

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

# **Aproximaciones teóricas a la identidad política infantil como concepto en construcción. Y a la recepción televisiva como agente formador identitario.**

Graciela Eréndira Coronado Elicerio.

Cita:

Graciela Eréndira Coronado Elicerio (2009). *Aproximaciones teóricas a la identidad política infantil como concepto en construcción. Y a la recepción televisiva como agente formador identitario. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/1833>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# **Aproximaciones teóricas a la identidad política infantil como concepto en construcción**

**Y a la recepción televisiva como agente formador identitario**

***Graciela Eréndira Coronado Elicerio***

*Universidad de Guadalajara*

*Departamento de Estudios de la Comunicación Social*

*erencoronado@yahoo.com.mx*

## INTRODUCCIÓN

Después de una mañana en la escuela, en donde el niño aprende acerca de diversas materias, aprende a convivir con sus maestros y otros niños, y aprende que hay normas y a respetarlas; llega a casa y ve diversos programas televisivos para divertirse mientras realiza otras actividades como hacer la tarea, jugar o comer; decide junto con, o se ajusta a lo que otros miembros de su familia decidan ver, y compara lo que ve en “la tele” con lo que vive y aprende tanto en la escuela como en su casa.

¿Cómo los contenidos televisivos complementan o afectan el aprendizaje de los niños adquirido en otras instituciones como la familia y la escuela, participando así en la conformación de su identidad y su cultura? El entramado de instituciones que intervienen en la formación temprana de los sujetos sociales es múltiple y complejo, igual que su estudio.

Si bien, han sido muchas las teorías que se han ocupado de explicar los elementos conformadores y las etapas de desarrollo y formación del ser humano desde edades tempranas, especialmente desde disciplinas relacionadas con la psicología; los niños como grupo social no han sido un objeto de estudio ampliamente abordado en las ciencias sociales, sobre todo en el plano político y con referencia a la formación de su identidad como sujetos sociales y políticos.

Así pues, estando el estudio de la cultura y la identidad política referido siempre al hombre adulto, pocas veces se ha buscado dar una explicación al proceso de formación de esta cultura y esta identidad desde sus cimientos, menos aún se ha vinculado este análisis a instituciones mediáticas que día a día dan cuenta del determinante papel que juegan como agentes socializadores y formadores.

No se busca aquí esbozar el contenido y estructura que debiera tener una investigación de esta naturaleza, no es el objetivo de este texto problematizar al respecto de la “identidad política infantil”, simplemente se pretende acercarse a este enunciado como un concepto que, por parecer inapropiado debido a la contradicción que la relación niños-política podría expresar -por ser la política cosa de adultos-; se ha dejado de lado y se encuentra aún en construcción.

Si bien un término en construcción, la identidad política infantil es también un término pertinente que reclama su estudio como cualquier otro objeto relacionado con la cultura y las estructuras sociales, que busca dar una explicación al ser y hacer en contextos sociopolíticos específicos y a la manera en que se produce y reproduce socialmente el sentido. Se hace con este escrito una aproximación a tal término y a los elementos teóricos que aportan a la construcción del mismo, tratando de vincular el constructo conceptual con el estudio de la recepción televisiva como agente formador identitario.

## **DE LOS CONCEPTOS QUE CONFORMAN EL TÉRMINO**

El concepto de política se relaciona inherentemente con cuestiones gubernamentales y el establecimiento y permanencia de un orden Estado. En el presente documento, la política se aborda desde las cuestiones cotidianas de la socialización entre sujetos, desde una visión más bien culturalista, como “cultura política”, de una manera más abarcante, no reducida a la política institucionalizada, y se entiende como “un espacio más amplio donde creencias, saberes, valores, acciones y prácticas tienen una relación directa con la forma en que se acepta o se rechaza la distribución e interacción del poder entre los individuos en los distintos ambientes de significación social” (Ibarra, 2003: 91).

Se enfatiza entonces en hacer una diferenciación entre “la política” y “lo político”, en donde la primera apunta a establecer un orden y a organizar la coexistencia humana en condiciones que son conflictivas, pues están atravesadas por “lo político”, éste último concepto ligado a la dimensión de antagonismo y de hostilidad que existe entre las relaciones humanas y que se manifiesta como diversidad de las relaciones sociales, el encuentro y el reconocimiento de la “otredad” (Díaz, 2003: 50).

Lo político, entonces, se sale de las instituciones políticas y las nociones comúnmente relacionadas con la política, tales como el gobierno, las elecciones y los partidos, y se sitúa, en un primer plano, en las interacciones entre sujetos, en la socialización, que es un proceso de aprendizaje inadvertido y que, en su nivel político, supone la interiorización de valores, normas de convivencia y patrones de conducta que ponen de manifiesto relaciones de poder y, a través de éstas, la negociación de las mismas normas.

Referirse a “relaciones de poder” establecidas por los infantes, tanto con adultos como con otros niños en los diferentes espacios de socialización en los que se desenvuelven, es hablar de una socialización del ser en un nivel político, es decir, de una politización. Por una parte significa el entendimiento del niño acerca de la necesidad de establecer un orden o sistema y su auto-posicionamiento en algún nivel de éste, y por otro lado, la aceptación de ese orden conlleva a la aceptación de reglas que lo mantengan. En palabras de Segovia “La aceptación voluntaria de los límites, la interiorización de las normas no es sino el resultado de un proceso de aprendizaje político llamado socialización” (Segovia, 1975: 3).

La otra dimensión de lo político, relacionada con la otredad, es decir, el reconocimiento del otro, sea sujeto o grupo, contiene también el reconocimiento del yo o del grupo propio, y esa diferenciación positiva es producida por reacciones tanto cognitivas como emocionales, por una conciencia que se denomina identidad (Aldunate, Aravena, Cortés, De Tenazos, González, Manzi, Sáiz y Torres, 2005).

Los conceptos de identidad y cultura política están íntimamente relacionados: mientras que la cultura política es definida como “las actitudes y comportamientos de los individuos y/o grupos sociales frente al poder y su organización” (Gutiérrez, 1988: 9), la identidad se entiende como un conjunto de “paradigmas ideológicos que suponen formas de autorreconocimiento” (Ibid. Pp: 13), en este sentido, esas ideologías y formas de autorreconocimiento con respecto del poder y la organización del mismo suponen actitudes y comportamientos específicos; la cultura política conlleva a la interiorización de una identidad y es ésta la que hace prevalecer la cultura.

## **LOS PRINCIPALES POSTULADOS TEÓRICOS**

Una vez expuestos los conceptos clave del término en observación, en este apartado se hace una revisión de las referencias teóricas obligadas con relación al tema de la socialización y la identidad política, tratando también de vincular esta teorización al estudio del grupo social conformado por los infantes y al estudio de los procesos de recepción televisiva.

En este rubro, parece pesar el bagaje teórico acumulado hasta ahora, sobre todo con los postulados de Gabriel Almond y Sidney Verba (*The civic culture*, 1963), quienes plantean el concepto de “cultura política” contrastada con los sistemas políticos. En palabras de Óscar Fernández, estos autores “intentaron un estudio comparativo del funcionamiento de la cultura política predominante en ese momento en cinco distintas sociedades (Alemania, Gran Bretaña, Estados Unidos, Italia y México) con el fin de relacionar esas especificidades culturales y el desarrollo democrático alcanzado en cada una de ellas” (Fernández, 2000: 298).

En el estudio de Almond y Verba se identifican tres dimensiones de lo político que se pueden resumir de la siguiente manera:

1. Cognitiva: Los conocimientos y percepciones del sujeto en materia de la política y lo político.
2. Afectiva: Relacionada con los sentimientos que el sujeto experimenta con relación a la política y lo político y sus identificaciones con ideales, grupos, instituciones.
3. Ritual: Se refiere a la acción como sujeto político y la participación en actividades identificadas como políticas.

El estudio de Almond y Verba no sólo es una referencia obligada en relación con la cultura política, sino que además proporciona índices para el análisis de la politización de los sujetos, a partir de las dimensiones de lo político. Por otro lado, *The civic culture* como se titula la obra de estos autores, significa para México “el primer paso firme hacia la posible medición e interpretación de la cultura y el comportamiento político de los mexicanos, a partir de datos empíricos” (Segovia, 1996: 58).

Si bien la obra de Almond y Verba es un parteaguas en el estudio de la cultura y la identidad política, en ésta aún no se considera la participación de los medios de comunicación como industrias culturales, como agentes de socialización y, por tanto, como instituciones estructurantes de la cultura en la cual se desenvuelven y a partir de las cuales se entiende la realidad, se produce sentido y se reproduce la cultura.

Al día de hoy, esta función estructurante y formadora de los medios como instituciones sociales está más que reconocida y su estudio se hace necesario. Más recientes aportaciones al campo investigativo de la cultura política mexicana analizan los elementos que debieran incluir los estudios referentes a este tema, marcando enfáticamente la necesidad de considerar a los medios de comunicación en los procesos de socialización y como vehiculizadores de contenidos que, aunados a otros factores, conforman la identidad nacional.

Se hace pues pertinente el análisis de los “procesos formativos que conllevan a analizar diversas representaciones y posturas con respecto a la significación y la práctica política” y no sólo el resultado de éstas, es decir, los comportamientos y actitudes (Gutiérrez, 1988: 9). En palabras de Roberto Gutiérrez:

en los últimos tiempos se ha observado un crecimiento notable de aparatos hegemónicos que ejercen su influencia fundamentalmente en el campo de la comunicación. A partir de ellos se han generado paradigmas ideológicos que suponen formas de autorreconocimiento (identidades) estructuradas a partir de una elaboración imaginaria que desplaza la vida cotidiana... a una realidad que no por fantaseada deja de tener efectos sociales y políticos. No pocos grupos sociales son impactados por estos modelos, desde los cuales se produce el sentido y la justificación del propio quehacer en relación a un deber ser idealizado (Ibid: 13 y 14).

En este sentido, resulta oportuno el estudio de esas formas de autorreconocimiento que tienen fundamento, en parte, en modelos creados en los medios y que, aunque pueden ser presentados en ficción, no dejan de producir sentido ni ser elementos y espacios para la puesta en común del hacer, el pensar y el sentir político social.

Otras líneas de investigación más actuales y un tanto relacionadas con la educación, ya han buscado relacionar el estudio de la cultura política y los medios de comunicación, específicamente la televisión, buscando teorizar acerca del aprendizaje que supone la politización, como un aprendizaje que no sucede una única vez y de manera definitiva, sino a lo largo de un proceso que se extiende durante toda

la vida, en múltiples espacios y en el cual intervienen todos los agentes socializadores y se desarrolla y modifica a partir de la experiencia.

Enrique Sánchez Ruiz identifica tres formas de aprendizaje o educación:

- a) *Formal*, relacionada con la escuela y el sistema educativo institucionalizado;
- b) *No formal*, referente a la educación fuera del sistema pero sistematizada y organizada; y
- c) *Informal*, referida al aprendizaje cotidiano en todo lugar y momento y obtenido de los procesos de socialización y en el cual la televisión tiene gran incidencia debido a los alcances y la penetración del medio (Sánchez, 1992).

Ante estas nuevas aportaciones que ponen el interés en los medios de comunicación y hacen énfasis en el alcance cultural de la televisión y en su importancia como agente formador de sujetos, surgen nuevos enfoques investigativos que buscan analizar la participación mediática en diversos escenarios de la vida social. Recientemente han surgido algunos estudios abocados al análisis de la relación entre la televisión y los niños, destacando en estas propuestas la concepción del niño como agente activo de la cultura política.

En estas recientes líneas de estudio, se le confiere al niño la capacidad de ser un receptor activo, se busca abandonar la concepción mecánica del proceso de recepción en la cual el sujeto es pasivo y sufre los efectos de los medios de manera directa. En este enfoque se concibe al televidente como un sujeto que usa y reproduce los mensajes televisivos según su *agencia*.

El término *agencia* se refiere a una capacidad de acción del sujeto, específicamente con *agencia política infantil* se busca conceptualizar el rol de los niños como “agentes” de la cultura política, capaces de crearla y modificarla en función de sus intereses, significaciones y a partir de sus condiciones socioculturales específicas, y no sólo como receptores y reproductores de ésta (Ibarra, 2007).

La *agencia política infantil* se desarrolla por medio de la educación y la formación informal –citando a Sánchez–, en la cotidianeidad del proceso de socialización y a través de la interacción con otros y de las capacidades cognitivas propias del sujeto, y le confiere la cualidad de ser un “homo politicus” y la posibilidad de desenvolverse efectivamente y como agente activo de la cultura política (Ibid: 26).

Armando Ibarra (2007) analiza la *agencia política infantil* y busca estudiar las manifestaciones del ejercicio político en las relaciones cotidianas, en las relaciones que los niños establecen con adultos y otros niños, por medio de las cuales se ven inmersos en juegos de poder y ante las cuales requieren de la negociación y el ejercicio de la toma de decisiones; estas actividades de carácter político repercuten,

eventualmente, en la manera en que los sujetos se inician y desarrollan en la vida política y la cultura política de su sociedad.

A partir de las aportaciones teóricas mencionadas en el presente texto, primero enmarcadas en la cultura política, luego desde un enfoque educativo y, por último, de una manera integrativa y enfatizando en la capacidad de acción del sujeto más que visualizarlo como objeto en el que se vacía la cultura o que es educado desde la sociedad; el estudio de la relación entre televisión, niños y cultura, socialización e identidad política se ha visto estimulado y ha empezado a ser cada vez más explorado por la comunidad científica.

La anterior revisión de la evolución en el estudio y el estado teórico de la cultura política, la socialización política, el grupo social conformado por los niños y la televisión como agente socializador, permite pensar como pertinente la construcción conceptual de la identidad política infantil, como un término que refiere a la forma en que los niños participan activamente en la cultura política, si bien no en la política institucionalizada, sí en sus interacciones en sus espacios cotidianos de socialización, al desenvolverse dentro un marco normativo dado y al reconocerse y reconocer a los otros en un determinado lugar de esta cultura.

La identidad política infantil encierra un sinfín de procesos culturales y sociales, comprende el hecho de que el niño conozca los términos políticos de sus interacciones, reconozca su actividad política como tal, se identifique afectivamente con ciertos patrones e ideas y a través de éstos actúe de determinada manera. Dado que la identidad política se desarrolla en el marco de la socialización y la cultura política, los agentes socializadores y elementos estructurantes de dicha cultura, tales como los medios de comunicación, son y debieran ser siempre objeto de interés.

## **PUNTUALIZANDO EN LAS RAZONES PARA LA INCLUSIÓN DE LA TELEVISIÓN EN EL ESTUDIO DE LA IDENTIDAD POLÍTICA**

La identidad y la cultura tanto de individuos como de grupos sociales son procesos que se construyen en el día a día de las interacciones entre sujetos y a partir de las estructuras sociales y que, a su vez, al ser portadores de sentido del ser y el hacer cotidiano, contribuyen a la formación de esas mismas estructuras.

Los medios de comunicación, específicamente la televisión, forman parte de esas instituciones estructurantes de la cultura social, no sólo como vehículo de informaciones, sino como uno de los principales agentes socializadores en la actualidad, como elemento que propicia y otorga sentido a



diversas acciones y a partir del cual también se percibe y se entiende el entorno sociocultural, como un actor social que hace posible y difunde la “puesta en común” del saber social y a través del cual se propicia la producción de sentido (Fuentes, 2000).

La televisión, siendo el medio de comunicación más consumido por los niños<sup>1</sup>, se posiciona como elemento clave de su formación en todos los niveles, construye y difunde mensajes en los cuales se encuentran implícitos modelos de socialización, patrones de conducta e ideologías políticas.

Desde la perspectiva comunicacional, el papel de los medios en la sociedad ha sido ampliamente estudiado. Investigadores en el campo han buscado entender los alcances y las implicaciones sociales de los mismos y han terminado por reconocer su participación como importantes elementos conformadores de la cultura y como instituciones formadoras:

Al igual que la familia, la Iglesia y la escuela, los medios de comunicación colectiva han sido reconocidos como una institución social por su función como portadores, creadores y difusores de visiones del mundo y formas de vida en sociedad. Sólo que por su inmediatez, pasividad e innovación llevan ventaja en la difusión de modelos de sociedad, de hombres y mujeres, vida cotidiana y relaciones sociales con determinado valor ético y cultural (Alonso, 2004: 13).

Con relación a los procesos de socialización política, la investigación empírica ha arrojado datos en los que afirman el importante papel de los medios, especialmente la televisión, en la formación de los infantes: “los papás, en conjunto con la programación televisiva, son los principales agentes de socialización y formación política, deslizando a un segundo lugar a la escuela y a sus interlocutores, los profesores” (Ibarra, 2007: 31). Además, la TV ha sido reconocida como el medio de comunicación preferido por los niños tapatíos y la mayor fuente de información política.

La televisión reclama su estudio en el campo de la cultura política, no sólo como *vehículo* de informaciones políticas, sino como un elemento que propicia y *otorga sentido* a diversas prácticas políticas y a partir del cual también se percibe y se entiende el entorno sociocultural; como un actor social que hace posible y difunde la “puesta en común” de conocimientos y actitudes y acciones de lo político.

## **BIBLIOGRAFÍA**

---

<sup>1</sup> Algunas investigaciones realizadas en diferentes sociedades arrojan los siguientes datos: un promedio de 4 horas de consumo televisivo diario en la zona metropolitana de Guadalajara, en niños de 9 a 12 años de edad (Ibarra, 2003); y aproximadamente 22 horas de consumo televisivo semanal en niños menores de 12 años en Estados Unidos.

- ALDUNATE, N.; ARAVENA, T.; CORTÉS, F.; DE TENAZOS, P.; GONZÁLEZ, R.; MANZI, J.; SÁIZ, J. Y TORRES, D. (2005) "Identidad y actitudes políticas en jóvenes universitarios: el desencanto de los que no se identifican políticamente", en *Revista de ciencia política*, vol./año 25, número 002. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile. Pp: 65-90.
- ALONSO, Aurora. (2004). *Los medios en la comunicación educativa*. México. Universidad Pedagógica Nacional y Limusa editores.
- ALMOND, Gabriel. y VERBA, Sidney. (1963) *The Civic Culture*. EEUU: Princeton University Press.
- DÍAZ, Álvaro. (junio, 2003). "Una discreta diferenciación entre la política y lo político su incidencia sobre la educación en cuanto a la socialización política", en *Reflexión política*, Número 009. Colombia: Universidad Autónoma de Bucaramanga. Pp: 49-58.
- FERNÁNDEZ, Óscar. (2000). "Cultura política", en *Diccionario electoral*, segunda edición, Tomo 1. Costa Rica: Instituto Interamericano de Derechos Humanos. Pp: 291-298.
- FUENTES, Raúl (2000). "Perspectivas socioculturales postdisciplinarias en la investigación de la comunicación", en Orozco, Guillermo (Coord.) *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*. España: Ediciones de la Torre. Pp: 17 -31.
- GUTIÉRREZ, Roberto. (enero-agosto, 1988). "A manera de introducción; elementos para un análisis de la cultura política contemporánea en México", en *Revista A*, Número 23-24. México: UAM, Azcapotzalco. Pp: 09-16.
- IBARRA, Armando. (2003) *Televisión y socialización política de escolares en la Zona Metropolitana de Guadalajara*, Tesis Doctoral. México: Universidad de Guadalajara.
- (2007) "Televisión y agencia política infantil en Guadalajara", en *Gobernabilidad democrática. Cultura política y medios de comunicación en México*. México: Universidad de Guadalajara. Pp: 13-50.
- SÁNCHEZ, Enrique. (mayo-agosto, 1992) " Cultura política y medios de difusión. Educación informal y socialización", en *Comunicación y sociedad*, Número 21. México: Universidad de Guadalajara. Pp: 97 – 137.

SEGOVIA, Rafael. (1975). *Politización del niño Mexicano*. México: El Colegio de México.

----- (Julio, 1996) "Una cultura política inmóvil", en Revista Nexos, Número 223. México. Pp: 57-62.