

6. AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

EL ÚLTIMO AGENTE socializador al que haremos referencia son los medios de comunicación. Este agente socializador desempeña un papel de intermediario entre el gobierno y el ciudadano. La rapidez y el alcance de los medios de comunicación les permiten tener un papel destacado no sólo en informar sobre los eventos políticos cotidianos, sino también en influir sobre su evaluación. Sus mensajes estandarizados constituyen una de las principales fuentes de información para muchas personas. Sin embargo, no se debe exagerar la importancia de este agente socializador. Tal y como señalan Dawson y Prewitt (1969), el efecto de los medios sobre las opiniones políticas se realiza en conjunto con otros agentes socializadores. La efectividad de los medios de comunicación está supeditada a que el grupo de amigos o la familia retomen los mensajes transmitidos. Además, como hemos dicho anteriormente, los medios de comunicación no crean valores *ex nihilo*, sino que son más efectivos ahí donde hacen eco de las creencias generalizadas entre la población. Por lo tanto, su importancia como agentes politizadores se acrecienta ahí donde se refuerzan los valores existentes.

Los cambios que han experimentado los medios de comunicación desde 1960 hasta ahora son inmensurables. Desde la centralidad que adquirió la televisión en el periodo de 1960 a 1990 hasta el desarrollo de internet y las redes sociales digitales, los medios han sido un importante transmisor de actitudes y valores. Sin embargo, la importancia de este agente debe ser

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

atendida con especial énfasis en la actualidad, pues gracias a internet es muy posible que las pautas de socialización continúen experimentando modificaciones. Ya sea debido a sus cualidades (interactividad, bajo costo y uso sencillo) o a sus modalidades (blogs, sitios como *YouTube* o la participación extendida en redes sociales), puede esperarse que este medio de comunicación ejerza una influencia política más fuerte sobre los niños que la que tuvo la televisión en su momento de auge (Stoker y Bass, 2013).

Es importante señalar que no se debe asumir que los niños son un objeto pasivo en los procesos de socialización política. Diferentes estudios han mostrado cómo los niños pueden ejercer una influencia importante sobre la politización de sus padres. Esto implica que los procesos de socialización en la familia se producen en diferentes direcciones. El estudio de McDevitt y Chaffee (2002) es particularmente ilustrativo sobre este tema, pues expone en qué condiciones aumenta la influencia de los niños frente a los padres y cómo se desarrolla la comunicación política en el seno de la familia.

Las diferentes posiciones y evidencias reunidas aquí nos inducen a reconocer la complejidad de los procesos de socialización política de los niños. Es necesario tener presente que sobre éstos influye una multiplicidad de agentes y que no existe un único actor o institución preponderante. Además, la psique debe pensarse como algo más que una entidad que se mantiene estática después de la primera infancia. Se trata en realidad de una entidad dinámica que va construyéndose y reconstruyéndose a lo largo de la vida, cuyo desarrollo está condicionado por múltiples y variadas instancias.

NIVEL DE INFORMACIÓN Y CONSUMO DE MEDIOS

Como hemos dicho repetidamente, los medios de comunicación desempeñan un papel importante en los procesos socializadores de la niñez. Los medios, especialmente la televisión y reciente-

mente los medios digitales, proveen a los niños y jóvenes de un constante flujo de información política, e influyen en la creación, el reforzamiento o el cambio de determinadas orientaciones y representaciones sociales que predominan en la sociedad. Los medios proporcionan a los niños un vínculo con los procesos políticos y les brindan pistas para reconocer ciertos objetos o símbolos que generan o modifican sus percepciones y actitudes hacia la política (Tapia, 2003).

Los cambios que sucedieron en los medios de comunicación entre 1960 y 1990, al igual que los ocurridos en la familia y el sistema educativo fueron sustantivos. En este periodo se ensayaron en México modelos de televisión pública, pero en realidad y en la ley prevaleció el modelo estadounidense: televisión privada, dedicada al entretenimiento. Según Mejía Barquera (1989), la política del Estado frente a los medios de comunicación electrónica se definió décadas antes con respecto a la radio. El Estado posrevolucionario había monopolizado la programación política en las estaciones de la Secretaría de Educación Pública (SEP), de la Secretaría de Gobernación (Segob) y del Partido Nacional Revolucionario (PNR). Los emisores privados tenían prohibido, ya fuera de manera implícita o explícita, involucrarse en la programación política. Este actuar tenía su recompensa, pues el Estado garantizaba la permanencia de las concesiones (Rodríguez y González, 2010).

Aunque la televisión se inicia en la década de 1950, para 1960 se había establecido la primera red nacional y un par de décadas después sus herederos incursionaron en las comunicaciones satelitales. Durante ese periodo, el Estado mexicano mantiene una modesta red paralela de televisión y radio. En 1967, después de un año de experimentos con grupos piloto, la SEP puso en marcha el sistema de telesecundaria, inspirado en un modelo italiano. La telesecundaria tuvo éxito en la medida en que, a los pocos años de su inicio, revisó el modelo original, en el cual el aparato receptor se concebía como una especie de multiplicador del maestro, cuya imagen en vivo se transmitía a aulas que no tenían profesores, sino “monitores”: docentes encargados de

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

complementar la información. En la década de 1970, esta orientación cambió para hacer de las transmisiones un complemento de la labor docente, semejante a los libros de texto, y no a un mero sistema de repetición de un mensaje centralizado. Con casi 17 000 planteles y 500 000 alumnos en el año 2008, el sistema tuvo éxito porque podía hacer llegar la oferta educativa a lugares remotos, disminuyendo los costos del material didáctico y proponiendo una forma de administrar racionalmente la diversidad de los espacios educativos, la formación de profesores y las características locales, con la unidad de la propuesta educativa (Rodríguez y González, 2010).

Si bien es probable que la influencia de los medios, especialmente la televisión y la radio, fue importante en la formación de valores de los niños de la década de 1970, es plausible pensar que ahora sea mayor (ahora hay medios de comunicación más inmediatos y con mayor cobertura). En este capítulo presentamos datos sobre el consumo de información de niños y jóvenes en México generada por distintos medios, así como del nivel de información política con el que éstos cuentan.

Información y conocimiento político son conceptos cuya definición muchas veces se confunde o se da por sentada. Sin embargo, conviene recordar de forma breve a qué se refiere cada uno de estos términos para comprender también cómo ha cambiado la manera en que la gente se entera de lo que ocurre a su alrededor. “Informar”, dentro de sus múltiples significados, tiene dos útiles para esta investigación: el primero, que resulta ser el más intuitivo y sencillo, se refiere a “enterar o dar noticia de algo”; sin embargo, el segundo, “fundamentar o inspirar”, abre la posibilidad de entender la información como algo que moldea el comportamiento de quien la posee. “Conocimiento político”, en cambio, se refiere a la posesión de información verdadera sobre la política y sus actores, la manera como funciona el sistema político y los eventos políticos mundiales. Generalmente se asocia con sofisticación política, por lo que diversos autores coinciden en que hay ciertos niveles de conocimiento político que son ne-

cesarios para que los ciudadanos participen cabalmente en una democracia (Hoffman, 2012).

Vale la pena agregar que para Segovia el conocimiento del sistema político es una “serie de percepciones jerarquizadas”, donde dicha jerarquía no depende de las preferencias de las personas, sino del “papel específico de cada uno de los actores o instituciones inscritos en el sistema” (Segovia, 1975: 25). En otras palabras, las percepciones sobre qué es la política y en qué consiste depende del contexto en que los individuos se desarrollan.

Para entender cómo es que los mexicanos se informan, es necesario conocer cuál es el nivel de penetración de los diferentes medios de comunicación en los hogares. En el caso de internet, este medio registró un nivel de penetración de 59.5% en 2017, contrastando con 5% del año 2000 (Freedom House, 2018). Si bien este crecimiento es bajo comparado con otros países en vías de desarrollo (Luna y Juárez, 2015), lo cierto es que se ha dado por el mayor uso de teléfonos inteligentes ante una reducción en los costos de éstos (Freedom House, 2018). El número de suscriptores de servicios de banda ancha está muy por debajo de la media de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE): 12.76 millones frente a 29.76 millones. Esta diferencia también es notoria entre población indígena y no indígena, pues 14 millones de indígenas y de campesinos están desconectados (Freedom House, 2018).

En cuanto a hogares que cuentan con una computadora, según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), éstos representan 44.5% del total, lo que contrasta con 93.2% de hogares que tienen televisión; sin embargo, este porcentaje baja sustantivamente cuando se contabiliza a quienes cuentan con servicio de paga, pues sólo 49.5% de los hogares está en esa condición.

Con relación con los medios de comunicación escritos, de acuerdo con datos del Módulo de Lectura del Inegi, 72.6% de la población que sabe leer y escribir, mayor de 18 años de edad, es lectora de revistas, periódicos, historietas y páginas de internet,

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

foros o *blogs*. De esta población lectora, 40.3% lee periódicos, 34.1% lee revistas y 39.1%, páginas de internet, foros o *blogs*.

Respecto a todos los medios de comunicación, Luna y Juárez (2015) encuentran que la población mexicana se informa de lo que sucede diariamente principalmente a través de la televisión (83.4%), el periódico impreso o en línea (32.1%), la familia (30.1%), internet (28.7%) y la radio (28.5%), entre otros. Sólo 15.2% se informa mediante redes sociales, porcentaje bajo comparado con los demás medios. Esto puede ser resultado de la brecha de acceso a medios electrónicos; sin embargo, como mencionan Luna y Juárez (2015), otro obstáculo para la obtención de información es la desconfianza que se tiene en los medios de comunicación. Según el *Informe país sobre la calidad de la ciudadanía en México 2014*, sólo 32% de los encuestados dijo confiar mucho o algo en los medios (IFE, 2014: 127).

Una vez que conocemos el nivel de penetración de los medios de comunicación en la población mexicana, y dado que las preguntas para conocer el nivel de información y consumo de medios de los niños mexicanos se concentran principalmente en el uso de la computadora y el acceso a internet, conviene esbozar cuál es el perfil del usuario promedio de internet. Según datos de la Asociación de Internet MX, tanto hombres como mujeres acceden de igual forma a internet; sin embargo, es la población de 25 a 34 años la que más lo usa (20%), seguida de aquellos que tienen entre 12 y 17 años (19%), y la región del país donde se registra un mayor porcentaje de usuarios es el centro-sur (Ciudad de México, Morelos, Estado de México) con 23%, seguido del noroeste (Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Durango, Sinaloa, Sonora) con 15%, en contraste con el sureste (Campeche, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán) en donde sólo se encuentra 7% de los usuarios.

Como mencionan Luna y Juárez, es importante considerar que el tener acceso a información “por medio de distintos medios y tecnologías significa que la sociedad estará actualizándose sobre lo que ocurre en nuestro país” (2015: 111), pues las desigualdades eco-

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

nómicas, cognitivas e intelectuales hacen que no toda la población tenga el mismo acceso a información confiable. Por otro lado, como mencionan los autores, en México no existe “una cultura de interés social, de participación y de sensibilización” sobre intercambiar información acerca de lo que sucede en el país y cómo les afecta a los ciudadanos. Si bien encuentran que 32.6% de las personas encuestadas dijo estar actualizada sobre lo que ocurre en el país, sólo 10.8% acostumbra comentar con alguien más esta información.

De acuerdo con el estudio de Luna y Juárez, 91.8% de los encuestados usa la televisión para entretenimiento y 75.7% para informarse (2015: 48). Asimismo, 92.3% de los usuarios de internet lo usa para platicar en línea; 88.9% para conectarse a redes sociales; 84.5% para mandar o recibir correos electrónicos; mientras que sólo 25.7% de los encuestados dijo utilizar internet para consultar información sobre instituciones de gobierno o realizar trámites (Luna y Juárez, 2015: 93).

Si bien todo indica que la población adulta en México usa internet y tecnologías de la información y la comunicación (TIC) como medios de entretenimiento, esta situación podría irse modificando para las nuevas generaciones, razón por la cual conviene saber cuáles son los niveles de información política que poseen los niños y jóvenes en México, de dónde obtienen dicha información y con quiénes platican de ésta.

CONSUMO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La tecnología está viviendo un auge muy grande y, si bien hasta el momento su promesa de democratización no se ha cumplido del todo, es necesario observar cómo estas nuevas herramientas impactan a las generaciones más jóvenes, pues probablemente éstas las utilicen cada vez más para adquirir todo tipo de conocimiento, incluido el político.

Como se mencionó anteriormente, de acuerdo con el Inegi, en 2017 45.4% de los hogares contaba con computadora, mien-

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

tras que 50.9% contaba con conexión a internet (Inegi, 2017). De acuerdo con Alejandro Díaz-Domínguez (2018), son los jóvenes quienes tienen un mayor acceso a internet y quienes reportan un mayor uso de redes sociales. Otras características de dichos usuarios son un mayor nivel de escolaridad, un mayor nivel de recursos económicos y residir en una localidad urbana. Esto nos indicaría que “los medios digitales no necesariamente sirven para dar voz a quienes hoy no la tienen, sino que únicamente refuerzan la presencia de quienes ya cuentan con dichos medios” (2018: 115).

Las preguntas de este primer apartado del capítulo no tienen ningún equivalente con las realizadas por Segovia, ya que hace cincuenta años la última novedad tecnológica era la televisión, mientras que actualmente se vive el auge de internet y de las redes sociales. A continuación presentamos los resultados de la ENFCEB-2017 para poder conocer los hábitos de consumo de medios de los niños y adolescentes.

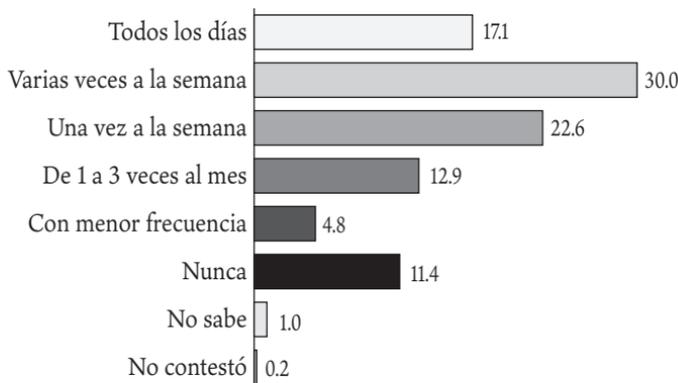
En primer lugar, se preguntó sobre la frecuencia de acceso a medios electrónicos: *¿Con qué frecuencia: usas la computadora/te conectas a internet?* Para la primera pregunta (uso de computadora, véase gráfica 6.1), del total de los encuestados sólo casi dos de cada diez dijeron conectarse todos los días. La respuesta más frecuente fue *varias veces a la semana* con un total de tres de cada diez niños encuestados. El número de niños y jóvenes que dijo nunca usar la computadora fue de uno de cada diez, lo cual es consistente con los datos del Inegi (2017) que indican que más de la mitad de los hogares no cuenta con computadora.

Es plausible pensar que quienes cuentan con más recursos puedan usar una computadora con más frecuencia que los niños que provienen de hogares más modestos. Al respecto, usando como *proxy* de ingreso la escolaridad de los padres, las tablas de contingencia muestran que no necesariamente a mayor escolaridad del padre es más común que el niño encuestado use la computadora todos los días, ya que los niveles de respuesta son muy parecidos tanto para niños con padres con secundaria, como máximo nivel de estudios, como para niños con padres con

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

licenciatura o posgrado (más de dos de cada diez encuestados). Algo similar sucede con la escolaridad de la madre (cuadro 6.1).

Gráfica 6.1. “16.1 ¿Con qué frecuencia usas la computadora?”
(porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Donde sí parece haber un impacto de la escolaridad de los padres es en el número de niños encuestados que nunca usan la computadora, pues en este caso a mayor escolaridad de los padres, menor número de niños responden *nunca*. Otra relación que se observa en la tabla de contingencia es que tanto a mayor escolaridad como a mayor edad, es más común que haya niños que respondan que usan la computadora todos los días.

Ahora bien, las respuestas a la pregunta: *¿Con qué frecuencia te conectas a internet?* difieren bastante de las anteriores, pues aquí la mayoría de los encuestados, casi cuatro de cada diez, dijo conectarse diario a internet, mientras tres de cada diez lo hace varias veces a la semana (gráfica 6.2). Esta información es consistente con datos del Inegi (2017), ya que hay más hogares con servicio de internet que con computadoras, además de que los teléfonos inteligentes también permiten que la gente se pueda conectar a este servicio sin requerir de una computadora.

Cuadro 6.1. “16.1 ¿Con qué frecuencia usas la computadora?” (porcentajes)

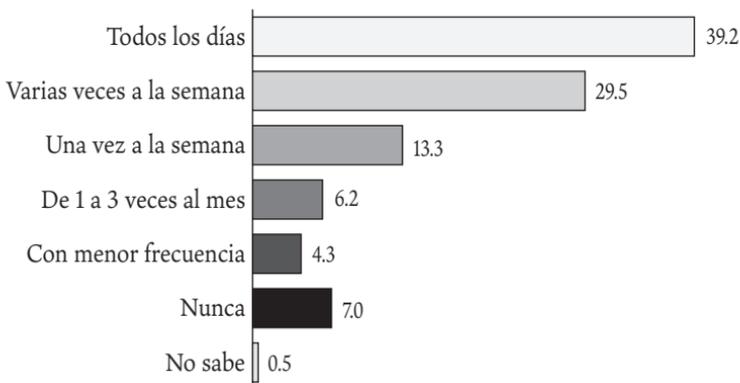
	Varias					Con menor frecuencia	No sabe	No contestó
	Todos los días	Una vez a la semana	Una vez a la semana	De 1 a 3 veces al mes	Con menor frecuencia			
Total nacional	171	30.0	22.6	12.9	4.8	11.4	1.0	0.2
Hasta 10 años	12	28.1	19.3	11.2	3.1	23.9	1.2	1.2
11 años	14.3	21.9	26.6	14.3	8	14.4	0.6	
12 años	16.7	30.7	22	13.6	3.9	12	0.5	0.4
13 años	18.2	35.2	19.0	13.2	3.4	9.6	1.3	
14 años	18.3	33.4	24.8	12	4.7	5.7	1.1	
15 años y más	21.6	30.7	21.7	12.1	5.2	7	1.8	
Nivel educativo	12.18	25.29	23.89	13.11	6.09	18.27	0.7	0.4
Primaria								
Secundaria	20.94	33.16	20.94	12.22	3.84	7.85	1.05	0
Ninguna	9.1	18.9	30.3	16.2	11.6	11.3	2.6	
Primaria	10.5	23.6	22.8	15.1	8.7	17	2.3	
Secundaria	22.8	30.5	19.4	10.4	3	13	0.6	0.3
Preparatoria o bachillerato	14.2	33	27.7	12.6	4.9	6.8	0.4	0.5
Licenciatura o posgrado	24.3	45	10.8	16.8	1.5	1.6		

Ninguna	11	17.7	22.2	16.7	4.3	23.5	2.3	2.4
Primaria	7.4	34.7	25	15.4	5.8	9.5	2.1	
Secundaria	22.2	28.8	20.6	10.2	6	11.6	0.3	0.3
Preparatoria o bachillerato	18.3	34.2	21.1	14.8	2.3	8.5	0.8	
Licenciatura o posgrado	18.2	35.1	28.6	14.7	3.3			

Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

Gráfica 6.2. “16.2 ¿Con qué frecuencia te conectas a internet?”
(porcentajes)



Fuente: ENFCBE-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Como sucede con la frecuencia de uso de la computadora, a mayor edad y a mayor escolaridad aumenta el número de veces a la semana que los encuestados se conectan a internet, pero a diferencia de la primera pregunta, en ésta se aprecia con mayor claridad cómo influye la escolaridad del padre en el uso de internet (cuadro 6.2), mientras que la escolaridad de la madre parece no tener el mismo efecto.

Respecto al lugar donde se conectan a internet los niños encuestados, la mayoría lo hace desde su casa (siete de cada diez), resultado que no sorprende si se toma en cuenta que casi la mitad de los hogares en el país cuenta con computadora (gráfica 6.3). El segundo lugar donde más se conectan los encuestados es el café internet (poco más de dos de cada diez) y el tercero es la escuela (casi dos de cada diez).

Es importante subrayar que siete de cada cien niños encuestados no utilizan internet, lo que refleja la brecha que hay en el acceso a este servicio, acceso que parece darse por sentado. En el análisis de las tablas de contingencia se observa que casi dos de cada diez niños encuestados, quienes dijeron que su madre no tenía escolaridad alguna, no utilizan internet; de igual forma,

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

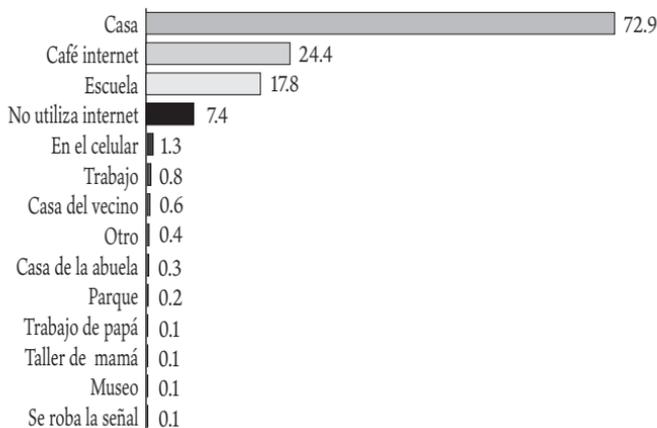
más de un niño de cada diez de los que viven en la región sureste está en esa situación (conviene recordar que en esta zona se encuentran algunos de los estados más pobres del país).

Cuadro 6.2. “16.2 ¿Con qué frecuencia te conectas a internet?” (porcentajes)

	Todos los días	Varias veces a la semana	Una vez a la semana	De 1 a 3 veces al mes	Con menor frecuencia	Nunca	No sabe
Total nacional	39.2	29.5	13.3	6.2	4.3	7.0	0.5
Ninguna	24.8	32.9	11.2	15.9	4.6	8.1	2.5
Escolaridad del papá	Primaria	30.2	28.8	15.9	5.2	6.9	0.8
	Secundaria	43.2	28.7	12.3	5.4	3.2	0.4
	Preparatoria o bachillerato	41.5	32.7	12.9	3.4	4.2	5.3
	Licenciatura o posgrado	52.9	25.7	12.2	6.2	3.0	

Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Gráfica 6.3. “17. ¿En dónde te conectas a internet?” (respuesta múltiple, no suma 100%)

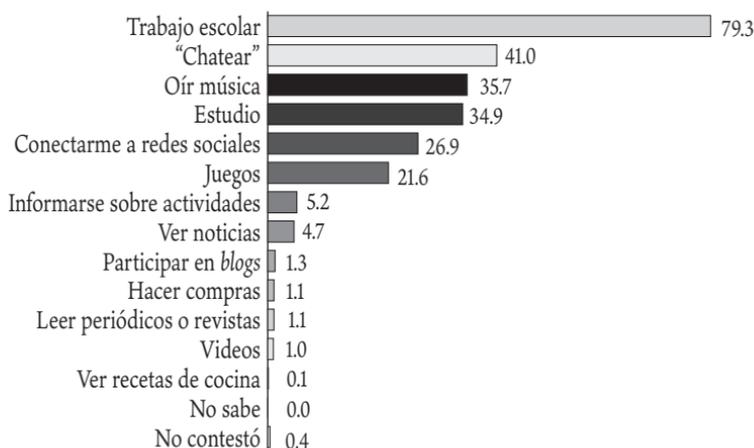


Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

Una vez conocida la frecuencia con la que los encuestados usan computadoras e internet, así como el lugar dónde se conectan, conviene saber para qué utilizan dichas herramientas. Luna y Juárez (2015) encontraron que la mayoría de sus encuestados utiliza internet para entretenerse; no obstante, su población estaba compuesta por adultos y no por niños como en este estudio, por lo que no es de extrañar que la mayoría de nuestros encuestados, casi ocho de cada diez, lo utilice para hacer trabajos escolares (gráfica 6.4). En segundo lugar, cuatro de cada diez niños usan internet para “chatear”, mientras que casi tres de cada diez lo usan para conectarse a redes sociales. Sólo una proporción muy pequeña de encuestados es la que usa internet para entretenerse de actividades o bien para ver noticias, lo cual es comprensible, dado que nuestra población está conformada por niños y jóvenes de entre 10 y 15 años.

Gráfica 6.4. “18. ¿Para qué lo usas principalmente?”
(respuesta múltiple, no suma 100%)

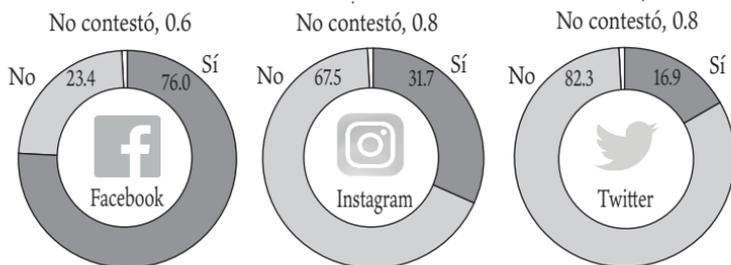


Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

Aunque los encuestados usan internet principalmente para hacer trabajos escolares, es importante saber si cuentan con alguna red social para conocer de qué medios de internet obtienen información y de qué tipo será ésta. La pregunta: *¿Tienes alguna red social?*, contaba con cuatro posibles respuestas, *Twitter*, *Facebook*, *Instagram* u *otra*, en cuyo caso se pedía especificar de cuál red se trataba (gráfica 6.5).

Gráfica 6.5. “19. ¿Tienes alguna cuenta en redes sociales, ejemplo: Twitter, Facebook, Instagram...?” (porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

La red más usada por los encuestados es Facebook, ya que más de siete de cada diez niños tienen una cuenta. En segundo lugar, pero con una gran diferencia, se encuentra Instagram, pues tres de cada diez niños encuestados afirmaron tener una cuenta en esta red. La red menos utilizada por los encuestados es Twitter, con poco más de un niño de cada diez con cuenta. Esto seguramente se debe a que Twitter es una red social más impersonal y, a diferencia de Facebook o de Instagram, es más difícil compartir y encontrar contenidos como fotos y videos; de igual forma, una gran parte de los usuarios de Facebook también utiliza la red para chatear, lo que también ayuda a explicar por qué es la red social más usada por los encuestados. Esto también puede explicarse por la existencia de grupos con idiosincrasias definidas, así como por el algoritmo de Facebook, que recomienda contenidos a sus

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

usuarios y cuenta con la capacidad de sincronizar juegos y otras aplicaciones móviles a redes sociales para aumentar el puntaje.

Como era de esperarse, entre más edad tengan los encuestados, más probable es que tengan cuentas de redes sociales. Llama la atención que las mujeres son las que más usan Facebook, poco menos de ocho de cada diez encuestadas, contra aproximadamente siete de cada diez niños; mientras que en el caso de Twitter son casi dos de cada diez niños encuestados contra poco más de una de cada diez encuestadas.

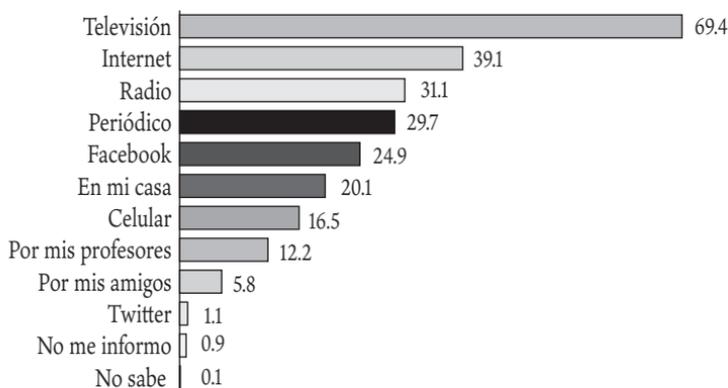
Los datos anteriores muestran los hábitos de uso de redes y medios digitales de los niños y jóvenes mexicanos, sin embargo, no informan si a través de éstas se enteran de lo que pasa en el país o si intercambian opiniones al respecto, ni su nivel de conocimiento político. Es por ello que añadimos varias preguntas para conocer esa información. En primer lugar, es importante saber dónde obtienen información política los niños y jóvenes. En segundo lugar, es necesario saber cuál es su nivel de conocimiento político para poder evaluar si las nuevas tecnologías de la información, además de los cambios contextuales, han contribuido a que los niños tengan valores más o menos democráticos.

FUENTES DE INFORMACIÓN

En primera instancia, preguntamos a los niños: *¿En dónde te informas principalmente de lo que pasa en el país?* (gráfica 6.6). Como era de esperarse, la respuesta más común fue *televisión*, medio que utilizan casi siete de cada diez niños. En segundo lugar, se encuentra *internet* con aproximadamente cuatro de cada diez encuestados, y en tercero, tres de cada diez niños y jóvenes dijeron enterarse a través de la radio. El hecho de que la televisión sea el medio más utilizado por niños y jóvenes para informarse es consistente con los datos proporcionados por el Inegi (2017) acerca del acceso de los hogares a las TIC, donde muestra que nueve de cada diez hogares cuentan con una televisión.

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

Gráfica 6.6. “28. ¿Cómo te informas principalmente de lo que pasa en el país?” (respuesta múltiple, no suma 100%)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Al analizar los datos de forma desagregada por diferentes características de la población encuestada, hay algunas relaciones que llaman la atención (cuadro 6.3). A mayor escolaridad del padre, mayor número de niños contestó que se informa de lo que pasa en el país a través del celular. Con relación al sexo, mientras poco más de dos de cada diez niñas dijeron enterarse en su casa de lo que sucede en el país, sólo poco más de uno de cada diez niños contestó esto, lo cual puede ser un reflejo del diferente tipo de educación que reciben hombres y mujeres. Esto podría indicar que a las niñas se les sigue dando una educación para que el principal espacio en el que se desarrollen sea su hogar, mientras que a los niños se les inculca que saldrán de sus casas para trabajar.

Similar a lo que sucede con una mayor escolaridad del padre, pero aún más notoriamente, aquellos encuestados que han viajado ya sea dentro de México o a otro país contestaron, en menor medida que sus contrapartes, informarse de lo que sucede en el país a través de la radio, y más a través de internet; esto se explica muy probablemente porque haber viajado es un *proxy* del ingreso familiar.

Cuadro 6.3. “28. ¿Cómo te informas principalmente de lo que pasa en el país?”
 (respuesta múltiple, no suma 100%)

	Total nacional	Radio	Periódico	Internet	Celular	Facebook	Televisión	Twitter	Por mis profesores	En mi casa	Por mis amigos	No me informo
Sexo												
	Hombre	33.4	29.5	39.5	16.1	27.1	69.0	1.3	11.3	17.7	4.9	0.9
	Mujer	29.0	29.8	38.8	16.8	23.0	69.7	1.0	13.0	22.3	6.7	1.0
Escaridad del papá	Ninguna	32.9	24.4	38.7	7.6	17.5	71.7	2.3	15.4	26.2	4.4	
	Primaria	32.8	26.0	41.4	18.6	24.2	72.2	0.7	13.3	17.9	3.6	2.1
	Secundaria	28.9	32.1	40.2	15.6	30.2	70.1	1.5	10.7	20.1	4.7	0.6
	Preparatoria o bachillerato	34.5	29.2	38.7	21.5	24.1	69.4	0.5	12.7	16.7	10.3	0.4
	Licenciatura o posgrado	31.4	28.8	44.7	22.2	31.3	65.8		14.6	21.2	3.1	
Región	Norte	30.7	27.7	43.4	15.7	26.6	67.3	1.1	10.1	26.0	4.3	1.5
	Occidente	24.6	28.1	36.8	17.0	28.0	63.0	1.0	23.2	28.0	10.5	0.5
	Centro	29.6	29.5	40.3	14.0	22.1	71.3	1.6	9.1	12.9	5.8	1.3
	Sur- Suroeste	41.8	34.7	33.3	21.5	24.2	75.9	0.6	8.5	15.9	2.8	

Ha viajado a otro país	Sí	25.1	26.5	43.4	15.1	25.6	67.0	1.3	12.9	19.7	10.8
	No	32.5	30.2	38.3	16.8	24.8	69.7	1.1	12.1	20.2	4.9
Ha viajado por la República	Sí	28.0	28.4	42.3	18.2	26.1	69.6	1.2	12.2	20.3	5.6
	No	39.2	32.2	31.4	11.9	22.4	68.7	1.1	12.2	19.4	6.5

Fuente: ENFCBB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

CONOCIMIENTO POLÍTICO

Como hemos dicho, uno de los motivos que Segovia tuvo cuando hizo su estudio pionero, fue analizar de qué manera el Estado mexicano estaba haciendo su labor respecto a la socialización política de los niños; cincuenta años más tarde y habiendo transitado a la democracia resulta importante saber cuál es el conocimiento político con el que cuentan los niños y jóvenes en la actualidad.

En “Political Knowledge, Political Engagement, and Civic Education”, William Galston (2001) menciona que los niveles de conocimiento político de los individuos tienen un impacto sobre la aceptación de los principios democráticos, actitudes hacia ciertos temas y propensión hacia la participación política. Contrario a lo que se pensaba antes, “las investigaciones recientes sugieren que la educación cívica tradicional transmitida en el salón de clases puede aumentar significativamente el conocimiento político” (Galston, 2001: 217).

Como bien señala Segovia (1975), el primer punto a explorar en cualquier trabajo sobre las actitudes políticas de los niños, jóvenes o adultos es el interés que manifiestan por los fenómenos políticos, para después conocer la cantidad y orientación de la información conseguida. La conversación política es, por ello, de una gran importancia, como lo son también los interlocutores. Saber dónde un niño habla y con quién habla de política resulta crucial para conocer, aunque sea parcialmente, la orientación de su participación.

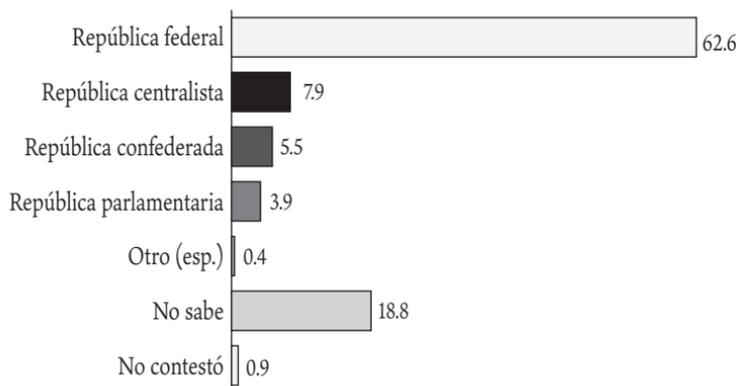
En capítulos anteriores analizamos los interlocutores de los niños y jóvenes con relación a la política y encontramos que los preferidos por los niños y jóvenes mexicanos son los padres, seguidos por los maestros. Asimismo, se vio que son la casa y la escuela los lugares donde realizan esta acción en mayor medida. En este apartado presentamos la percepción de determinados objetos políticos —personas, instituciones, acciones de la vida política— independientemente de las connotaciones afectivas o

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

evaluativas. De esta manera, intentamos conocer el nivel de información de los niños y cómo se relaciona con algunas de sus características sociodemográficas.

La primera pregunta para conocer el nivel de conocimiento político de los niños y jóvenes fue: *¿Qué tipo de gobierno tenemos en México?* (gráfica 6.7), a lo que seis de cada diez contestaron correctamente al seleccionar la opción *República federal*. Sin embargo, la siguiente respuesta más seleccionada, casi dos de cada diez encuestados, fue *No sabe*. Contrario a las respuestas registradas para otras preguntas, en este caso no hay diferencias notorias al analizar los datos desagregados por edad, grado escolar o escolaridad de los padres. Si bien seis de cada diez niños encuestados contestaron correctamente a esta pregunta, es preocupante que los otros cuatro no sepan qué tipo de gobierno se tiene en México y, como se acaba de mencionar, esto no parece estar relacionado con edad ni con nivel socioeconómico.

Gráfica 6.7. “37. ¿Qué tipo de gobierno tenemos en México?” (porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Aunque la primera pregunta podría resultar confusa para los niños al no distinguir claramente entre las opciones dadas, se es-

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

peraría que la pregunta: *¿A qué edad tienen los mexicanos derecho a votar?*, tuviera más respuestas correctas, ya que también implica que a esta edad se obtiene la mayoría de edad, concepto con el que muchos niños relacionan una mayor libertad. Como se esperaba, más de nueve de cada diez contestó correctamente al decir que dicha edad es 18 años (gráfica 6.8).

En cuanto a las diferencias por características de la población encuestada, no parecen tener efecto en el hecho de dar una respuesta correcta o no. En cambio, la influencia del grado escolar de los encuestados al responder esta pregunta sí es notoria, pues entre más alto sea éste, mayor número de niños contestó correctamente. El porcentaje de respuestas correctas para esta pregunta es incluso mayor que el que obtuvo Segovia (90%). Nuevamente, esto puede deberse a una gran difusión de propaganda del Instituto Nacional Electoral (INE) que promueve que, una vez cumplidos los 18 años, los mexicanos tramiten su credencial para votar. Este instituto no existía hace cincuenta años, por lo que era más difícil enterarse de esta información en algún otro lado que no fuera el hogar o la escuela.

Gráfica 6.8. “38. ¿A qué edad tienen los mexicanos derecho a votar?” (porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

Para Przeworski una democracia es un “sistema en el que los partidos pierden elecciones” (Przeworski, 1991), es decir, en un régimen democrático hay más de un partido que tiene opción real de gobernar, lo que permitiría a los ciudadanos votar por el candidato cuyas ideas se asemejen más a las suyas y haría que los políticos se preocupen por complacer a los ciudadanos para así obtener votos. Si bien la democracia se caracteriza “por la competencia de fuerzas políticas para promover sus intereses” (Przeworski, 1991: 12), es también un “sistema de proceso de conflictos en el que los resultados dependen de lo que hacen los participantes” (Przeworski, 1991: 12). Dada esta definición, es importante que los ciudadanos voten y sepan qué cargos son los que pueden elegir. De la reflexión anterior se desprende la siguiente pregunta: *De los siguientes cargos que te voy a leer, ¿cuáles son de elección popular?*

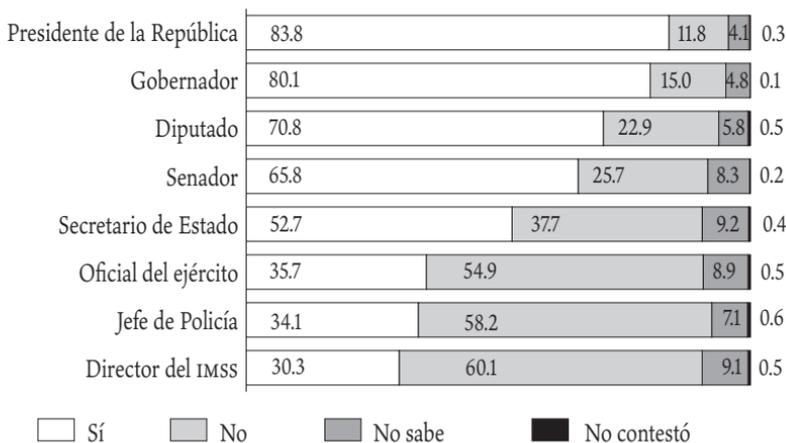
En general, los niños y jóvenes encuestados saben qué cargos son de elección popular y cuáles no (gráfica 6.9). El cargo con más respuestas correctas fue *presidente*, con poco más de ocho de cada diez encuestados que contestaron correctamente; este resultado no sorprende, pues el presidente es la figura más notoria del gobierno en México, reflejo de muchos años en los que el país tuvo un partido hegemónico y un gobierno autoritario en que el presidente se percibía como todopoderoso. Resulta interesante que cinco de cada diez niños respondieron que los secretarios de Estado también son electos, lo cual muestra el desconocimiento de cómo se conforma el poder ejecutivo, más allá de la figura presidencial.

El siguiente cargo que más respuestas correctas tuvo fue el de *gobernador*, con ocho de cada diez niños que contestaron que era un cargo de elección popular; esto puede deberse a que los gobernadores son percibidos como presidentes a menor escala, lo cual confirma que, sin importar el nivel, la cabeza del poder ejecutivo es más visible que los miembros de los congresos nacional y locales. Los resultados para presidente y para gobernador contrastan con los de *diputado* y *senador*, pues siete de cada diez

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

niños contestaron correctamente que los diputados son electos popularmente, mientras que para los segundos sólo poco más de seis encuestados de cada diez dieron una respuesta correcta.

Gráfica 6.9. “40. De los siguientes cargos que te voy a leer, ¿cuáles son de elección popular?” (porcentajes)



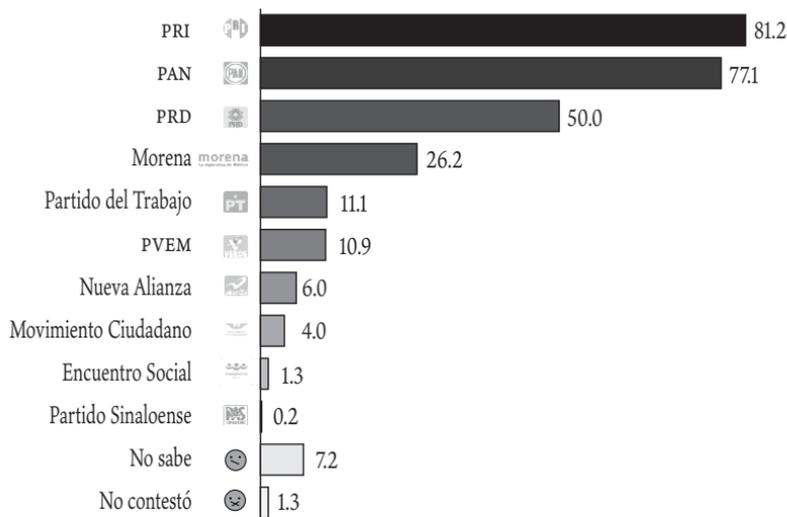
Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

La siguiente pregunta para conocer el nivel de conocimiento político de los niños y jóvenes en el país fue: *Dime el nombre de tres partidos políticos* (gráfica 6.10), lo cual se esperaba fuera fácil de contestar, ya que, al menos durante las campañas políticas, hay espectaculares y propaganda en radio, televisión e internet que menciona los nombres de manera constante. El nombre del partido más mencionado por los encuestados fue el PRI, con aproximadamente ocho de cada diez niños. Esto se puede atribuir a varios factores: por un lado, es el partido más longevo y el que ha durado más tiempo en el poder en México; en segundo lugar, el presidente de la República en el momento del levantamiento de la encuesta era Enrique Peña Nieto, quien pertenecía a dicho partido. El segundo partido más mencionado por los

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

encuestados fue el Partido Acción Nacional (PAN), ya que poco más de siete de cada diez niños lo identificaron; cinco de cada diez hicieron alusión al Partido de la Revolución Democrática (PRD) y casi tres de cada diez, a Morena (Movimiento de Regeneración Nacional).

Gráfica 6.10. “41. Dime los nombres de tres partidos políticos”
(respuesta espontánea y múltiple, no suma 100 por ciento)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

El PAN y el PRD son partidos relativamente bien conocidos por los encuestados, pues tienen 80 y 30 años de fundados, respectivamente, por lo tanto, además del PRI, son los que cuentan con más presencia en diferentes cargos; al momento de escribir este libro, el PRI gobernaba catorce estados; el PAN, diez y el PRD, cinco. Por su parte, Morena es un partido menos conocido, pues se formó muy recientemente.

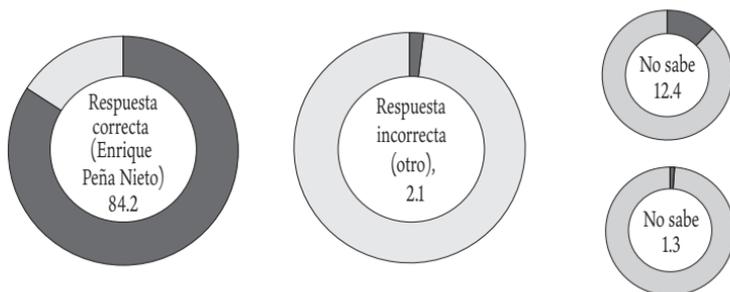
Otra pregunta que usamos para indagar el nivel de conocimiento político de los niños en México fue: ¿Cómo se llama el

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

presidente de la República? (gráfica 6.11), 84 de cada 100 niños contestaron correctamente. Si bien son la mayoría, hay que destacar que doce de cada cien niños y jóvenes dijeron no saber. Sería interesante conocer estos datos para otros países, pero parece un porcentaje alto de desconocimiento, tomando en cuenta que la figura el presidente aparece diario en radio y televisión, cuando menos.

Respecto a la figura del presidente, Segovia también encontró que, junto con el PRI, el jefe del ejecutivo era el actor más conocido del sistema político mexicano por los niños. De su muestra, 90% conocía el nombre del presidente, cifra que contrasta con 84% de la nuestra.

Gráfica 6.11. “63. ¿Cómo se llama el presidente de la República?” (porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Para saber cuánto más saben los niños sobre el presidente, se realizaron dos preguntas más, en primer lugar: *¿De qué partido fue candidato el presidente de la República?* (gráfica 6.12), y en segundo: *¿Cuántos años dura en el poder el presidente de la República?* (gráfica 6.13). Dado que la mayoría de los encuestados supo cuál es el nombre del presidente de la República, no es de extrañar que aproximadamente ocho de cada diez niños contestó de forma correcta a qué partido pertenece. No obstante, dos de cada diez contestaron incorrectamente o dijeron no saber.

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

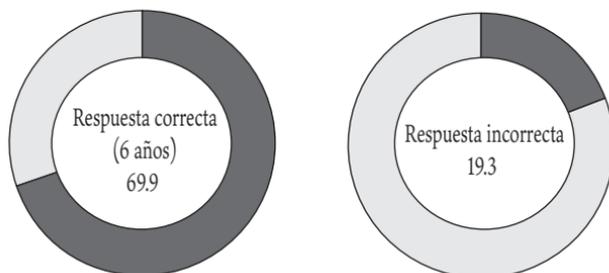
Como sucede en otros casos y como era de esperarse, para esta pregunta la única variable sociodemográfica que parece tener relación con que un mayor número de niños conteste correctamente es la escolaridad y no la edad, lo cual indica que, efectivamente, al avanzar en el nivel de estudios, los niños y jóvenes van obteniendo y recordando más información.

Gráfica 6.12. “64. ¿De qué partido fue candidato el presidente de la República?” (porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM

Gráfica 6.13. “65. ¿Cuántos años dura en el poder el presidente de la República?” (porcentajes)



Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

Por último, a la pregunta: *¿Cuántos años dura en el poder el presidente de la República?*, siete de cada diez niños contestaron correctamente que seis años. A diferencia de otras preguntas, al hacer el análisis por características de la población, aquí sí parece haber una relación entre mayor edad y mayor número de respuestas correctas; lo mismo sucede a mayor escolaridad de los encuestados, sin ser aparentemente relevantes sexo o condición socioeconómica (cuadro 6.4).

Cuadro 6.4. “65. *¿Cuántos años dura en el poder el presidente de la República?*” (porcentajes)

		Respuesta correcta (seis años)	Respuesta incorrecta	No sabe	No contestó
Total nacional		69.9	19.3	10.4	0.4
Edad	Hasta 10 años	55.6	23.1	21.3	
	11 años	66.5	19.8	13.7	
	12 años	67.5	22.8	9.3	0.4
	13 años	65.8	21.6	11.2	1.3
	14 años	78.5	16.0	5.5	
	15 años y más	82.2	11.7	5.2	0.9
Grado escolar	5º de primaria	61.5	21.1	17.4	
	6º de primaria	63.4	24.2	10.9	1.5
	1º de secundaria	67.9	21.0	11.0	
	2º de secundaria	75.3	19.6	5.2	
	3º de secundaria	82.9	10.1	6.4	0.5

Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

Al hacer un análisis comparativo con los hallazgos de Segovia, en cuanto al partido del presidente, 86% de los encuestados de Segovia identificó a éste como del PRI, resultado más alto que el actual (casi 80%). Esto puede deberse a que, si bien la figura

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

del presidente sigue siendo la más importante del mundo de la política y el PRI sigue siendo el partido más reconocido, dada la transición democrática, ahora hay más actores participando, incluidos más partidos que ahora sí representan una verdadera oposición y otros funcionarios que ya no son vistos como meros servidores del presidente.

Con el fin de tener una aproximación a la posible relación que hay entre acceso a información en internet y conocimiento político, hicimos una tabla de contingencia en la que se cruzan estas dos variables (cuadro 6.5). Conocimiento político lo medimos con un índice aditivo en el que sumamos las respuestas correctas a cuatro preguntas: 1) ¿A qué edad tienen los mexicanos derecho a votar?; 2) De los siguientes cargos que te voy a leer, ¿cuáles son de elección popular?, opción senadores; 3) ¿De qué partido fue candidato el presidente de la República?, y 4) ¿Cuántos años dura en el poder el presidente de la República? A quienes tuvieron las cuatro respuestas correctas se les asignó un cuatro, tres a quienes respondieron correctamente tres preguntas y así sucesivamente hasta llegar a cero.

Cuadro 6.5. “16.2 ¿Con qué frecuencia te conectas a internet?”
(porcentajes)

	Índice de conocimiento político					Nacional
	0 (bajo)	1	2	3	4 (alto)	
Todos los días	40.0	23.5	28.2	40.9	43.9	39.2
Varias veces a la semana	20.0	39.2	28.8	29.0	28.8	29.3
Una vez a la semana	13.3	13.7	18.2	11.0	12.6	13.1
De 1 a 3 veces al mes	13.3	7.8	6.5	5.8	5.7	6.1
Con menor frecuencia	0.0	5.9	4.7	5.2	3.2	4.2
Nunca	6.7	9.8	12.4	7.9	5.7	7.8
No sabe	6.7	0.0	1.2	0.3	0.0	0.4

Fuente: ENFCEB-2017, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, IJ-UNAM.

LA SOCIALIZACIÓN POLÍTICA DE LOS NIÑOS EN MÉXICO

Como puede verse en el cuadro 6.5, no parece haber una relación clara entre frecuencia de conexión a internet y conocimiento político. Por un lado, dentro de los niños y adolescentes que tienen un conocimiento político más alto, cuatro de cada diez se conectan todos los días y menos de uno nunca se conecta. Por otro, dentro del grupo de menos conocimiento político, también cuatro de cada diez se conectan todos los días, mientras que menos de uno de cada diez nunca se conecta.

En resumen, si bien las nuevas tecnologías de la información no han tenido la penetración que se esperaba y aunque existen brechas para quienes pueden acceder a éstas, lo cierto es que en la actualidad también deben tomarse en cuenta como un medio por el cual la gente obtiene información de todo tipo, incluida la política. Es por esto que consideramos importante saber la frecuencia con la que los niños usan internet y a qué redes acceden, para así conocer si dichos medios son útiles en la promoción de la cultura política. Los resultados indican que la mayoría de los niños mexicanos utiliza internet y la computadora para hacer trabajos escolares; sin embargo, algunos de ellos también los utilizan para enterarse de noticias.

En cuanto a aquellas preguntas similares a las hechas por Segovia, encontramos que los niños mexicanos siguen hablando de política en sus casas y en sus escuelas, por lo que es importante, al menos en las escuelas, que las autoridades educativas fomenten el conocimiento político y el debate para así fortalecer las instituciones democráticas.

Respecto a las características sociodemográficas de los encuestados que afectaron el porcentaje de respuestas correctas, las más relevantes son *grado escolar* y *escolaridad del padre*. El hecho de que *grado* y *edad escolar* tengan un efecto sobre la corrección de las respuestas, puede ser un indicador de cómo sí se acumula más conocimiento conforme se cursan más años escolares; por su parte, la escolaridad del padre, no de la madre, es una aproximación al nivel socioeconómico del encuestado. Llama la atención que la escolaridad de la madre no tenga impacto alguno

AGENTES DE SOCIALIZACIÓN POLÍTICA

en el porcentaje de respuestas correctas sobre información política, sobre todo cuando sí encontramos que influye de manera positiva en los hábitos de lectura de los niños mexicanos.

Aunque hace cincuenta años los mexicanos vivían bajo un sistema autoritario de partido hegemónico, al menos en las respuestas a las preguntas de este capítulo no parece haber una gran diferencia con las respuestas que obtuvo Segovia; esto significa que, si bien ahora México es una democracia, todavía no se ha consolidado una cultura completamente afín a este régimen, donde se promueva más el debate y el intercambio de opiniones sin temor a represalias.