

## La televisión como campo de estudio en la socialización política del niño

ARMANDO MARTÍN IBARRA LÓPEZ

### INTRODUCCIÓN

Participar en un acto político, defender una postura o un punto de vista ante los demás, votar para elegir un candidato, un partido y una plataforma política, son acciones que no surgen de repente. Los valores, los hábitos y las prácticas políticas resultan de un proceso complejo de socialización, en el que intervienen grupos e instituciones, y de uno de aprendizaje de parte del individuo.

El término socialización política ha sido definido por varios autores (Easton y Dennis 1969; Niemi 1973; Kraus y Davis 1975), que indican que la socialización tiene un significado estrecho, como civismo, que se relaciona con lo enseñado en la escuela, o amplio, como todo el aprendizaje político. Aquí utilizaremos este último.

Lo político lo entiendo como un concepto que rebasa los ámbitos de los conocimientos, creencias y prácticas de la esfera de la política institucionalizada (sistema político, gobierno, partidos políticos, elecciones, etcétera) y se ubica en una forma más amplia donde saberes, creencias, valores y acciones tienen una relación directa con la manera en que se acepta o se rechaza la distribución e interacción del poder entre los individuos en los distintos

ambientes de significación social. Así, la interrelación que tiene el niño con sus padres, con sus profesores, hermanos y grupos de pares, sin que esté dentro del sistema político, establece juegos de poder, de negociación, de toma de decisiones, de prácticas, de creencias y de acciones de carácter político, que tienen, de algún modo, repercusiones con la futura inserción de los individuos a la vida política.

Parece obvio que los jóvenes no desarrollan ideas políticas por el simple hecho de alcanzar la mayoría de edad, por lo que resulta valioso tratar de entender el proceso de socialización durante los primeros dieciocho años y de manera particular los orígenes del aprendizaje político en la edad infantil, como resultado de su interacción con la televisión. De ahí la relevancia de abrir espacios y objetos de estudio que se interesen por comprender el papel de la televisión como agente de socialización política en los niños.

Al mismo tiempo se empieza a reconocer un campo de estudio, que se consolida en la medida que se buscan explicar las consecuencias de agentes de socialización que, como la televisión, son cada vez más importantes en la consolidación de los sistemas políticos. Los estudios de

Profesor-investigador del  
Departamento de Estudios  
sobre la Comunicación Social

esta línea investigativa, en su mayoría, confrontan la pregunta ¿cuál es la relación entre el aprendizaje político de los niños y la vida política de los adultos?

Al examinar la bibliografía sobre socialización política y televisión, sorprende la escasez de estudios que vinculan ambos objetos de estudio. Sin embargo, existe una variedad considerable en distintas disciplinas que han investigado dichos objetos de manera separada. En los últimos cincuenta años, más o menos, se han hecho serios esfuerzos para entender este complicado proceso de socialización de lo político.

#### DEL NIÑO TELEVIDENTE AL INDIVIDUO POLITIZADO: JUSTIFICACIÓN DE UNA PROBLEMÁTICA EN LOS ESTUDIOS DE TELEVISIÓN

"El comportamiento político se ve determinado por una serie de factores motivacionales y emocionales operando a través de un proceso psicodinámico complicado desde la infancia [...] Los individuos aprenden gradualmente sus orientaciones políticas [...] Se socializan y actúan más por la posición social que guardan que por necesidad" (Hyman 1959).

Este fragmento escrito por Hyman en 1959 es parte de uno de los estudios pioneros que analizó de manera específica y seria el problema de los niños y la socialización política; a cuarenta años de distancia todavía parece vigente.

Efectivamente, al observar el progreso de los niños actuales en sus formas de interrelacionarse y defender sus puntos de vista, posiciones sociales y de *status* ante sus tutores (padres, profesores, sacerdotes, etcétera) y su entorno social, nos sorprendemos por los cambios operados en ellos. Estos, más que determinados por el lugar que guardan en su ámbito familiar y por su nivel de participación en la construcción de su mundo de significados, quedan establecidos por la negociación

y la toma de decisiones que forman parte del ambiente natural del niño y de su intercambio social con los adultos y la televisión.

La actividad política ha experimentado un incremento significativo en el universo de los niños. Hoy, la relación política se ha convertido en un acto social que se ejerce a diario con pleno derecho, de la misma manera, por ejemplo, que puede serlo el consumir.

Como lo subraya Gil (1993), la sociedad de la imagen, indisociablemente ligada a una cultura audiovisual,<sup>1</sup> ha influido de forma considerable en los niños, y los ha hecho conscientes de su papel de negociadores para obtener satisfactores. Cuando los adultos se ubican como referentes del mundo cultural ante los niños, es difícil que éstos, convencidos de su nuevo poder,<sup>2</sup> reaccionen de otro modo.

¡Opinar y crecer políticamente!, puede ser la máxima del niño contemporáneo, incluso se podría decir, si quisiéramos de manera esquemática, como lo plantea Ingleby (1974), que casi todas las acciones emprendidas por un niño desde su nacimiento, y aun antes, reflejan coerciones impuestas por el lugar que él ocupa en el sistema político; a pesar de que esto tenga que concretarse en una pérdida de libertad,<sup>3</sup> el niño no deja pasar esa oportunidad que se le ofrece para ponerse al nivel de los "mayores". Alain (1976) señala que "el niño no desea otra cosa que no ser un niño" y si en el momento de la tercera infancia (de los nueve a los doce años) antes de entrar a la adolescencia, dedica la mitad de su tiempo libre a los juegos (hacer como si fuera) ¿qué valor tendrá para él poder sustituir, en parte, este "hacer como" por acciones reales?

Al principio, sin duda, las oportunidades de participación política de los niños están muy limitadas por sus posibilidades cognitivas (ver Piaget 1937) y sus capacidades de interacción social, pero con el tiempo sus centros de interés se amplían, entre otras causas, por el panorama que presenta la televisión contemporánea.

Easton y Hess (1962) reportan haber encontrado evidencia que establece que el mundo político del niño comienza a formar parte de su vida antes de ingresar a la escuela elemental y que durante los años de escolarización ocurren rápidos y dinámicos cambios en su concepción y actuación política.

Hacia los cinco o seis años empezarán a asignarle un valor social a esas relaciones en la medida que interactúan no sólo con sus tutores, sino con compañeros de su misma edad en la escuela o el vecindario, y por su consolidación como receptores televisivos.<sup>4</sup>

Connell (1971) estudió la percepción del mundo político de los niños mediante preguntas acerca de las autoridades (Easton y Dennis 1986; Sánchez 1994; Nateras 1995; Segovia 1975) y encontraron que las figuras políticas (presidentes y gobernadores) eran lo más conocido y visible del mundo político de los niños.

Entre los diez y los doce años,<sup>5</sup> los niños han iniciado el manejo del pensamiento abstracto; tienden hacia la búsqueda de la empatía en sus grupos de significación, sobre todo con niños de su misma edad; acumularon conocimientos producto del aparato escolar, así como de las vivencias audiovisuales en su rol de televidentes; en resumen, cuentan con un capital de conocimientos acumulados y sofisticados acerca de ideas y percepciones de la esfera política. Asimismo, comienzan a formular una concepción más racional de los roles, procesos e instituciones políticas, que reemplaza sus percepciones simples.

El desarrollo moral tiene un interés particular en el ámbito político del niño. Kohlberg (1964) sugiere que de los diez a los trece años (etapa preconvencional o premoral), el dilema de enjuiciar lo bueno o lo malo, o la obediencia hacia reglas, forma parte de la relación del niño con sus tutores y de cómo entienden el poder. Pero las acciones de los niños están gobernadas por el deseo de evitar el castigo; éstos obedecen a los adultos porque tienen poderes superiores y no por estar convencidos de su autoridad.

En estudios con adolescentes (Dennis 1986; Grossman 1974; Garamone 1983) se han reportado cambios en las actitudes políticas con relación a los niños: "Conforme se avanza en edad, los niños cambian de una percepción personal y emocional de la política a ideas más abstractas; antes evaluaban afectivamente a las autoridades más que racionalmente" (Nateras 1995: 215). "En muchos aspectos, los años de adolescencia son los más importantes para que el aprendizaje político tenga lugar" (Dawson y Dawson 1977: 49). Mientras se desarrolla la capacidad de diferenciar y percibir los roles impersonales, se incrementa la información y la claridad de los conocimientos políticos.

Esa correlación, considerablemente positiva, entre la edad del niño y el desarrollo de sus facultades de opinar, expresar y actuar políticamente, ha tenido también como consecuencia una modificación de la perspectiva desde la cual va a abordar los problemas en su casa, con sus amigos y en la escuela.

Los niños o preadolescentes, durante este período cronológico, constituyen una categoría de niños politizados,<sup>6</sup> en particular ávidos de hacer realidad sus juegos de poder. Se estima así que, en los últimos años, las prácticas de negociación y de relaciones para llegar a acuerdos o tomar decisiones en la familia o en la escuela, han sido introducidas por

los niños. Cada vez más, sabemos que los niños cuestionan las opiniones y procederes de sus padres y profesores; claro está que esto tiene relación con su clase social, la ocupación y los tipos de autoridad que se reproducen en los ámbitos familiar y escolar.

Existe, asimismo, una oportunidad de consumarse no sólo como individuo politizado, sino como político que ejerce un tipo de poder: el capitán del equipo de algún deporte, la reina de la primavera, el coordinador del equipo o grupo escolar, el mayor de la familia, etcétera. Para el niño, esta situación tiene una importancia especial en

términos de implicación, puesto que lo que ocurría en juegos se empieza a hacer realidad en sus actividades cotidianas, y utiliza para sus decisiones y acciones esa nueva perspectiva que le da *status* de líder.

Podría parecer que en la actualidad asistimos a una sociedad donde los niños han madurado más en su comportamiento político. El medir de qué manera influyen la familia y la escuela en los procesos políticos ha dado lugar a la profundización acerca del papel que viene desarrollando la televisión como agente de socialización.



Fotografía/Mike Houst/Reino Unido

El escenario de la significación política se configura alrededor de las instituciones y los agentes de socialización que, por tradición, se habían ocupado del asunto. La familia, la escuela y la iglesia,<sup>7</sup> y en estos momentos la televisión, son los más estudiados, por la influencia que ejercen en el aprendizaje social de los individuos.

Así, en Estados Unidos, los estudios de socialización política<sup>8</sup> que iniciaron con adultos, han centrado su atención hacia los niños y, sobre todo, hacia los adolescentes por ser una población de preciudadanos que entrarán en la escena política en aproximadamente seis años, para engrosar las filas de los votantes.

A la vista de estos planteamientos, se puede interrogar con legitimidad respecto de los factores que han contribuido, en los últimos años, a politizar al niño y a constituir un campo de estudio sobre la televisión en la socialización política en niños:

1) El primer factor se refiere al contexto de un mundo en globalización, donde lo económico y lo político son dos de las dimensiones más importantes en la formación de un nuevo orden. La búsqueda de la democracia en los diferentes países ha contribuido al establecimiento de cuando menos una cultura de mayor participación —aunque sea en el discurso— en las decisiones públicas. En el discurso político que prolifera en todo el orbe y amplificado por los medios de información, se escucha de la existencia, en los diferentes niveles de la estructura y la organización social, de estados más participativos y pluralistas, de organizaciones, instituciones y empresas comprometidas con todos y para todos; y la gente por lo general espera una sociedad más democrática.

2) El segundo factor se encuentra en el ámbito de la familia (sobre todo en las zonas urbanas). La desaparición de la familia ampliada ha provocado el nacimiento de la fami-

lia nuclear o celular (padres e hijos). El alejamiento geográfico (aunque sea en el mismo barrio, colonia o pequeña comunidad) hace que los demás miembros de la familia, principalmente los abuelos, se muestren con frecuencia indulgentes con los niños, y ellos han aprovechado la situación para expresar con más libertad sus opiniones y acciones. Los matrimonios de ciudad, en la mayoría de los casos, poco dialogan e interactúan con sus hijos, debido a sus múltiples ocupaciones para subsistir, lo que hace posible una mayor apertura para aceptar las decisiones tomadas por sus hijos.

3) Un tercer factor que ha favorecido la generación de un niño politizado es, sin duda, la redefinición de los papeles en el seno de la familia. Mientras que durante mucho tiempo el niño tenía que conformarse con obedecer a ciegas las órdenes de sus tutores sin discutir, ahora se le reconoce como un miembro de pleno derecho en la pequeña comunidad, "... miembro que tiene voz y voto y con el cual se dialoga. El acceso al estatuto de 'padres' al principio de los años setenta de una generación que había luchado por el derecho a la libertad y a la emancipación, unos cuantos años antes contribuyó sin duda enormemente a agitar las cosas en ese sentido" (Brée 1995: 23).

4) El cuarto factor señala la desaparición progresiva de un alejamiento marcado entre la infancia y la adultez. La creación del concepto de adolescencia (ver Gessell 1956) debido sobre todo a la prolongación de la escolarización, ha sustituido ese vaivén que coincide muchas veces (hacia los doce años hace un siglo; más tarde entre los quince y los dieciséis; y en la actualidad entre los dieciséis y los dieciocho años) con el mundo del trabajo, por un continuo que inicia con la primera infancia y convierte la entrada a la vida adulta en algo mucho más impreciso.

5) El quinto factor que ha servido como catalizador para los otros cuatro es, naturalmente, el aumento en la información que se maneja a diario. Con el desarrollo y la popularización de la televisión y su penetración a los hogares y a las escuelas (últimos años de la década de los sesenta), es uno de los medios que más prefieren los mexicanos (Sánchez 1993); en menor medida se encuentran la radio y la prensa.

La penetración de la televisión en las familias ha crecido tanto que se calcula que 88 por ciento de los hogares urbanos mexicanos tienen un televisor; en la zona metropolitana de la ciudad de México, el porcentaje es de 96.2 y en Guadalajara, de 91.8. Este aparato suele estar encendido en promedio entre cinco y seis horas diarias (Sánchez 1993), que lo hace una ventana de información importante entre los miembros de la familia. Los niños constituyen el grupo que más tiempo pasa frente al televisor, entre tres y cuatro horas diarias (Kraus y Davis 1975; Maya y Silva 1987).

Estos factores y otros más han provocado que el niño, confinado hasta entonces a un papel de observador pasivo, vea cómo se le atribuyen responsabilidades, a menudo significativas, considerando su edad. Mientras que hasta ese momento se hallaba casi privado de cualquier poder de decisión, e incluso de consulta, en las elecciones familiares ha visto que sus prerrogativas se revalorizan de modo considerable.

#### LA TELEVISIÓN COMO CAMPO DE ESTUDIO

Entre los estudiosos de la socialización política, Hyman (1959) hace uno de los primeros recuentos y valoriza el papel de la televisión en este proceso; en ese tiempo empezaba a formar parte de la atención de los niños (sobre todo de clase media y alta, ya que aún no era un medio muy popular).

Por otro lado, los estudiosos de la comunicación hacían los primeros intentos por evaluar su impacto en los niños (Schramm y otros: 1961); con ello abrían un nuevo objeto de estudio que se interconectaba con la problemática política.

En esta línea de trabajo, cuando menos hasta 1970, se consideró escasa y de poca contribución la influencia de los medios masivos en la socialización política (cfr. Kraus y Davis 1975). Los trabajos de Hyman todavía no estaban disponibles para el grupo de Schramm ni para los otros investigadores, ni los de éstos para Hyman; la conclusión que prevaleció en el ámbito de dichos estudios fue que "la familia es el agente de socialización más importante" (Hyman 1959: 60).

Por su parte, los psicólogos sociales (Bandura 1963 y Knutson 1973), reconocían la influencia que empezaba a ejercer la televisión sobre los procesos cognitivos y comportamientos de los niños.

Durante casi una década, profesionales de distintas disciplinas que intentaron explicar el fenómeno de la socialización desde la perspectiva de los medios masivos y las actitudes y prácticas políticas, excluyeron en sus hallazgos la información producida por sus investigaciones.

Kraus y Davis nos explican algunas razones por las cuales existe un relativo descuido de las variables de comunicación masiva en los estudios y bibliografía de socialización política:

1. Al conceptualizar la socialización política, los investigadores definieron las variables dependientes a modo de excluir a los medios masivos como posibles influencias primarias. Por ejemplo, no era de esperarse que los medios propiciarán actitudes tales como la identificación de partido, las cuales, por definición, eran competencia de la familia. Existía la tendencia a contemplar a la familia como el centro lógico de

influencia, reforzado más o menos, por todos los demás agentes de socialización. Este razonamiento tautológico puede haber preordenado parcialmente los resultados de las investigaciones.

2. Los primeros estudios de los medios masivos que se ocuparon de los efectos en los adultos por exposición a la radio o los diarios, concluyeron que los medios sólo servían para reforzar las actitudes, valores o comportamientos existentes. Los investigadores en socialización política citaban esos resultados como apoyo para excluir a los medios de sus análisis. El hecho de que estos estudios hayan utilizado a personas adultas para responder a sus preguntas, no impidió que los investigadores en socialización extendieran estos resultados a los niños.

3. Los investigadores en socialización tendieron a considerar a los medios masivos como poco más que simples transmisores de información (Kraus y Davis 1975: 24-25).

La tradición norteamericana, iniciada por Kraus y Davis (1975) hace veinticinco años, en este campo de estudio se ha venido extendiendo hacia algunos países de Latinoamérica, entre los que destacan México, Argentina y Perú. En otras latitudes, en Italia, han sobresalido trabajos como el de un viejo y clásico de la politología, Giovanni Sartori (1992), quien en un ensayo titulado "Videopoder" aborda el problema del poder en un marco donde la televisión modela la actual cultura política.

Haciendo un balance de los trabajos en esa línea durante los poco más de treinta años de su constitución, encontramos una relación directamente proporcional con la evolución del sistema televisivo y la participación del niño en las decisiones familiares. Asimismo, la introducción en la televisión de la mercadotecnia y publicidad moderna ha provocado un interés natural hacia los estudios de socialización política.



Fotografía/FLORIAN STÖLLINGER/Austria

En general, el problema de cómo evaluar los efectos de la televisión aún hace difícil llegar a conclusiones en las que todos concuerden. Hemos expuesto argumentos a favor de la opinión que sostiene que la televisión contribuye, de igual forma, a la de los demás agentes socializadores; contribuye o facilita el aprendizaje sobre lo político y la política, de tal modo que es posible configurar creencias y comportamientos políticos como consecuencia de un proceso mediado<sup>9</sup> y sistemático de recepción televisiva.

#### ACERCAMIENTOS Y HALLAZGOS EN EL CAMPO DE ESTUDIO

Los primeros estudios, y por tanto los clásicos, en este campo de los medios y la socialización política, iniciaron introduciendo el aspecto de los medios como una variable marginal (Hess y Torney 1967, en Estados Unidos, y Segovia 1975, en México) que poco a poco se ha consolidado como un factor influyente en las explicaciones de este objeto de estudio.

En algunos análisis que incluyen a los medios, combinaban dos o más de éstos, con las ya tradicionales explicaciones en las que familia y escuela formaban parte primordial de este campo de trabajo (Hess y Torney 1967; Atkin 1981; Serrano 1982). Otras investigaciones articulan tan sólo un medio masivo o el proceso de comunicación en ambientes escolares (Dawson y Dawson 1977 y Morduchowicz 1995) o en el marco familiar (Meadowcroft 1986; Tims 1986; Tovar 1989).

Los estudios de socialización política y televisión más socorridos han sido los que estudian el contenido político de los mensajes televisivos (Manheim 1983 y Singer 1983), en particular los de análisis de noticias (Atkin 1981; Garramone 1983; Jensen 1992).

Los principales hallazgos en esta vertiente se refieren a que la programación televisiva, en general, incluye

información política de baja implicación psicológica que facilita su manipulación (Manheim 1983). En un análisis más específico con niños norteamericanos (Atkin 1981), se encontraron efectos cognitivos, afectivos y conductuales de la información política, así como gratificaciones al conversar sobre dicho tema en sus escuelas, con sus compañeros y profesores.

Se ha descubierto que existen mensajes televisivos que reproducen estilos autoritarios, o en los que desprestigian o desacreditan a líderes políticos o gobiernos (Medina y otros 1983). Singer (1983) demostró que la televisión, al presentar manifestaciones disidentes, actos de violencia o terrorismo, provoca emociones en los públicos que pueden llevarlos, cuando menos, a tomar partido por tal o cual situación.

Los problemas políticos y los personajes incluidos en la programación televisiva pueden generar opiniones y sentimientos nacionalistas y hasta patrióticos, o todo lo contrario, dependiendo de la manera en que la información se presente (Rebel y Montoya 1987; Medina y otros 1983).

Los trabajos desde la perspectiva cognoscitiva no han dejado de dar frutos en la vieja tradición norteamericana (ver Brown 1974), en la que se ha llegado al extremo de medir la memoria política y los tiempos en que individuos de distintas edades y capacidad simbólica retienen la información política transmitida por televisión (Bourdon 1992).

Dos autores en contextos distintos, Jensen (1992) en Estados Unidos y Sánchez (1989 y 1994) en México, han incorporado el papel del sujeto receptor y sus procesos de mediación social al análisis de la socialización política. Jensen, con una innovadora metodología cualitativa, genera una evidencia clara acerca de cómo descifrar el contenido

de la televisión y sus formas de apropiación del multisignificado, y cómo éste es transformado de acuerdo con los fines particulares de los individuos. Por su parte, Enrique Sánchez, con un estudio de las representaciones políticas en escolares de la zona metropolitana de Guadalajara (1989), desde la perspectiva de la construcción de la realidad social, concibe la televisión como "una fuente importante de representaciones sociales, de valoraciones, de información y significación" que se "constituye en una central mediadora cognitiva" (Sánchez 1989: 57) que vincula la realidad presentada por el contenido televisivo, el sujeto y el entorno en que convive.

#### A MANERA DE CONCLUSIÓN

Con base en un examen general de los estudios sobre el tema abordado, la televisión es un factor fundamental de la socialización política contemporánea en niños. Sin embargo, confrontar los resultados de la socialización política en niños y los comportamientos y actitudes de los adultos, cuando menos en la experiencia norteamericana, puede validar un campo de estudio complejo y de alcance a largo plazo, que nos permita conocer y explicar los procesos de socialización y aprendizaje en los diferentes períodos o estadios del desarrollo cognitivo y cronológico de los individuos.

Conocer las condiciones que provocan que los individuos se politicen, nos introduce al complejo conocimiento de los componentes de algunas de las diversas formas de expresión de la cultura política (*cf.* Nateras 1995).

También la información producida supone que el aprendizaje temprano, sobre todo en niños y adolescentes, es un factor valioso en el desarrollo social y psicológico de actitudes y comportamientos políticos.



Los cambios observados en niños y adultos sugieren que las creencias, actitudes y prácticas no son establecidas con firmeza como por lo regular se ha sostenido; pero en particular entre los adolescentes y jóvenes, éstas pueden cambiar de manera notable en períodos extraordinariamente cortos, con influencia o estímulos apropiados (ver Niemi 1973 y Kraus y Davis 1975).

Profundizar sobre la influencia de la televisión en la socialización política nos permitirá enfrentar los problemas políticos con, al menos, algún conocimiento de las consecuencias del proceso, los índices, las estructuras de pensamiento y acción y los orígenes del aprendizaje de lo político.

El siguiente paso será, sin duda, constituir modelos teórico-metodológicos desde la visión del sujeto y la sociedad, que integren si no todos los agentes de socialización, sí los más importantes, e incluya los patrones y procesos de comunicación entre niños y sus interactuantes directos: padres, hermanos, profesores, compañeros de grupo y semejantes de su vecindario.

Estos modelos necesariamente tendrán que considerar el papel de la televisión como uno de los medios de mayor uso y convivencia con los niños. Entender los patrones de exposición y uso televisivo, sobre todo por y en los ambientes de mayor significación para los infantes, aportará índices como insumos de un análisis que debe ir más allá de la noción de que la televisión tan sólo refuerza actitudes por los grados de exposición.

Investigar la televisión y la socialización política de niños no tiene la finalidad de conocer el proceso de formación de los futuros votantes, saber qué partido tiene opciones de triunfar o mantenerse en el "ring" político, sino para explicar el complejo proceso de aprendizaje político de los individuos en sus diferentes

niveles de desarrollo y ambientes de significación y vida social.

#### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alain (1976) *Propos sur l'éducation*, Presses Universitaires de France, 16ª ed. Francia.
- Atkin, Charles K. (1981) "Communication and political socialization", en Dan D. Nimmo y Keitia R. Sanders. *Handbook of political communication*. Beverly Hills y Londres.
- Bandura, Alberto y Richard Walters (1977) *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*. España: Alianza Universidad.
- Bree, Joel (1995) *Los niños, el consumo y el Marketing*. España: Paidós.
- Bourdon, Jérôme (1992) "Televisión y memoria política", *Media, Culture and Society*, vol. 14, Institut National de L'Audiovisuel.
- Brown, Roger (1974) "La personalidad autoritaria y la organización", en *Psicología social*. México: Siglo Veintiuno Editores.
- Connel, R. W. (1971) *The child's construction of politics*. Merlbourne University Press.
- Dawson, R., K. Prewitt, y K. Dawson (1977) *Political socialization*, 2ª ed. Boston: Little Brown & Co.
- Dennis, Jack (1986) "Aprendizaje de independencia política de los jóvenes (pre-adultos)", *Communication Research*, vol. 13, núm. 3, julio.
- Easton, David y Dennis Jack (1969) *Children in the political system. Origins of political legitimacy*. Nueva York: Mc Graw-Hill.
- Easton, D. y R. Hess (1962) "The child's political world", *Midwest Journal of Political Science*, vol. vi, núm. 231-232.
- Fromm, Eric (1990) *Ética y política*, vol. 3. Buenos Aires: Rainer Frunk, Paidós.
- Garramone, Gina M. (1983) *TV news and adolescents political socialization*. Michigan State University.
- Gessell, Arnold y otros (1987) *El adolescente de 10 a 16 años*. España: Paidós.
- Gil Olivo, Ramón (1993) *Televisión y cultura*, vol. 1: *Hacia el caos sensorial*. Guadalajara: UdeG/CEIC.
- Grossman, David (1974) "Educational climates and attitudes toward dissent, a study of political socialization of conflict norms in adolescents", estudio presentado en el encuentro anual de la Asociación Americana de Investigación Educacional, Chicago, Illinois.
- Hess, Robert y Judith Torney (1967) *El desarrollo de actitudes políticas en los niños*. Chicago, Illinois: Aldine Publishings Co.
- Hyman, Herbert (1959) *Political socialization, a study in the psychology of political behavior*. Glencoe Illinois: The Free Press.
- Ingleby, David (1974) "La psicología de la psicología infantil", en Martin Richards.



Fotografía/Erwin Schwab/Austria

- La integración del niño en el mundo social*. Argentina: Amorrortu Editores.
- Jensen, Klaus (1992) *La política del multisignificado. Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política*. Dinamarca.
- Kohlberg, L. (1964) "Development of moral character and moral ideology", en M. L. Hoffman, y L. W. Hoffman (eds.). *Review of child development research*, vol. 1. Nueva York: Russell Sage Foundation.
- Kraus, Sidney y Dennis Davis (1991) *Comunicación masiva, sus efectos en el comportamiento político*. México: Sigma-Trillas.
- Knutson, Jeanne N. (1973) *Handbook of political psychology*. San Francisco: Jossey-Bass Publish.
- Landi, Óscar (1996) "Panrallas, culturas y política", en Guillermo Orozco. *Miradas latinoamericanas a la televisión*. México: Universidad Iberoamericana.
- Manheim, Jarol B. (1983) ¿Podrá la democracia sobrevivir a la televisión?
- Martín Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gilli.
- Maya Obé, Carlos y María Inés Silva C. (1987) "Los medios de comunicación y los estudiantes de educación básica del Distrito Federal", en Ma. Antonieta Rebeil y Alberto Montoya. *Televisión y desnacionalización*. Universidad de Colima y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Meadowcroft, Jeanne M. (1986) "Family communication patterns and political development, the child's role", *Communication Research*, vol. 13, núm. 4, octubre.
- Medina Pichardo, José y otros (1983) *Transmisión de mensajes autoritarios en la televisión mexicana*.
- Morduchowicz, Roxana (1995) "El diario y la formación de un ciudadano democrático", *Comunicar*, núm. 4.
- Nateras, Octavio (1995) "Opiniones y creencias en niños sobre las elecciones y eventos políticos", en Manuel González y Guillermo Delahanty. *Psicología política en el México de hoy*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Niemi, Richard (1973) "Socialización política", en Jeanne N. Knutson. *Handbook of political psychology*. San Francisco: Jossey-Bass Publish.
- Piaget, Jean (1994) *El nacimiento de la inteligencia en el niño*. México: Grijalbo.
- Quiroz, María Teresa (1993) *Todas las voces, educación y la comunicación en el Perú*. Perú: Universidad de Lima.
- Rebeil Corella, María Antonieta y Alberto Montoya (1987) "Los adolescentes frente a las representaciones de la televisión", *Televisión y desnacionalización*. México: Universidad de Colima y Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Rubin, Alan (1976) "Televisión in childrens political socialization", *Journal of Broadcasting*, vol. 20, núm. 1, invierno.
- Sánchez Ruiz, Enrique (1989) *Televisión y representaciones políticas de los escolares tapattos*. Colección de Textos de Comunicación y Sociedad, núm. 1, UdeG/CEIC.
- \_\_\_\_\_ (1992) *Medios de difusión y sociedad, notas críticas y metodológicas*. México: Universidad de Guadalajara.
- \_\_\_\_\_ (1993) "El público de la prensa: la insoportable levedad de casi no ser". Conferencia dictada en el Segundo Simposio Internacional de Editores de Periódicos Diarios (EDIRMEX), 3 a 5 de junio.
- \_\_\_\_\_ (1994) "Cultura política y medios de difusión, educación informal y socialización", *Comunicación y Sociedad*, núm. 21, mayo-agosto.
- Sartori, Giovanni (1992) *Videopoder, elementos de teoría política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Schramm, Wilbur y otros (1961) *Television in the lives of our children*. EUA: Stanford University Press.
- Segovia, Rafael (1975) *La politización del niño mexicano*. El Colegio de México.
- Serrano, Manuel Martín (1982) *La reproducción del poder a través de la comunicación*.
- Singer, Dorothy G. (1983) "A time to reexamine the role of television in our lives", *American Psychologist*, núm. 38, pp. 815-816.
- Tims, Albert R. (1986) "Family political communication and social values", *Communication Research*, vol. 13, núm. 1, enero.
- Tovar Peña, Teresa (1989) "Selección de contenidos televisivos ¿un asunto de democracia infantil?", en Enrique Sánchez Ruiz. *Teleadición infantil ¿mito o realidad?* Universidad de Guadalajara.
- NOTAS**
- <sup>1</sup> Esta cultura audiovisual se caracteriza por los modos de informar o comunicar los sistemas de producción de sentido de creencias y de significación para y por un grupo. La incorporación popular de la televisión, desde hace treinta años, ha influido de alguna forma en la interpretación de la realidad. Por algunos autores se ha considerado la ventana directa hacia el mundo.
- <sup>2</sup> Para Fromm (1965) hay dos tipos de poder: sobre algo, es decir, sobre la naturaleza o sobre las personas; y el poder de pensar, amar, sentir profundamente, crear y promover. El poder se deriva del sentido del yo y del de identidad.
- <sup>3</sup> El niño se ve obligado a reconocer reglas dictadas por otros y en las que él no tiene el mismo control que cuando juega.
- <sup>4</sup> Durante esas edades se pasan en promedio cuatro horas diarias frente al televisor, algunos autores desde distintos países (Kraus y Davis 1975 y Gil 1993) opinan que hasta los catorce o dieciséis años se mantiene en promedio ese indicador; mientras otros autores (Dennis 1986; Quiroz 1993) han demostrado que la clase social y las edades (en combinación con otras variables), con sus respectivas ocupaciones, modifican los tiempos de exposición televisiva: a mayor edad, menor uso de la televisión.
- <sup>5</sup> Algunos autores (Gesell y otros 1956) consideran al niño de esta edad como adolescente y al período de diez a doce años como de transición o de ajuste de niño a adolescente (preadolescencia).
- <sup>6</sup> Al niño politizado lo entendemos como el individuo que aún sin alcanzar la edad de ejercer todos sus derechos como ciudadano de un Estado político, interactúa en ambientes donde se reproducen características de la cultura política, y donde los tutores (padres o profesores) utilizan tipos de autoridad distintos para su interrelación con los niños. Segovia (1975) sostiene que la función de autoridad determina los conocimientos y acciones de lo político en los niños de esas edades.
- <sup>7</sup> En la revisión hecha de bibliografía y hemerografía del tema de socialización política, hemos encontrado un número considerable de reportes de investigación y estudios, sobre todo en la década de los ochenta, que analizan el papel de la Iglesia como agente de politización en niños y jóvenes.
- <sup>8</sup> Ver tres autores que en distintas épocas han contribuido, en este campo, a hacer un recuento de los estudios, me refiero a Hyman en 1959, Niemi en 1973 y Kraus y Davis en 1977.
- <sup>9</sup> Este proceso de mediación lo entiendo como la instancia desde la cual se le otorga significado al proceso de comunicación (ver Martín Barbero 1987). Las mediaciones provienen de diversas fuentes, algunas desde el mismo sujeto, del discurso televisivo o desde otros factores institucionales y estructurales del sistema social (cfr. Sánchez 1992).