas décadas. Para realizar el análisis de las respuestas se utilizó el programa N-vivo.

De acuerdo a la pregunta de ¿Cómo influyen los medios masivos de comunicación en la conformación de la cultura política de los ciudadanos?. Las respuesta fueron:

Para José Alfredo Bernal dirigente estatal del Partido Acción Nacional (PAN), menciona que los medios masivos tienen una influencia y un impacto directo en las decisiones políticas lo vemos más en un país como el nuestro que continúa una transición hacia un espíritu de estar no estar bien unidos en democracia, es altamente influenciable lo que los medios hacen o dicen en sus plataformas.

Mientras que para María Julia la Fuente una de las líderes de opinión de nuestra localidad, dice: Yo digo que es muy fuerte, muy fuerte, nosotros, te voy a platicar para que más o menos tu le pongas, es muy tensiónate las elecciones y el medio de comunicación al aire en esto, influye mucho pero al televidente ya no se le engaña tan fácilmente, el televidente ya no es aquel que nada mas miraba escuchaba, pero no hablaba ahora participa, hoy señala, hoy exige y el medio de comunicación tenemos que estar muy atentos, esto viene siendo como un poder el medio de comunicación ya no es el cuarto poder es mucho mas, a lo mejor será el segundo, tercer o primero bueno no primero no, pero si el segundo ya no es el cuarto poder, porque nos tenemos que cuidar mucho nunca se nos olvida lo que paso en la administración panista, de no me pidas el año que no recuerdo, pero era el de Adalberto Madero con el Arquitecto Abel Guerra habíamos dicho a las cuatro a las siete de la noche que había ganado Abel Guerra la alcaldía de Monterrey y entonces cuál fue nuestra sorpresa nos enlazamos al comité de campaña y estaba bailando Abel Guerra con sus hijos estaba feliz de la vida y a los veinte minutos tuvimos que decir lo que era había ganado Adalberto Madero se nos quedo la cara, le apostábamos a Abel Guerra y se nos quedo la cara cuando el conteo de la comisión estatal y el IFE nos dijeron esto lo gano el señor Adalberto Madero no lo podíamos creer, pero no podíamos tapar el sol con un dedo entonces pues nos compusimos la cara, la expresión y tuvimos que decir este fue el que gano, porque ya la gente te exige, te señala, te dice el conteo, lo señala que triunfo Adalberto Madero, si influye mucho, nosotros, pero ya le damos un abanico de candidatos y le señalamos a cada uno los pros y los contras, y luego le decimos al auditorio usted tiene la última palabra, usted lo único que queremos es erradicar el cáncer de no ir a votar, ese es la pero enfermedad en las elecciones que la gente se abstenga, lo peor que le puede pasar al medio de comunicación como a la política es que la gente no acuda a las urnas, que sea



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

... como de siempre+, si podemos decir que muchas cosas se van liderando y se va haciendo un país mucho mejor ya no estamos como la época de Vicente Fox ya no estamos como con Carlos Salinas de Gortari, ni Ernesto Cerdillo no se diga con Miguel de la Madrid, o con López Portillo no, vamos haciendo las cosas mucho mejor, mira te voy a poner un ejemplo, jamás se había visto la apertura del medio de comunicación la libertad que le dio el gobierno federal al medio de comunicación ahora que se vino Elba Esther Gordillo, la explosión de la torre de Pemex y el caso de Florence Cassez hasta donde se metió la cámara y el micrófono y el reportero o el conductor para tener, no nomás la exclusiva al público que fue una burla de Florence Cassez que exhibida nos dimos que impunidad que a lo que tú quieras pero nos metimos pero antes no podíamos hacerlo, lo de la torre de Pemex, murillo cara y el secretario de gobernación Osorio Chong, adelante a ver el desmadre que causó la fuga de gas y el funcionario se puso así como murillo cara, jamás lo habíamos visto en un pódium dijo % que pregunten lo que quieran aquí estoy para responder+ cuando se había visto eso cuando hacían tras bambalinas, o te decían te mando después un comunicado, cuando se había visto eso, se hizo en el preciso momento y el director de Pemex que andaba en hacia le dijo % usted se viene y enfrenta su situación inmediatamente orden presidencial+, cuando lo tuvimos con Felipe Calderón lo tuvimos con Peña Nieto y estamos viendo otro sexenio muy abierto, muy pase, chequen, vean, analicen, y expongan al público, eso nunca lo habíamos visto y con Felipe Calderón también vimos el dolor, lo vimos como un ser humano tan vulnerable, como cualquiera de nosotros como tú y como yo en situaciones que se dieron como la muerte que se dieron, la muerte de sus integrantes del gabinete unos por enfermedad dos por el accidente, dos por acá, pero veíamos un presidente, que jamás, habíamos visto un presidente no caído, sino golpeado tan fuerte, ahorita estamos viendo un Peña Nieto con muchos, volvió después de 70 u 80 años el tricolor a los pinos si pero estamos viendo otra situación muy pero muy abierta+.

Por su parte el Dr. José María Infante, investigador y catedrático de la UANL, comenta que % Bueno aquí, ese es otro de los temas hay muchos sobre todo ciertos sectores que satanizan los medios de comunicación y hay otros ingenuos que dicen que no tiene nada que ver por supuesto es un tema complejo, los medios de comunicación tienen un papel importante desde cierta perspectiva, también yo tengo claro otra vez es un círculo vicioso la gente ve lo que quiere ver, sabemos hay medios de comunicación que han presentado cierto tipos de programas y no solamente político si no telenovelas etcõ con una intención de tener éxito y fueron un fracaso total y en el caso de la política también y eso lo sabemos desde hace mucho tiempo por distintas razones en un tema que primero es decir los programas específicamente políticos, debates, mesas redondas etc..

son aburridos como la misa o peor y en general y la televisión en los 50 en Europa y E.U la gente solía cambiarle y eso que todavía no había el control, habría que levantarse y moverle a la perilla, este los temas políticos tenían muy poca audiencia, es decir, por distintas razones, es decir insisto es una cosa tan aburrida pero bueno no importa, entonces ese es un problema, entonces como influyen más que nada no tanto en la ideología específicamente si no en una ideología en general, es obvio que los medios de comunicación transmiten un modo de vida, una condición de vida etc. si no fuesen así, si no fuesen porque son peligrosos etc. ahí está el problema de que porque Osama Bin Laden andaba bombardeando las antenas parabólicas o lo que sea, etc.. el gran problema de Osama Bin Laden era eso decir que los medios de comunicación bien o mal estaban transmitiendo una visión del mundo, una posición de la mujer que es lo que más le molestaba a él que no era la que él quería, y entonces es obvio, ahora no todas las mujeres que quede claro que ven programas de liberación femenina se adhieren a la liberación femenina, este es un problema serio, se adhieren o no ven o no, ven lo que quieren ver, analizan lo que quieren ver, es decir no es fácil la forma en que se transforma el comportamiento y eso vale para todo incluso vale para las campañas políticas y las propagandas, hay algunos individuos que dicen por ahí que si a mí me dan dinero yo hago votar a la gente por quien quiera, eso es absolutamente falso, claro los políticos se lo creen le dan dinero pero esa es otra cosa.

Mientras que Eduardo Argüjo otro de los líderes de opinión del área metropolitana indica que son las que formatean la mente de las personas. Los medios de comunicación son que formatean la mente y son los que definen en última instancia la orientación e inclinación de un voto. O sea, un 60%.

Esta parte de la influencia de los medios de comunicación Indira Kempis otra de las líderes de opinión esta localidad nos comento: ~~Para~~ para mí es un alimento crucial y fundamental y te das cuenta lo que dice, es más te das cuenta ahora con las redes sociales lo que dice Carmen Aristegui por la izquierda es una verdad absoluta e incuestionable, por la derecha es cuestionable, es dudosa, es de mala calidad, es pagada. Si lo dice López Doriga para la derecha es; bueno tampoco es la verdad porque es muy cuestionable el señor, pero probablemente tenga menos dudas que cuando lo llevas muchos más radicales, mucho más en otro sentido entonces si hay una relación muy directa en México. Nos nutrimos de los medios para muchas cosas, incluso para nuestra cultura México no se concibe sin televisión+.

Continuando con la investigación de la influencia que tienen los medios de comunicación en la formación política de la sociedad Gregorio Martínez, quien es otro de los líderes de opinión comenta ~~Por~~ Pues muchísimo, yo creo que los medio

lidad por presentar objetividad. Digo yo creo que el electoral del 2012 fue uno de los más cuidadosos en donde pues tratamos a nivel nacional y de hecho me toco a nivel nacional cuando comenzaron las campañas políticas con cronometro, ósea ¿cuánto le pusiste a Josefina?, ¿cuánto a Quadri?, ¿cuándo a López Obrador? y ¿cuanto a Peña?, en cuanto a contenido informativo dentro de las noticias, entonces tratamos de jugar mucho el equilibrio, los 90 días oficiales de campaña y es pues no lleva a no mostrar inclinaciones a transmitir precisamente equidad y que la gente pueda conocer mejor de propuestas. En la medida en que hagamos eso bien, entonces realmente vamos a trabajar en la cultura, si nos vamos al golpeteo, al dime y direte y a la guerra sucia, pues entonces lo que menos estamos haciendo es cultura, estamos echando a perder la política. Y si ha habido procesos electorales que se han caracterizados por la guerra sucia y pues eso entorpece, hechas a perder+

Para Josue Becerra también otro de los líderes de opinión comenta al respecto %Mucho, por el impacto de los medios, y en política, se le pone mucha atención a eso, a vigilar en que corriente, nosotros caemos, evaluar cuantitativamente y cualitativamente no , no solo las autoridades, si no la sociedad, ha manera en que nosotros manejemos, no solo un proceso electoral, sino un proceso político, a la hora de exigir justicia etc. etc. es básica, es decir, lo que uno deje de decir o no, lo que uno haga o no haga, va a ser el juicio hacia el medio de comunicación, a mí se me hace impactante, la crisis en la que los medios entran al reportar información, cuando hay muchas limitantes legales, cuando no nos permiten hacer debates, como cuando antes hacían, y eso nos hace ver como que el medio no es un facilitador, de las herramientas de la política, y califica al medio , a pesar de que uno explique cuáles son las limitaciones legales y también a nosotros como medios nos hace falta un poquito ver más el tema social. Por más que uno quiera verse en un nivel en medio entre el gobierno, como poder y el poder como sociedad, se nos olvida esa responsabilidad, de cumplir con los dos, no solo cumplir con el gobierno, si no cumplir con las dos, no solo cumplir con el gobierno, si no cumplir con las dos, con el poder social, y muchas ONGS, buscan a los medios y a veces somos muy apáticos hacia eso, entonces ahí, siendo autocríticos tenemos que ser más empáticos con los grupos minoristas, a veces uno los trata de memorizar pero son fuertes, por las problemáticas que manejan en N, cantidad de situaciones+.

El papel que juegan los medios de comunicación en la formación política de los ciudadanos, Luis Peterson Farah, perteneciente al grupo Mileno dice: %Creo que si han sido mucho más influyentes de lo que deberían haber sido tanto en una época digamos para bloquear esta cultura política, porque yo creo que los medios de comunicación históricamente en México fueron, hemos sido responsables de



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

La cultura política en México, bueno la historia del PRI fue pues conocida ¿no? Controlada por el poder político precisamente por su capacidad de movilizar, de convencer de informar o de lo que sea, pero fue muy muy bloqueado la televisión fue muy bloqueada y poco a poco por los años 80 y 90 se fue abriendo más y más pero después de historias terribles ¿no? Si creo que una cierta apertura de los medios en cuestiones estrictamente políticas partidistas fue muy importante para que sucedieran cosas que sucedieron en el año 2000 en México, la posibilidad, simplemente el jugar con la posibilidad de una alternancia, el darle vuelo, el darle fuerza a los procesos ciudadanos que se dieron en aquella época de los 90's alrededor de IFE y estas cosas, el darle voz a lo que se consideraba no mayoritario, el darle voz a grupos no necesariamente vinculados a política partidista pero el darle voz a grupos culturales minoritarios, a grupos sociales, al mundo gay, a la mujer, todo eso fue generando un apoyo para una cultura distinta creo que si fueron importantes y también creo que su papel ha dejado mucho que desear y lo sigue siendo en estos tiempos, que ya hubo un especie de regreso como muchas cosas, supongo que así funciona en las sociedades.

Para María Elena Chapa, otro de los líderes políticos del Partido Revolucionario Institucional (PRI), comenta que hay un estudio que contesta lo que te estoy diciendo. Se hizo un estudio sobre las primeras planas de todos los medios nacionales y se descubrió que menos del 5% de las noticias son dadas por mujeres es excluyente. Esta desinformado el medio que informa, sobre los derechos, derechos ciudadanos, derechos de las mujeres, derechos de los hombres. Cómo se atreve el periodista a entrevistar a una niña violada afuera de la escuela y decirle: ¿Quién te violó, fue tu papa? Yo he hablado montón de veces muy molesta al conductor equis o a conductor tal ósea son ignorantes de que hay organismos internacionales, que hay derechos de los niños en marcos nacionales de respeto a su privacidad, a su identidad y siguen preguntando ¿cómo te violó tu papa? O el otro medio que me erizo el pelo cuando me estaba peinando hasta le avente el peine a la televisión, el pelado estúpido que violó al niño chiquito y que lo entrevistan aquí en la central de autobuses y contesta el señor: me excitan mucho los niños con pañales, ¿estás oyendo eso? ¿Sino es aberración? ¿Cómo veo a los medios? Pues desinformados de los derechos+.

Otra de las entrevistas Tatiana Clouthier quien es líder político del movimiento ciudadano y diputada independiente comenta hoy a empezar por el más fácil que es el local yo creo que hay una influencia importante y lo podemos ver como los líderes locales en los medios un arquitecto Benavides un Mario Gámez, el de televisa Pollito tienen de alguna manera son como referencias a un cierto tipo de opiniones la gente dice es que el norte dijo es que hay referencias

incidencia en ciertos círculos y en diferentes niveles pero eso es una realidad que influyen por otro lado ehho creo que jamas gastarian tanto dinero en los medios si no estuviera probado que la publicidad vende y apendeja también y ahí los tienes ahí no es por nada que Rodrigo Medina se la pasa en los programas de televisión y te pasan todo el dinero este de los anuncios un Larrazábal como los pago, un Maderito como los pago, una Ivonne Ortega, porque Ivonne la de Guadalupe creo los pagó ya no cuando estaba de alcaldesa en Guadalupe Ivonne.

Ivonne se me fue el apellido, y es evidente digo lo vez ahorita como este han disfrazado a veces de anuncios te empiezan a sacar situaciones entonces si es evidente que influye Margarita como anda de reina ahorita por toda la prensa entonces es evidente que influye es una cara que aporta que ósea, la estás viendo constantemente la asocia la vez se queda en el imaginario, se queda grabada en la conciencia y pues pega y lo vemos aquí yo creo que el que mejor estudio hizo de todo esto es Genaro Guillermin, con lo que hace del montaje en donde Pedro Torres juega un papel fundamental a nivel nacional para enamorarnos de toda esta historia de amor que termina en la presidencia de la republica, entonces si influye+.

Ya después de haber realizado las entrevistas a cada uno de los líderes políticos y de opinión observamos la importancia que tienen los medios de comunicación en la formación política de los ciudadanos, principalmente los jóvenes que apenas están iniciando su vida política.

En otras de las preguntas ¿Cómo considera usted que el ciudadano puede enterarse acerca de los procesos electorales en México? Los entrevistaron contestaron lo siguiente: José Alfredo Bernal indica %principalmente a través de los medios de comunicación, principalmente, porque es un impacto repetitivo y contante que se está señalando ya sobre el proceso que se avecina, y posteriormente hoy en día traemos otras herramientas como las redes sociales, que se han convertido en medios supletorio, no sustituye al medio de comunicación, pero si lo complementa y cada vez cobra mayor vigor+.

Mientras que Abraham Nuncio menciona %No hay una sola respuesta, sin que exista una educación temprana, acerca de la incidencia de los medios en la vida cotidiana de la sociedad, y de manera específica de la tv, no hay todavía de



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

enseñe a los niños el alfabeto iconográfico y su uso de los medios, sobre todo de la tv, si a los niños, no se les enseña a leer un hecho tan fundamental, que esa revisión, en un país de analfabetas funcionales, tiene que ver con el hecho de que se enseñe a los niños a leer y escribir bien , porque si no hay esa base, que la lectura cimienta, y que como decía Octavio paz, la lectura copia y en el mismo acto, permite imaginar , sin esto y su representación, mediante la escritura, no va a arraigar en el individuo, muchos conceptos , concepciones, conductas en la política en general, entonces, se requerirá de una percepción totalmente, distinta en educación, en el fondo donde hubiera , desde niños , uno el ejercicio permanente y pulido de la lectura y escritura , la tendencia que hacemos es normal y espontanea en el cerco humano de organizarse para discutir y rechazar sobre problemas comunes y esto se hace sobre la base de la asamblea, no hay ningún otro órgano que permita educar, si no es la asamblea, donde se participa en calidad de iguales, donde se supone hay libertad para expresarse y libertad, para tomar decisiones, comunes, entonces una verdadera, educación tendría que tener en cuenta esos dos pilares, en una educación política fundamental.

Por su parte José María Infante menciona %obviamente los medios de comunicación tienen un papel fundamental ahí y una responsabilidad fundamental, hay que decir también que de todas maneras aquí en Monterrey al menos los medios de comunicación han transmitido mucha información sobre el proceso electoral, pero claro hay viene lo otro, decir bueno cuanta gente lee eso, por decir uno y no estoy haciendo ningún tipo de propaganda ni nada, para decir que el Norte o Milenio cubren a un candidato y reproducen casi textualmente o casi integro lo que el candidato dijo, bueno pero cuanta gente lee esa nota, y además está esta otra cosa que les planteo, es decir por ejemplo el mismo Norte, ha hecho, cuando se hicieron los debates presidenciales, invito a sus suscriptores a presenciarlo y a votar, empecemos por quienes son los suscriptores del Norte, obviamente un problema de clase social y entonces los pobre ni leen el norte y mucho menos son suscriptores, entonces los pobres no estaban ahí, digo pobres para no entrar en discusión, entonces que evaluación tuvieron, si usted lo analiza es muy claro la evaluación que tiene ganan los panistas, los candidatos panistas, ganan el debate, pero ahí está lo otro que significa ganar el debate?, es la impresión que le causaron, no hay ninguna argumentación racional de que este puso mejores ideas, este argumento mejor etc.. Esto me pareció mejor porque etcõ pero no porque haya una explicación racional de quien gano el debate, entonces ese es un problema general y nos solamente de México, creo que es uno de los problemas en los que la democracia como tal hasta ahora ha fracasado y es en el desarrollo en la cultura ciudadana consiente de lo que son los procesos

procesos político y que participe en los procesos
o sea simplemente de me gusta o no me gusta+.

Eduardo Arguijo dice al respecto %pues yo pienso que los ciudadanos deben de enterarse, o sea, menos con la propaganda que se hacen en los medios y más por el contacto de los candidatos con el pueblo. Haciendo un trabajo de base, un trabajo hacia afuera, hacia las colonias, directo con los votantes, y sobre todo, haciendo propuestas y ofertas políticas, porque luego ya eso se absent+.

Por su parte Indira Kempins en la misma pregunta nos menciona %definitivamente los medios masivos, tiene ahorita pues sabemos por los estudios que ha hecho el INEGI y otras asociaciones directamente relacionadas con las redes sociales, pues el 30% de la población mexicana tiene acceso a internet de lo cual solo un 20% utiliza twitter o facebook que son los medios más tradicionales y comunes para poder informarse pero por otro lado sí creo que hay un rezago, un rezago obviamente tecnológico pero también un rezago educativo en cuestión a la formación de una opinión pública o a la formación de una decisión ciudadana respecto a sus poderes y a las decisiones colectivas que debe tomar yo no he visto, por ejemplo en Canadá hay candidatos que se dedican a ir casa por casa y reúnen a los vecino en las esquinas y están tratando de tener una interacción con los vecinos, cosas que por ejemplo en México probablemente si se hace pero no se hace en todos los lugares y se abusa del panfletismo ósea hay una panfletitis crónica y una (esos que cuelgan) que de hecho en DF se hizo un movimiento muy interesante de quitar los anuncios de los candidatos, porque a veces sin permiso van y los cuelgan entonces este grupo ciudadano se encargo de ir limpiando las calles y quitando anuncios en donde no hubiera permiso para poder colocarlos. Si creo que se ha abusado de la publicad y hay una pobreza de comunicación increíble porque para estos tiempos con todas las herramientas que existen era para que también conociéramos mas de primera manos y mas información acerca de los candidatos y de las elecciones y eso por las parte de las campañas pero por la parte de la educación cívica que se supone que tenemos un órgano que debería de enseñarnos que es el voto, como votar, para que votamos también ha sido muy raquítica, ósea uno va a la casilla porque pues en la televisión dice que hay que votar pero nadie te enseña como para que o porque o después del voto que pasa con esa responsabilidad, o en donde se queja uno si alguien viene y le intenta comprar a voto, ósea ese tipo de información tampoco existe de manera regular o incidente en poblaciones es más, ni siquiera en poblaciones vulnerables. Vas a las universidades y a veces te das cuenta que los chico sabes que se acercan las elecciones pues porque a lo mejor coincide con su fecha de exámenes pero normalmente no tenemos esa información tan bien digerida o tan bien, ¡vaya! No nos han educado.



PDF
Complete

*Your complimentary
use period has ended.
Thank you for using
PDF Complete.*

[Click Here to upgrade to
Unlimited Pages and Expanded Features](#)

Artínez comenta al mismo cuestionamiento %Buenos días, buenos días, desde luego yo creo que es a través de los medios de comunicación primordialmente como se puede, pero no puedes trabajar solo con los medios si no haces bien la tarea ósea las campañas políticas deben estar perfectamente bien diseñadas, bien estructuradas. Ósea que sepas que va a pasar del día uno al día noventa, que me platicaban que una de las campañas presidenciales era precisamente así, ósea que una campaña estaba perfectamente bien ordenada y que otra de las campañas presidenciales fue un desastre y pues ahí están los resultados, entonces con un buen orden y una buena estrategia de campaña junto con la labor importante de los medios consciente y objetiva y desde luego a través de los distintos ámbitos de la comunidad como las universidades mismas, ósea los eventos que se puedan hacer para las autoridades electorales. ¿Cómo era tu pregunta? No pues te enteras a través de los medios o a través de las propias campañas que lleguen a tu ciudad o que recorran las diversas ciudades y recorras el país y los distritos electorales, no tienes que ver a los candidatos. El tema de los debates por ejemplo los debates que se hacen y los pasan por internet ¿quién los ve?, ósea hoy por hoy ya hay reglas que se tienen que transmitir los debates para las elecciones locales que hubo para los 24 distritos a disputados locales y ahí los pasó el canal 28 y ¿cuánta gente los vio en realidad? Y te metes a la pagina y ahí puedes checarlo pero pues ¿a cuanta gente le interesa?+

Por otra parte Josue Becerra al cuestionársele ¿Donde crees, que la gente prefiere verte, En Milenio, o en Multimedios?, el responde %por Multimedios, creo que cada espacio , tiene un ancla en Milenio , es ~~Ciro~~ ~~Gómez~~ Leyva, o Carlos Marín, en Multimedios, el Arquitecto entonces, creo que ellos como la marca, de cada empresa, nos han ido apadrinando a nosotros, los jóvenes, en cuestión de credibilidad, creo yo la agente reconoce más nuestro trabajo a nivel local, y creo yo que no es lo mismo tener, un fuerte accidente aquí en monterrey, a tener la detención de Elba Esther y todos los reflectores sobre ti, Nosotros, los jóvenes tenemos que estar trabajando a Nivel Local y en Nivel Nacional, para ganarnos una credibilidad por decirlo así+.

Mientras que Luis Peterson Farah dice %básicamente es el trabajo de medios y algo que sobrepasa los medios que son las conversaciones que tiene que ver con los medios pero que va más allá, los rebaza no. Hay mucha conversación política en México que antes no se daba porque por ejemplo a lo mejor estoy ampliando de más el termino conversación pero las escuelas, las universidades ponen cada vez más énfasis en esto siempre hay un profesor que dice oigan estamos en elecciones a ver que piensan ustedes vamos a hacer un seminario sobre esto vamos a hacer este tipo de lecturas vamos a tomar este

idades de ingeniería ósea no necesariamente en

Tatiana Clouthier al momento de llegar a la pregunta de ¿Cómo considera que el ciudadano puede enterarse acerca de los procesos electorales de México? Ella responde %veo el proceso de entrar, lo veo ya cuartado comprado, acortado y reducido y ahorita te lo digo a que me refiero al ir acortando las campañas a un mes como lo tienen algunos estados de la república en los municipios que es lo que te va diciendo pues en un mes no vas a lograr llegar más que porque la televisión por eso te digo que están votados ya, que creo que debe cambiar en las etapas de pre-campañas y la campañas deben de invertirse y en la medida en que se va n acotando los tiempos de las campañas estamos mandando el mensaje en que el mensaje tiene que ser más por los medios electrónicos entonces a veces en ese sentido estamos metiendo reversa con respecto especialmente a las partes municipales yo creo que en los municipios, no hay municipio tan grande donde no pueda existir lo que la gente esperaría es conocer más a los candidatos y no ver simplemente la envoltura de lo que se tiene normalmente que es lo que te venden hoy en día entonces este creo que esta pervertido ya el proceso+.

Otra de las partes del estudio está dirigido a conocer el papel que juegan los medios de comunicación y principalmente la tv como agentes de socialización política de los ciudadanos sobre todo en los jóvenes quienes están iniciando en su vida política y que por primera vez, tendrán la decisión de elegir a sus representantes políticos.

Par lo cual se realizó una de las preguntas a los líderes políticos y de opinión pública con el objetivo de conocer su opinión sobre estos agentes que tienen la tarea de socializar políticamente a los integrantes de la comunidad y principalmente la de Nuevo León, y el cuestionamiento era ¿Qué agentes socializadores influyen en la conformación de una cultura política en México?, para lo cual José Alfredo Pérez Bernal respondió ¿Qué agentes socializadores?... Yo creo que los partidos políticos son una parte fundamental por cómo está configurado nuestro sistema político y últimamente en general en México pero yo creo que el factor del medio económico, me refiero al mercado como está organizado en sí, tiene una influencia preponderante en el desarrollo y desempeño que se ha dado a la política desde un punto de vista de que estado cada vez más interesado en invertir en organismos de la sociedad civil ante la falta de creación espontánea o voluntaria de participación ciudadana, ellos han buscado influir de esa manera y lo vemos claramente aquí en Nuevo León. Entonces ese tipo de organismos y asociaciones son los que han influido. Obviamente también tenemos un factor muy importante como los son los medios de comunicación que se han

culo de la sociedad para influir en la toma de

Mientras que Abraham Nuncio nos comentaba en la entrevista sin pensarlo %Medios de comunicación, más potentes de todo aquello que significa, fenómenos, análisis, propuestas, líneas de conducta política, y no se reducen, ya a prensa escrita, televisión, pues ya ahora, son los medios tradicionales, es decir , antes hablar de la radio y tv, eran los medios modernos de comunicación, y pues hoy, es el internet, desde donde la actividad política, se manifestó más intensa, porque los individuos que tienen en su poder un teléfono móvil , se han convertido en opinantes, es decir, reproductores y generadores de opinión, y eso adquiere una enorme intensidad, y genera un radio de incidencia, que antes, no existía, entonces, contamos, con nuevos agentes políticos, en este caso, todos aquellos, que tienen una formación política, mediana, y que son capaces de recibir y enviar mensajes, atravésó de internet, hoy hay periodismo personalizado, que se desarrolla atravésó de la internet, y que cuyos agentes, son un número muy considerable, en su mayoría, todos aquellos que cuentan, con un aparato de esta naturaleza, por otro lado esta, otro tipo de tribunas como la iglesia, que cuenta con numerosas, tribunas y cuyo ejercicio es por demás intenso, y hace que los clérigos, tengan la capacidad de influir, de una manera muy considerable, están quienes se encuentran desde el núcleo básico, de la familia, agentes de opinión elementales, pero la conversación que genera mayor argumentación, es la que se genera alrededor de una mesa, cuando el conocimiento llega a una mesa familiar, de amigos, en la cantina, ahí es donde se puede uno dar cuenta, si un mensaje tiene mayor o menor peso desde luego, agentes políticos, son aquellos que profesionalmente, se dedican a la política, que se ubican , en torno a los partidos políticos, a los diferentes, órganos de gobierno, finalmente, esto que nosotros conocemos, a partir de la expresión de gaetano mosca como clase política, pero los agentes hoy se han multiplicado y tenemos un número muy numeroso de individuos que reproducen opiniones, que opinan, que pueden tener su fuente original, en los medios de comunicación, en la escuela, en los institutos escolares, son agentes de opiniones e ideas políticas, en estos casos, instituciones de enseñanza superior, ahí la política, se discute con un mayor componente teórico, y conceptual que en otros niveles, pero forma parte del conjunto de agentes, que en México y en cualquier otro país, se conviertan agentes de la política actual, que se desarrolla en el país y que precisamente una nueva tecnología, la tecnología del internet ha permitido que sepamos casi casi en el momento, lo que está ocurriendo en cualquier parte del país, o incluso que lo podamos ver por YouTube o cualquiera de estos canales que por medio de los satélites permiten escuchar y ver imágenes, en torno a determinados noticias y fenómenos, episodios que tienen que ver con la política+.

los agentes de socialización en primera instancia, al menos esta la familia como agente socializador, está el medio de comunicación, esta la escuela porque no, y ¿cómo influyen el medio de comunicación?, bueno la familia mientras se lleve un dialogo dentro de la familia dentro del ceno familiar tu sabes que la célula de la sociedad se llama familia, este mientras se comunique se exteriorice se profundice la política en la familia creo que se hace un buen acierto en las urnas, en el proceso electoral pero, no últimamente, no últimamente de un tiempo para acá la familia ya no es como las de antaño ya no hay tiempo enfocados a problemas económicos la ambición de tener más, este, el, se ha perdido mucho el dialogo familiar los valores el respeto del que está hablando el papa y este hablando este término político o ese tema eso se ha perdido muchísimo y el medio de comunicación, el medio de comunicación esta ahora igualmente que las redes sociales muy abierto, entonces este es un punto muy influyente para, para el auditorio para la sociedad+

Para Eduardo Arguijo esta pregunta la responde %Los partidos políticos, la participación de la sociedad misma, ya no dejar que los políticos tomen todas las decisiones sino que la sociedad también debe de involucrarse en la toma de decisiones y más cuando afectan la vida política social y económica de la misma+.

Sin embargo Indira Kempins menciona %Principamente en la práctica, te puedo decir que los medios de comunicación son de los grandes canales por donde la gente aprende desde como funciona la política, hasta como son las relaciones entre nosotros. Esto que quiere decir; los programas de televisión, las novelas, los noticieros son grandes insumos de información, de como nosotros entendemos a nuestro, pues a nuestro gobierno a nuestros partidos, a nuestros políticos. Eso como de primera mano.

Y lo segundo también es la tradición oral si lo podemos ver de esa manera, todo mundo entiende o sobreentiende que hay corrupción por ejemplo, no, que hay corrupción en la política, pero si te das cuenta todo lo verbalizamos a los que escuchamos por ahí en una mesa de café o por lo que vemos en los medios de comunicación, y a partir de ahí vamos haciendo una estructura de pensamiento muy determinada sobre los que creemos que son los panistas, sobre lo que creemos que son los priistas, sobre lo que creemos incluso que es asociación civil, entonces te podría decir dos elementos más grandes que tenemos que medios de comunicación y la tradición oral, que finalmente también en México y en nuestros países latinos ha sido y pues ha marcado nuestros usos y costumbres. El hecho de que una opinión se pase a la otra a partir de las charlas de familia, de las charlas de cocina, hasta las charlas o debates más intelectuales en las universidades, o en otros espacios sociales. Lamentablemente en México a partir de el incremento de la violencia y la delincuencia en los espacios públicos dejaron

elementos o agentes para socializar la cultura
so, pero yo creo que si han definido también la
intervención de esos espacios comunes lo que antes eran los parques, los patios
de las iglesias, la calle, los espacios donde la gente se juntaba, interactuaba,
intercambiaba opiniones, eran también fundamentales para obtener percepciones,
flujos de pensamientos colectivos, ahora ya no tanto, al menos en esta ciudad
porque la gente se ha limitado a salir a intercambiar con las demás personas, pero
yo creo que eso lo pondría como principal para eso+.

De acuerdo a Gregorio Martínez en la entrevista dice %oAgentes
socializadores?... ¿Quiénes socializan dices tú? Yo pensaría que los medios de
comunicación tenemos un alto nivel de influencia, ósea si podríamos ser
considerados como socializadores en la medida en que tengamos una agenda
equilibrada, balanceada, interesada en los distintos niveles, en los distintos
ámbitos que se podrían considerar a política. Ósea es a través de los medios no
que los medios lo seamos pero es a través de los medios como se puede permear
esa socialización y hoy por hoy que bueno hay tanta tecnología y que ya no son
solo los medios tradicionales sino también yo pensaría en la redes sociales
propiamente que también juegan un papel cada vez mas importante en la
participación política o en las campañas políticas. Pero bueno agentes
socializadores, pues yo vería como agentes a individuos o instituciones podrían
ser, ahí están los partidos políticos o las administraciones publicas que juegan un
papel importante como agentes socializadores, pero ellos requieren de alguien
más como vehículo para llegar a, así me lo imagino yo. Ahora las instituciones
académicas, las universidades, la Facultad de Ciencias Políticas a través de
trabajos de investigación, a través deñ recuerdo un estudio que hizo la escuela
de graduados en administración pública del TEC de Monterrey, que creo que lo
han seguido haciendo pero yo estuve muy cerca de ese estudio, sobre el nivel de
preparación académica que tenían los candidatos a cargo de elección popular y
era impresionante ver la cantidad de animales que estaban ahí, ósea buscando un
cargo de elección popular y muchos que quedaron electos y me refiero a gente de
todos los partidos políticos y gente que buscaba ser diputado por el distrito 19 y
veías que gano el PRD (-estoy inventando) y ¡hay! canijo pues este cuate no gano
la primaria y ganaba tres mil pesos, entonces no te imaginas el nivel académico
que tiene mucha gente que ocupa cargos de elección popular muy deplorable,
entonces ese estudio te abre los ojos, ese estudio que hizo una institución
académica fue para mi un agente socializador porque me hizo ver y dije ¡hay
canijo! pues estamos por la calle de la amargura, bueno ahí me eché mucho rollo
pro fue lo que quise ejemplificar+.

cerra comenta que los agentes socializadores (los Políticos), Medios de Comunicación (Tienen una gran responsabilidad), ONGS y Movimientos Sociales.

Continuando en el mismo proceso se le pregunta lo mismo a Luis Person Farah y dice %no creo, creo que evidentemente los actores políticos que trabajan en instituciones políticas juegan un papel importante creo que los medios de comunicación en cierta medida y las como en un nivel similar o un poquito tal vez posterior pero no muy lejano las instituciones educativas y particularmente universitarias. Y al final las instituciones, las digamos los grupos ciudadanos pues son muy amplios eso les quita fuerza pero al mismo tiempo les da esta misma amplitud que puede ser desde las iglesias hasta los grupos de, los grupos específicamente de organizaciones ciudadanas dedicadas organizadamente hacia ciertos puntos+.

María Elena Chapa comenta en su entrevista %todos, pero hay unos que tienen mayor peso que otros, por ejemplo los medios de comunicación son de gran peso en la promoción de la cultura, las religiones sin duda, cualquiera que esta sea. Yo pienso que los propios gobiernos federales, estatales y municipales también influyen en una cultura política que tiene que ver con montones de cosas, con una gran cantidad de cosas por ejemplo desde la burocratización, tramites, etc en todo orden se forma una cultura. Pero para mí el peso mayor son los medios, las religiones, las escuelas que son reproductoras del conocimiento y de la conducta, la subordinación en casos de las mujeres+.

Por su parte Tatiana Clouthier indica que los agentes de socialización política son los medios de comunicación, la prensa escrita, las redes sociales hoy en día, ehñ las lecturas personales, o la formación personal o el círculo de dónde uno se mueveñ

Para José María Infante el principal agente de socialización es la familia y comenta %bueno sin duda la principal agente socializador es la familia, la familia como este ubicada según la cabeza social etcétera, le dará a sus hijos distinta visión de lo que es la política, distinta visión de lo que es el actor en política, distinta visión de lo que es el sistema político etcétera etc., y bueno después aparecen los otros agentes socializadores, la educación formal, el sistema el comunicación o los medios de comunicación, y posteriormente otros agentes incluidos los partidos políticos, aunque lamentablemente en México los partidos políticos tienen bastante poca tarea en la socialización es una de las cosas de los tantos defectos de los partidos políticos mexicanos, pero bueno+.

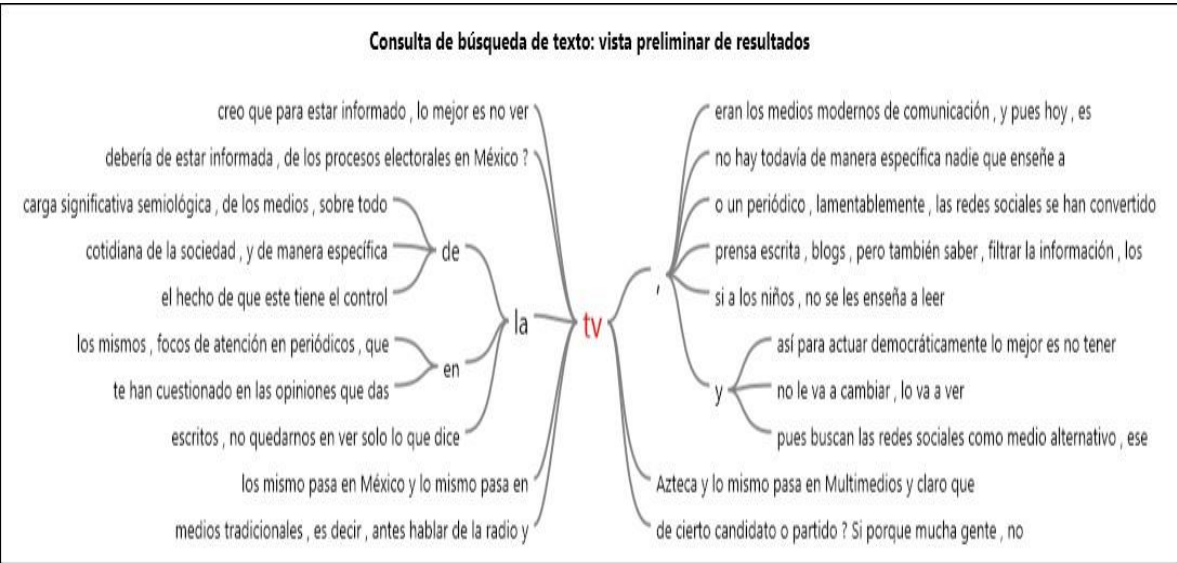
información de cada una de las entrevistas con líderes de opinión y políticos, nos dimos la tarea de realizar el análisis de las respuestas a través del método cualitativo, con el objetivo de visualizar un panorama más cercano a la realidad sobre la influencia de los medios de comunicación en la formación política de los ciudadanos y sus aportaciones a la formación ideológica.

A partir de los datos obtenidos en las entrevistas sobre la los agentes de la socialización política y de las consideraciones teóricas encontradas en la revisión de la literatura, nos interesó conocer como estos medios de comunicación y principalmente la televisión se ha encargado no solamente de educar a los ciudadanos, sino, que ellos son los encargados de que los votantes acudan a emitir su voto en tiempos electorales o que se abstengan de hacerlo.

CONCLUSIONES

El estudio se enfoco en la influencia que tienen los medios de comunicación en formación política de los ciudadanos, para lo cual se utilizó un conjunto de entrevistas realizadas a líderes de opinión pública y líderes políticos de la localidad de nuevo León, así como también a investigadores de la UANL, con la intencionalidad de conocer la opinión de cada uno de ellos.

Para realizar en análisis se utilizo el programa N-vivo, escogiendo una palabra clave que fue televisión y su relación con las oraciones obteniendo los siguientes resultados.



establecer que la televisión es el medio moderno que politiza al ciudadano una información completa, así también que este medio es la forma mediante la cual los mexicanos se enteran de los procesos electorales y de los fenómenos políticos que ocurren en la localidad.

Otro de las conclusiones a las que podemos llegar es la televisión se ha convertido de acuerdo a la mayoría de los entrevistados en el medio de socialización política y por lo tanto deben de cuidar lo que se dice por parte de ellos a favor o en contra de los partidos político o bien de los candidatos, ya que esto ocasiona el votar o abstenerse de hacerlo.

A pesar de la existencia de otros medios como la radio o la computadora, la televisión sigue siendo el medio mediante el cual los ciudadanos se enteran de los asuntos que pasan en la localidad, ya sea nivel local, nacional e internacional, ya que como comentan los líderes de opinión y los investigadores, para los ciudadanos es más común enterarse de las noticias a través de la tv que por un medio impreso como los periódicos o las revistas, y esto puede dejar espacio para un próximo estudio ya que para la mayoría de los entrevistados la clase social baja no tiene computadora y no compra un periódico como el Norte o Milenio para enterarse de los acontecimientos políticos.

La democracia de un país inicia con la participación de los ciudadanos en la política, y el objetivo de esta democracia neoliberal es contar con una sociedad politizada, es decir, una sociedad que se organice para crear demandas al gobierno, una sociedad que participe en los asuntos públicos, una sociedad que vigile las actividades administrativas y políticas de sus dirigentes, y en esta tarea está de por medio la actividad que realizan los medios de comunicación y principalmente la televisión, ya que la mayoría de los ciudadanos participan de acuerdo a las exigencias de los líderes de opinión pública.

Concluimos diciendo la televisión en los últimos lustros se ha convertido en el medio favorito de los ciudadanos para conocer los acontecimientos políticos y al mismo tiempo es uno de los agentes principales de la socialización política, que depende de la forma mediante la cual informan para crear una sociedad politizada o no, y que a pesar de los avances en la tecnología y que hoy en día podemos ver a cada joven con su celular en la mano, nos damos cuenta que la televisión hoy como hace en sus inicios, sigue siendo el medio por el cual tanto los partidos políticos como los candidatos utilizan para hacer llegar su oferta política a toda una comunidad.

Internet y competición electoral: el caso de Esquerra

Republicana de Catalunya. (Spanish). Revista Española De Investigaciones Sociológicas, (141), 3-27. doi:10.5477/cis/reis.141.3

Gómez, L., & Capdevila, A. (2012). Variaciones estratégicas en los spots electorales de televisión y de Internet en campaña electoral. (Spanish). Zer: Revista De Estudios De Comunicacion, 17(33), 67-86.

www.parametria.com.mx encuesta de evaluación del presidente calderón 2011.

González, I. (2011). (De) construyendo la esfera pública Juventud y (la otra) cultura política. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales. Niñez y Juventud, vol. 10 pp. 147-157.

Muñiz, C. (2011). Comunicación, Política y Ciudadanía. México, Fontamara.

Dader, J.L. (2010). La adolescente investigación en Comunicación Política: Estructura del campo y tendencias prometedoras. Cuadernos de Comunicación e Innovación. No 75, pp.105-107.

Trejo, R. (2010). Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina. Incoterm, Revista Brasileña de Ciencias da Comunicao Sao Paulo, V. 33 n.l. p. 17-5.

Sánchez, R. (2009). La comunicación política española, ¿un modelo propio o una adaptación del modelo estadounidense?. Revista de Ciencias Sociales (RCS). Vol. XV, No 1 pp. 9-23.

Navarro, C. & Clark, T. (2009). Culturas Políticas Locales. Alcaldes y Nueva Cultura Política en Perspectiva Comparada. Revista de Ciencia Política. Vol. 29, pp. 799-813.

Duarte, A. & Jaramillo, M. (2009), Cultura Política, Participación ciudadana y consolidación democrática en México. Revista Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad, Vol. XVI, No 46, pp. 137-172. Rodríguez, Alejandra & Muñiz C. (2009). Recepción de la información política televisada en niños regiomontanos durante la campaña electoral del 2006. Comunicación y Sociedad. Departamento de Estudios de la Comunicación Social Universidad de Guadalajara. Nueva época. No 11, pp. 99-134.

Rojano, F. (2006). Influencia de los medios en el voto. (Spanish). Chasqui (13901079), (96), 30-39.

García, A. & Torregrosa, J. (2006). Una aproximación a la documentación en la comunicación política. Dpto. Ciencias de la Comunicación I. Universidad Rey Juan Carlos.

Sánchez M.L. (2005). El marketing político y sus consecuencias para la democracia. (Spanish). Comunicación Y Sociedad (0188-252X), (4), 11-38.

Heras, L. (2004). Cultura Política y Democratización en América Latina. Revista de Ciencias Sociales. 103-104, pp. 23-37.

Aceves, F. (2004). Monitoreo de medios y democratización en América Latina. La participación ciudadana en la vigilancia de la función informativa de los medios de comunicación de masas. Revista Comunicación y Sociedad. No 1, nueva época, pp. 91-108.



a política de la participación ciudadana en la Ciudad de
l sistema y el ensueño cívico. Revista Andamios, No. 1, Vol

Orozco, G. (2001). Audiencias, Televisión y Educación: una deconstrucción pedagógica de la
%televidencia+y sus mediaciones. Revista Ibero Americana Número 27.

Renero, Martha (1997). La Influencia de la televisión en la juventud es algo más que una ideología.
Aproximación cualitativa a las comunidades de significación familiar. Revista Comunicación y
Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), No. 29, pp. 93-117.

Maarek, P.J. (1995). Marketing político y comunicación claves para una buena información política.
Barcelona: Paidós.

Durandín, G. (1982). La mentira en la propaganda política y en la publicidad. España. Barcelona:
Paidós.

Moragas, M. (1985). Sociología de la Comunicación de Masas, Tomo III: Propaganda Política y
Opinión Pública. Barcelona, Gustavo Gili.

González, E. (1979). Teoría y práctica de la propaganda, México. Grijalvo.