



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS**  
**Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**TESIS**

**“ LOS MEDIOS COMO AGENTE SOCIALIZADOR EN LA CONFORMACIÓN  
DE IDENTIDAD NACIONAL Y OPINIÓN PÚBLICA EN NIÑOS “**

**QUE PRESENTA**

**AMÉRICA BATRES CASTRO**

**PARA OBTENER EL GRADO DE**

**LICENCIADA EN RELACIONES INTERNACIONALES CON GESTIÓN EN  
COMERCIO EXTERIOR**

**DIRECTORA DE TESIS**

**DRA. ALMA ROSA SALDIERNA SALAS**

**Monterrey, N. L. A 29 de enero 2018**



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y**  
**RELACIONES INTERNACIONALES**  
**LICENCIATURA EN CIENCIAS POLÍTICAS Y RELACIONES**  
**INTERNACIONALES**

Los integrantes del H. Jurado examinador del sustentante:

**América Batres Castro**

Hacemos constar que hemos revisado y aprobado la tesis titulada:

**“LOS MEDIOS COMO AGENTE SOCIALIZADOR EN LA CONFORMACIÓN DE  
IDENTIDAD NACIONAL Y OPINIÓN PÚBLICA EN NIÑOS”**

**FIRMAS DEL HONORABLE JURADO**

---

Dra. Alma Rosa Saldierna Salas

Presidenta

---

Dr. Carlos Muñoz Muriel

Secretario

---

Dra. Ma. Lourdes López Flores

Vocal

Unidad Mederos, Monterrey, N. L. a 29 de enero de 2018

## **DECLARACION DE AUTENTICIDAD**

El presente trabajo está realizado para obtener el título de Licenciada en Relaciones Internacionales, emitido por la Universidad Autónoma de Nueva León, y forma parte del proyecto CONACYT, Convocatoria de Investigación en Educación Básica SEP/SEB-CONACYT Clave 264415; y del proyecto PRODEP NPTC Clave DSA/103.s/16/10510.

Declaro solemnemente en honor a la verdad, que la investigación presentada en este documento es fruto de mi autoría. Es así que no ha sido presentado para ningún grado o calificación previa, ni publicado o escrito por otra persona anteriormente, excepto aquellos materiales o ideas que por ser de otras personas les he dado el debido reconocimiento, citándoles debidamente en la bibliografía o referencias de este proyecto.

Nombre: América Batres Castro

Fecha: 29 de enero de 2018

Firma: \_\_\_\_\_

## **Agradecimientos**

Quiero dedicar las siguientes líneas principalmente al amor de mi vida, que es mi familia, gracias por ser las personas más maravillosas que conozco, por dejarme ser niña hasta el día de hoy, eternamente agradecida.

A mi mamá por ser mi testimonio diario del amor en su máxima expresión y enseñarme la lección más importante al demostrarme que las curvas de la vida se reciben con sonrisas. Gracias por creer toda la vida en mí.

A mi papa, este trabajo es para ti por ser mi inspiración académica, no sabes cuanto pesa tu nombre en mi corazón, gracias por ser fiel a tus vocaciones y enseñarme en esta vida de pasiones.

A mi hermano, por llenarme el corazón de amor cada que existe oportunidad. Por vivir la vida como siempre te dio la gana y soñar cada minuto del día, ser prueba fehaciente de utopías....

A mi primo Martin por ser mi hermano mayor, un atardecer con palmeras en distintas geografías y un poco más nos une en esta vida.

Tengo del mismo modo que agradecer a la persona que más me ha enseñado, aun en ausencia, mi abuelo Tomas: gracias por dejarme el amor por vivir y servir, esto aunque no te llegue a tiempo es también para ti.

A mis compañeros de LACOP con los que compartí risas invaluables, muchas gracias por ser parte de mi formación Fifo, Felipe, Mariela, Fredman, Ana Gaby, Sofia, Cintia, Selene, Alondra y la Doctora Alma. A Selene por haberte convertido en mi hermana, hace 4 años ¿Quién me iba a decir? que seguirías a mi lado, compañera feliz.

Gracias a Alondra por exigirme cada día más y compartir con paciencia tu experiencia conmigo, te quiero y admiro.

Gracias Doctora. Alma, muchas gracias por brindarme la oportunidad de trabajar junto a usted y aprender del maravilloso mundo de la ciencia. Mi cariño sincero y admiración.

Gracias, principalmente a la vida por un día más ...

## **Dedicatoria**

*De qué sirve que un niño  
sepa colocar Neptuno en el Universo  
si no sabe dónde poner su tristeza o su rabia*

*José María Toro*

## Índice general

<u>CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN</u>	10
1.1 Antecedentes	10
1.2 Planteamiento del problema	11
1.3 Objetivos de investigación	12
1.4 Justificación	12
1.5 Preguntas de investigación	13
<u>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO</u>	14
2.1 Identidad cultural y medios	14
2.1.1 Los medios y la formación de opinión pública	17
2.2 Socialización política	19
2.3 Relaciones transfronterizas : Relación México-Estados Unidos	22
2.4 Niños en democracia	28
<u>CAPITULO III. METODOLOGÍA</u>	34
3.1 Diseño de la investigación	34
3.2 Formulación del Guion	34
3.3 Selección de los Participantes	34
3.4 Descripción de la muestra	36
3.5 Proceso de aplicación del estudio	36
<u>CAPITULO IV. ANÁLISIS DE RESULTADOS</u>	42
4.1 Procesamiento y análisis de resultados.	42
4.2 Interpretación de resultados	43
4.2.1 Discurso en torno a Estados Unidos	39
4.2.2 Noción sobre las elecciones	41

presidenciales estadounidenses 2016	42
4.2.3 Socialización política en los medios	46
4.2.4 Principales medios que influyen en la socialización política	47
4.2.5 Socialización política en la familia	50
4.2.6 Percepción que tienen de Estados Unidos los niños neoleoneses	53
4.2.7 Impacto sobre la Identidad cultural de los niños neoleoneses	53
<u>CAPITULO V. DISCUSIÓN Y</u>	
<u>CONCLUSIONES</u>	59
REFERENCIAS	66
ANEXOS	
<b><u>ANEXO I.</u></b> INSTRUMENTO: GUÍA DE GRUPO DE DISCUSIÓN	

## Índice de tablas

<b>Tabla. 3.1</b> Ficha técnica de los grupos focales
---

35
----



## Índice de figuras

<b>Gráfico 4.1</b>	Conocimiento de elecciones presidenciales en Estados Unidos	42
<b>Gráfico 4.2</b>	Consumo de medios	43
<b>Gráfico 4.3</b>	Atención a medios	45
<b>Gráfico 4.4</b>	Medios consumidos entre 3 y 5 horas diarias	46
<b>Gráfico 4.5</b>	Medios consumidos por más de 6 horas diarias	47
<b>Gráfico 4.6</b>	Opinión sobre Donald Trump	50

## CAPITULO I.

### INTRODUCCIÓN

#### 1.1 Antecedentes

Para comprender uno de los referentes culturales y de identidad de Estados Unidos: se tiene en el imaginario colectivo la imagen del Tío Sam, en su icónico poster “ I WANT YOU FOR U.S. ARMY, realizado por Montgomery (1917), que tuvo por objetivo fomentar el patriotismo entre los ciudadanos en un contexto bélico, invitando a los jóvenes a adherirse al ejército norteamericano. Es necesario citar, la gran relevancia que los medios masivos de comunicación tomaron durante la Guerra fría, donde la disputa por la conquista espacial, revolucionó las nuevas tecnologías de la información para fines políticos, educativos, militares y comerciales, teniendo como principal herramienta de persuasión lo que Barbero (1998) señalaba como una interconexión universal de circuitos vía satélite e informática, responsable de la deformación el mensaje comunicado.

Este fenómeno es vinculado al capitalismo, autores como Schiller (1976), menciona que es una estrategia por parte de los medios masivos para el control político e ideológico de sus zonas de influencia. Donde existe el objetivo de imponer el modo de vida norteamericano mediante la transmisión de valores y cultura entre países desarrollados y subdesarrollados, causando la desterritorialización de las prácticas sociales que como afirma Castells (1991), está fuertemente presente en el contexto Latinoamericano, producto de una dominación económica (Gonzales y Hender 2007).

En un contexto transfronterizo esta dependencia cultural como la llamaba Pasquali (1980) es palpable en la percepción adquirida por medio de las historias de migración de adultos a jóvenes. Así la asociación entre la migración internacional y la escolarización de los niños en México ha sido abordada desde distintas teorías, entre ellas el *transnacionalismo desde abajo* denominado así por Zúñiga y Hamann (2008) referido al de la cultura popular, la cual según Ferrandiz (2001) pierde su referencia en

lo local, a raíz de la familiarización con formas comerciales de lo masivo, obtenidas a través de la globalización de los mensajes mediáticos, que otorgan un elemento de arraigo e identidad al migrante a través de la proyección de una imagen con la cual se identifique (Alvarez,2011). El papel preponderante de los medios de comunicación en el marco transnacional genera el amplio estudio de su efecto como factor generador de opinión pública, cuyo principal agente informativo en el caso de los niños ha resultado ser la televisión (Barbero, 1998; Huerta y García, 2008). A dicho medio se le ha responsabilizado de fungir como transmisor cultural o bien otorgar rangos a determinados individuos produciendo significados relacionados con la propia experiencia social (Fiske ,1987; Ferrandiz, 2001).

La televisión, por ejemplo, como agente socializador significa para los niños una herramienta que favorece su condición de ser lo que Silva y Menezes, (2014) llaman actores políticos en formación, que aun sin tener el derecho a participar se socializan políticamente y conforman una postura hacia el sistema político como afirma Langton (1967) a través de agentes socializadores como los medios masivos de comunicación , obteniendo como resultado la formación de su cultura política (Peschard 2000;Rojas 2006).

## **1.2 Planteamiento del problema.**

México comparte la frontera más amplia de su territorio con Estados Unidos, el país más importante del mundo. Mismo que el 8 de noviembre del 2016 llevó acabo sus elecciones presidenciales, y que debido a las declaraciones controversiales del entonces candidato a la presidencia Donald Trump, atrajo la atención de los medios de comunicación. Debido a la proximidad de México y Estados Unidos en la zona Norte del país, surge la inquietud de si las relaciones transfronterizas que definen diversos procesos interurbanos binacionales, afectan el proceso de la socialización política de los niños neoleoneses a través de los medios de comunicación. Y como se ve afectada su identidad nacional al momento de recepción del mensaje.

## **1.3 Objetivos de investigación**

De acuerdo al problema de investigación mencionado se plantea el siguiente objetivo general

- Identificar el nivel de influencia de los medios de comunicación en la socialización política de los niños de Nuevo León en un contexto de globalización.

A fin de cumplir con este objetivo se desprenden los siguientes objetivos específicos

- Conocer el o los medios de comunicación que influyen en la socialización política de los niños
- Identificar el discurso que los niños toman con respecto a la información sobre las elecciones de Estados Unidos de América del 2016
- Determinar la influencia del discurso político de Donald Trump sobre la configuración de la identidad nacional en los niños

#### **1.4 Justificación**

La inquietud de realizar esta investigación surge de la necesidad por conocer el efecto que tienen las características sociales, demográficas y geográficas de los diferentes circuitos culturales que trasciende al perfil y a la dinámica social de Nuevo León, donde la vida discurre en un contacto continuo y habitual más allá de las fronteras nacionales.

Por su sociografía, el Estado es claro ejemplo del *transnacionalismo desde abajo* desarrollo más novedoso en el campo de la migración, y que emerge como una reacción a las políticas gubernamentales y a las condiciones de capitalismo dependiente de Estados Unidos, y que ha sido estudiado por autores como Zuñiga y Hamman (2008) para analizar la asociación entre el efecto de la migración internacional en los niños, su proceso de adaptación al país receptor durante la escolarización de los niños y que se relaciona con otros agentes inherentes a la formación del individuo dentro de procesos sociopolíticos.

En ese sentido, un elemento importante a considerar son los medios de comunicación, que son percibidos como agentes de socialización entendida como “un proceso, mediatizado por diversos agentes de la sociedad, por el cual el individuo adquiere disposiciones de actitud

políticamente importantes y patrones de conducta políticamente importantes según Langton (1967; en Petty 2013, p. 138).

Es que resulta importante analizar estas dos características, por un lado la influencia transnacional y por otro la de los medios referente al tema, para corroborar si como los señalan Portes, Guarnizo y Landolt (2003), se registra un mayor nivel de transnacionalismo.

Considerando en un contexto transcultural, el papel fundamental que tomaron los medios de comunicación en el surgimiento del transnacionalismo popular, es que resulta importante analizar si la disponibilidad inmediata, característica de las innovaciones tecnológicas, influye para que la tecnosocialización contemporánea sea un factor determinante en el desarrollo de las actitudes hacia Estados Unidos en los niños del estado de Nuevo León.

### **1.5 Preguntas de investigación**

P1: ¿Que conocimiento tienen los niños acerca de las elecciones presidenciales de Estados Unidos 2016?

P2 ¿Cuál es el medio de comunicación a través del que adquieren mayor conocimiento político los niños?

P3 ¿Hay influencia por parte de los medios de comunicación que afecte la percepción que tienen de Estados Unidos los niños neoleoneses?

P4 ¿Influye la transnacionalidad regional sobre la construcción de la identidad nacional de los niños neoleoneses?

## **CAPITULO II.**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Identidad cultural y medios de comunicación**

El impacto que los medios tienen sobre el sujeto receptor, se define en gran parte durante la distribución del mensaje mediático, donde las mediaciones que “son los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión, implican “la adaptación por parte del discurso narrativo de los medios, a la tradición narrativa nacional en la que las audiencias aprenden a reconocer su identidad cultural colectiva en el discurso de comunicación de masas”( Barbero 1987:233).

En el caso de México la influencia ideológica de la comunicación masiva norteamericana, no solo se da directamente a través de la importación de programas televisivos y demás mensajes. Sino que se manifiesta en la adopción de sus fórmulas de producción, la limitación de sus géneros, prácticas y valores profesionales por parte de los medios de comunicación de los países importadores (Schiller, 1976: 91).

Así a pesar de que al surgir la televisión Latinoamericana en los años cincuenta en el mundo predominaba, el modelo europeo y no el norteamericano, Fernández (2010) explica que Estados Unidos logro imponer su esquema en América Latina debido al desplazamiento de Europa en el ámbito económico internacional, resaltando en el hemisferio sur, en una región de influencia, ideal para la expansión del capitalismo monopólico de Estados Unidos.

De tal manera, que los medios de comunicación buscan estimular al consumidor por medio de componentes como el cognitivo, afectivo y social conductual (Fukumoto, 1990 citado por Salgado, 1999), y logran manifestarse como un elemento clave para la comprensión básica del mundo que rodea a las personas, desde los reflejos y las percepciones, en el caso de los niños, tiene impacto pues se comienza a forjar la inteligencia compleja ( Piaget, 1972).

El propósito de estas estimulaciones es crear un sentido de pertenencia e identidad. Identidad, definida como un aspecto de la reproducción cultural apropiada bajo la forma de una conciencia de sí y bajo un campo limitado de significaciones que se comparten con otros a través de un proceso en el que el individuo se autodefine y auto valora. (Gorosito, 1998),

Tal identidad es un aspecto de la reproducción cultural; la cultura internalizada en sujetos. Así la identidad cultural está referida al componente cultural que se moldea desde edad temprana a través de las costumbres y valores inmediatos al niño de acuerdo con Salgado (1999) y por ser un proceso que implica la influencia de diferentes factores, es que estudios como los de Erikson (1978) han facilitado su comprensión en relación con la sociedad y la cultura. Explicando los diferentes niveles en el desarrollo de la identidad personal:

- Exclusión: La persona acepta los planes de otra persona para su vida
- Moratoria: Lucha por tomar una decisión está en camino a un compromiso y probablemente lo lograra
- Logro de identidad : La persona ha dedicado tiempo a pensar en su vida, ha tomado decisiones y se siente comprometida

En relación a esta identidad, Perez (1996) asegura que México y Canadá comparten problemáticas de intromisión cultural por parte de Estados Unidos, pues en ambos estados existe la conciencia de la vecindad con el otro y a raíz de esta dependencia emerge una conciencia cultural distinta. Así la tecnología y los medios de comunicación tienen un papel crucial en la difusión de nuevas ideas, y sentimientos nacionalistas pues los contenidos informativos transportan la sabia simbólica que nutre a la nación.

Resultando de la introducción tecnológica, la dependencia informativa, ya que usualmente lo contenidos tienen que adaptarse a los mecanismos tecnológicos. En el caso de México los procesos de adopción sufrieron asimismo procesos de adaptación en su contenido, debido principalmente a su lenguaje, sin embargo los formatos se conservaron

generando resultados interesantes a raíz de la mezcla cultural que nos obliga a cuestionarnos qué elementos son propios de nuestra identidad cultural.

Por lo que para demostrar el impacto que las reproducciones audiovisuales americanas tienen en la identidad o valores del público de América latina, resulta preciso documentar la existencia de patrones significativos de consumo de contenidos estadounidenses y su contraste con las preferencias de programas producidos en México. Bajo este enfoque estudios como los de Dorfman y Matterlat (1975) analizaron los comics de Disney, para elaborar una versión de la teoría del *imperialismo cultural occidental* y así poder evidenciar el potencial totalitario que los medios electrónicos alcanzan, es decir, comprobar que la modernización destruye las formas de autenticidad local.

Por ejemplo, los personajes como Mickey han sido incorporados a cada hogar, se cuelgan en cada pared, se abrazan en los plásticos y las almohadas, y a su vez ellos han retribuido invitando a los seres humanos a pertenecer a la gran familia universal Disney, más allá de las fronteras y las ideologías. Con este pasaporte se omiten las nacionalidades, y los personajes pasan a constituirse en el puente supranacional por medio del cual se comunican entre sí los seres humanos. Y entre tanto entusiasmo y dulzura, se nos nubla su marca de fábrica registrada (Dorfman y Mattelart, 1975:20).

Por su parte Paz (1969) lo menciona como el surgimiento del sentimiento nacionalista mexicano que es resultado de una frustración porque Estados Unidos tiene de lo que nosotros carecemos. Así, la crisis de identidad de la sociedad mexicana reside en la necesidad por la expresión autónoma de la individualidad.

Lo que resulta interesante ante contribuciones como las de Hess y Torney (1967) o Maya y Silva (1988) donde se asevera el que los niños desarrollan fuertes lazos emocionales nacionalistas desde muy temprana edad, y referente al nacionalismo enfocado desde la soberanía económica, política y cultural se desarrolla “una opinión favorable acerca de cuestiones relacionadas con una política de defensa de la soberanía económica del país. Sin embargo, comúnmente, conforme pasa el tiempo, es remplazado con entendimiento cognitivo de los principios democráticos y encaminado según el infante y su contexto formativo. En donde se gesta un proceso de aprendizaje ligado al hogar, la



comunidad y las vivencias diarias de los niños (Hecht, 2004, p4.), esto es, “un proceso de conocimiento a través de la observación y la participación periférica y creciente” (Padawer y Enriz, 2009, p. 327).

### **2.1.1 Los medios y la formación de opinión pública**

La formación de opinión pública en la sociedad de masas se presenta como consecuencia del auge de la Revolución Industrial en 1880. Generando una serie de transformaciones relevantes tanto en el sistema político como en las estructuras económicas y sociales de diferentes naciones. Ese crecimiento y dominio del capitalismo, dio como resultado una esfera pública de razonamiento crítico sustentado en la apropiación y negociación de significados ideológicos mediáticos por parte de las audiencias (Habermas, 1994).

Algo sostenido también por Chomsky (2015) que habla sobre el cambio de conciencia característico de la época de los 60's y que fue la razón de la enorme ofensiva empresarial que surgió en los setentas, misma que a través del Manifiesto Powell, también conocido como *el acta de nacimiento del neoliberalismo*, advertía acerca del control que los negocios perdían sobre la sociedad, debido a un exceso de democracia a raíz de la participación ciudadana que ponía mucha presión sobre el estado. Por lo que rediseñar la economía era necesario en dos aspectos cruciales; aumentar los bancos y compañías de inversión, así como los créditos.

De tal manera que la industria económica busco alianza con la industria de las relaciones públicas para crear nuevas formas de recuperar el control, en el caso de la industria de la publicidad; crear consumidores. Pues a raíz de fenómenos como el voto femenino o la creación de sindicatos, se renuncia al control poblacional por medio de la fuerza, comprendiendo entonces, que el control debía ejercerse mediante el control de las creencias y actitudes, es decir mediante la “fabricación de consumidores” en términos de Veblen (1965).

Lo ideal en economía serían consumidores informados tomando decisiones racionales, sin embargo en el contexto global esta dinámica se torna a consumidores desinformados tomando decisiones irracionales, influenciados por la presión de una vida

digna que es un concepto evaluado en base a la acumulación bienes materiales y divulgado a través de la industria de la publicidad y sus mediaciones. La idea es tratar de controlar a los ciudadanos enrolándolos en un sistema perfecto, donde eres adoctrinado sobre el tipo de aparatos que debes usar y que probablemente no necesitas y en ocasiones no quieres, sin embargo es la medida de una vida digna.

Pues como sostiene Lippman (1993) la gran sociedad industrial, que fue también la primera sociedad de la comunicación lejos de construirse como una sociedad deliberativa, se revelaba como un espectáculo ilusorio, una masa voluble dominada por emociones, pasiones, prejuicios, impulsos y motivaciones irracionales, estableciendo así que una población inmersa en el nuevo mercado laboral y en la incipiente cultural del espectáculo y del consumo nunca sería capaz de construirse como una verdadera opinión pública. Pues la democracia no depende del ideal de autonomía ciudadana, sino del acceso a bienes y servicios públicos dirigidos única y racionalmente por el aparato burocrático del Estado

Así, la influencia que tienen diversos medios de comunicación se ha estudiado desde el área de la comunicación (Domínguez, 2007; Chaffee&Wilson;1977), donde estudios como los de Dewey (2004) advertían sobre el peligro de que los nuevos medios adquirieran valor público y así incidieran en la construcción y adquisición consciente e inconsciente de nuevos valores y normas. Dando suma importancia a los hábitos, estructuras de comportamiento a medio camino entre lo racional y lo emocional, así como a lo deliberativo y lo inconsciente dentro de la formación de la vida pública.

Partiendo de que la base de toda opinión es un proceso comunicativo, el desarrollo de una opinión pública provoca modificaciones en las relaciones económicas, sociales y políticas. Debido a un mayor alcance del flujo acelerado de la información, que influye al modificar la vigencia de los temas mediante el instrumento del internet, medio de comunicación que permite, a una gran parte de la sociedad, ser partícipes de los procesos discursivos de las temáticas económicas, políticas, sociales y culturales. Lo que lo convierte en un componente esencial de la democracia, que tiene como fin ejercer sobre la toma de decisiones que conforman lo público siendo una herramienta que otorga el papel activo como receptor-emisor y abandona el rol pasivo (D'Adamo, 2007: 11).

Sin embargo, también ocurre viceversa, al ser la opinión pública un concepto ligado con la democracia, resulta necesario advertir que no siempre está relacionada a ella, sino que en contextos autoritarios así como a medida que el sujeto receptor gana edad, puede utilizarse para visibilizar el descontento social, la desconfianza en los políticos o las malas concepciones hacia las figuras políticas (Mortimore y Tyrrell 2004).

Así mismo Fridkin y Kenney (2007) mencionan la distinción en el consumo de medios entre infantes y la forma de percibir el mensaje por parte de los niños, particularmente la televisión, quien ha sido denominado por Huerta y García (2008) como el principal agente informativo de las personas; seguido por el radio (Bronstein, Daily y Horowitz, 1993). Sin embargo a partir del inicio del siglo XXI, son los nuevos medios como el internet los que a través de sus redes sociales expanden su influencia y diversifican (Settle, Bond y Levitt, 2011; Campo y Mansilla, 2015).

Ejemplo de esto es como las redes sociales se han vuelto una herramienta dentro de la política, convirtiéndose en factor de opinión para la toma de decisiones de los gobernantes, fortaleciendo de esta forma el desarrollo y consolidación de la democracia, bajo los términos de la globalización. Dejando claro que la opinión pública es una fuerza social que media entre las instituciones del Estado y la vida social, entre la generalidad de las normas y la particularidad de los hábitos y costumbres (Dewey, 2004).

## **2.2 Socialización política**

Por ser el proceso en que los niños adquieren y moldean sus actitudes políticas, la socialización política acumula ya numerosos estudios. Autores como Green, Palmquist, & Schickler (2002), sostenían que el desarrollo de la identidad política durante la infancia tiene gran influencia en la determinación de la conducta y cultura política que el infante tendrá en su etapa adulta. Mismas que serán perpetuadas o modificadas por las distintas relaciones existentes entre los diferentes agentes socializadores, como la familia, los medios y el capital cultural (Easton, 2001; Almond, 1956).

Connell (1971), por su parte se suma a lo antes mencionando, mientras asegura que los niños desde la etapa preescolar, son capaces de organizarse debido a diversos sistemas

de reglas y toma de decisiones que hay en los diferentes contextos de su vida, lo que les proporciona la experiencia necesaria para aplicar ese liderazgo en otros aspectos de la misma, de una manera, en ocasiones prácticamente inconsciente. Sin embargo existen opiniones contrarias al tema como la de Petty (2013) quien afirma que la socialización política no está de ninguna manera completa al terminar la primaria, pues durante el desarrollo de este proceso en las escuelas secundarias, se han encontrado cambios de las actitudes políticas respecto a gran variedad de temas a lo largo del curso.

Lo ya mencionado rechaza el argumento de Davis (1965: 10-19) de que “la socialización política esté ya completa a los 13 años”, y es sustentado de igual forma por el hallazgo de Jennings y Niemi (1968: 443-467) acerca de” los estudiantes de secundaria en Estados Unidos de América, cuyas actitudes cambian durante los años de secundaria. Sin embargo dicho cambio no puede atribuirse específicamente a la escuela”.

Comprendiendo la socialización política como eje sistémico (Easton, 2001, Almond, 1956) donde la cultura política es el sistema como fin e inicio del todo. Se resalta que hay interacciones de agentes como el nicho familiar o los medios de comunicación, mismos que en razón del capital cultural propio se relacionan entre sí, perfilando la cultura política, cuya conformación tiene como único fin el incrementar la participación política a la par de una mejora en la toma de decisiones de los ciudadanos como parte de un sistema democrático.

Ante este contexto y siendo actores políticos en proceso de formación son llamados pre-ciudadanos por autores como Saldierna (2014) aquellos que en su temprana edad comienzan a distinguir el orden político sin poder ejercer el voto aun, encontrándose con limitantes dentro de su proceso de participación como lo son los espacios de participación infantil en México que no están precisamente estipulados en la ley aparte de ser pocos, igual que los mecanismos para ejercerla por parte de niñas, niños y adolescentes.

Por lo que resulta relevante mencionar los principales agentes socializadores, entre los que se encuentra en primer lugar la familia al ejercer una influencia principal, resultado de la primera interacción de los niños con el mundo social, determinando su identificación de orientaciones políticas (Rico y Jennings, 2016;). Seguida por la escuela, que en nuestro

país es obligatoria a partir de los tres años hasta el nivel medio superior. Por lo que se posiciona como uno de los principales agentes de socializadores como lo comprueba Petty (2013) junto con Hess y Torner (2009), al calificar a la escuela como ente institucional que transmite actitudes políticas y reconociendo así a la escuela como promotora del compromiso ciudadano (Reichert, 2016; Lin, 2015).

Sin embargo este proceso no se limita a la dinámica escolar, pues los infantes se encuentran diariamente entre un grupo de iguales, formado por sus compañeros de grupo así como las amistades que mantienen fuera de su contexto educativo. Resultando estos círculos sociales, los lugares donde los niños intercambian puntos de vistas personales generando un proceso comunicativo que nutre el capital cultural de cada interlocutor, específicamente el político.

Por otro lado, hablar de procesos y medios de comunicación en América Latina exige admitir el cambio en la cultura diaria de las mayorías, y especialmente de los jóvenes, que se apropian de la modernidad, sin dejar cultura oral (Barbero, 1998). Producto de la influencia de una hegemonía capitalista expresada en las relaciones de poder, donde la superioridad técnica y económica de los centros, con apoyo de su poder político, permiten ejercer influencia en la periferia.

García y Zugasti (2014), advierten que esta globalización, aunada al avance en la digitalización, ha marcado una tendencia de creación de nuevos medios de comunicación sustituyendo las formas comunes de interacción dentro de la sociedad por una tecnosocialización, misma que es responsable de que las características que definen a la red se hallan convertido en rasgos de la socialización política de la población, que Funes (2007) ejemplifica como una generación que aprendió a hablar inglés con programas de televisión captados por antena parabólica antes que en la escuela y que prefiere escribir en la computadora que en el papel.

De acuerdo con Lazo (2006) y Sacristán (1997) si se añade el consumo de medios por parte de los infantes sin compañía alguna, se provoca una ausencia de criterio y una falta de cuestionamiento por parte del sujeto infantil lo que resulta peligroso ante el violento contenido televisivo que se introduce en los niños. En algunos casos, también,

como señala Orozco (2006), los medios de comunicación provocan esta asimilación del mensaje configurando un espectro de mercancías como contenido para público infantil, que sintoniza publicidad y propagandas políticas dentro de la trama, donde el espectador, que es el niño asimila el mensaje y lo incorpora a su vida, a veces conscientemente y otras no (Thompson, 1998).

De ahí la importancia que da Sartori (2003) al hecho de que los individuos participen y se involucren en el juego político, factor determinante para que la democracia se ejerza por los ciudadanos. Sin embargo al ser los jóvenes individuos aun en desarrollo, son descritos como agentes políticos en proceso de formación a partir de estudios como los de Silva y Menezes (2014) que a su vez se relacionan con las dos categorías para la clasificación del conocimiento político presente en los niños, planteadas por Van Deth, Abendschön y Vollmar, (2011) como *la conciencia política* correspondiente a conceptos básicos sobre elementos de gobierno y el *conocimiento funcional* que destaca funciones en relación al gobierno o los políticos.

Por lo que otro aspecto importante son los temas de conversación política con la familia, ya que influyen en los temas de interés que los niños tienen. Las charlas familiares sobre acontecimientos políticos van desde elecciones, corrupción o leyes, y cambios en la economía familiar. Aspecto que más adelante profundizaremos, específicamente en el impacto que la información mediática de las elecciones presidenciales del 8 de Noviembre del año 2016, llevadas a cabo en Estados Unidos de América, tiene en la socialización política de los niños de Nuevo León.

### **2.3 Relaciones transfronterizas: Relación México-Estados Unidos**

El transnacionalismo o la perspectiva transnacional se define como la ideología o la lógica que facilita el desarrollo de relaciones y procesos, y por ende como la perspectiva teórica encargada de analizar estos. La transnacionalización incluiría el conjunto de procesos y de prácticas que, de forma más o menos efectiva, trascienden estas fronteras, teniendo como producto resultante de dichos procesos: la transnacionalidad (Ibáñez Angulo, 2008: 9-10).

Esta desterritorialización de las prácticas sociales es adjudicada a la proximidad cultural, que es una disposición hacia el uso del capital cultural, y que al enfocarse en diversas fuentes de conocimiento permite la toma de decisiones basadas o influenciadas por la cercanía geográfica (Straubhaar citado por Lozano, 2007). Pues la importancia de las zonas fronterizas no se limita al espacio geográfico sino a los movimientos socioculturales que discurren en la región y que son además, formativos.

Dichos movimientos hacen comprensible la importancia que la naturaleza de dicha zona, tiene en el desarrollo de una cultura regional y global, constituida de identidades flexibles a partir según Rodríguez (2013) del paso de la modernidad a la posmodernidad que han sufrido los países de América Latina. Es decir con los movimientos sociales se constituyen identidades colectivas, “ proceso en el cual diferentes individuos confluyen en una experiencia aglutinándose en torno a un objetivo que los identifica como grupo y generando una solidaridad colectiva que se sobrepone a las distintas perspectivas individuales” (Valenzuela 1998 :191)

Lo que nos da pie a citar las relaciones bilaterales entre México y Estados Unidos, sostenidas desde tiempos remotos y que son de amplia naturaleza. Un hecho significativo, debido a su naturaleza dependiente, sucede en el año de 1994 como consecuencia del “ efecto tequila”, etapa en la que el peso perdió su valor muy rápido. Debido a la transnacionalidad de los aspectos comerciales y geográficos que existen entre México y Estados Unidos, este último extendió ayuda, iniciando con la compra de pesos mexicanos para evitar su devaluación, dejando a México endeudado.

Más, la comunidad hispana no siempre ha figurado ante Estados Unidos, y de acuerdo con Durand (2007) un ejemplo de cómo los mexicanos en Estados Unidos han ganado posiciones y espacios en el medio, económico, político y cultural es el programa Bracero, que por su carácter temporal estableció una dinámica de ir y venir, elemento de coincidencia por parte de los dos gobiernos, México y Estados Unidos.

El Programa Bracero transformó el patrón migratorio (Durand, 2007), y es esta nueva etapa de la migración México-Estados Unidos la que está marcada por su vuelco

numérico, pasando de un promedio anual de 73 mil entre 2004 y 2008, las deportaciones mexicanas se incrementaron a 97 mil en 2009, y a 128 mil en 2010; así como también fue característico por el cambio significativo en la composición de los migrantes que fueron repatriados desde Estados Unidos a México. ( Zenteno, 2012)

Sin embargo la constante dentro de la comunidad mexicana ha sido la búsqueda de nuevas formas para revertir la colonización interna, a partir de la reconfiguración de su posición social dentro de la comunidad dominante. Reconfiguración lograda mediante la conformación de movimientos sociales que dieron paso a una fuerte presencia de las personas mexicanas en la toma de decisiones de poder, acciones que hicieron valer el poder que tiene como capital humano dicha comunidad en la economía de esta zona.

Por otra parte la reconfiguración social de los migrantes ha implicado un cambio en la subjetividad de sí mismos como sujetos y como comunidad que va de la construcción identitaria a la simbólica. Proceso mediante el cual la comunidad mexicoamericana logra apropiarse de ciertos referentes culturales y lingüísticos que vuelven posible diferenciarla como comunidad minoritaria influyente dentro de la sociedad americana (Rodríguez,2013)

Así, México, un país periférico como define Prebisch (1987) a los subdesarrollados, y asegura que sus estructuras sociales dispares provocan un desarrollo atrasado bajo un patrón imitativo; plantea contradicciones sobre ciertos planos vinculados por relaciones de interdependencia, cuestión en la que según Sandoval (2006) las redes sociales de carácter familiar fungen como principal enlace entre ciudades fronterizas, como Texas y Monterrey. Y es esta condición transfronteriza la que estimula el flujo de información generacional, siendo una de sus modalidades más comunes de padre a hijo (Jennings &Niemi ,1974) (historias de migración de adultos y jóvenes mayores) , que tienen gran impacto sobre la percepción de los infantes (Sertzen ,2016) y su capital social ,respecto al que :

Los mexicanos exhiben un nivel de involucramiento moderadamente activo en asociaciones de afiliación voluntaria y organizaciones comunitarias, pero un bajo nivel de confianza interpersonal, así como una confianza moderada en las instituciones políticas,



poca fe en los ideales democráticos y bajos niveles de aprobación del desempeño de la democracia (Norris, 2002;33).

Opinión contraria fue la registrada en los resultados de la cuarta encuesta nacional bienal a público y líderes en México sobre política exterior y relaciones internacionales (datos reportados por el CIDE en 2012), donde el país que obtiene la opinión más favorable entre el público mexicano fue Estados Unidos, con 71 puntos en promedio. Este claro vínculo de identidad, presente sobre todo en las regiones fronterizas, favoreció en el caso de México el asentamiento del gran flujo de información proveniente del país del norte. Y mientras viceversa ocurre lo mismo, del otro lado, los inmigrantes crean espacios donde recrean relaciones y prácticas sociales en las que reconstituyen identidad y sentido de pertenencia a “comunidades imaginarias” (Anderson, 1991; Appadurai, 1996, citados por Moreno, 2010)

Dejando al descubierto así que el proceso de socialización con la comunidad estadounidense, obliga en los migrantes mexicanos a entrar en un proceso de amnesia identitaria, que consiste en la negación de sus orígenes, seguido, de mimesis donde copian comportamientos del contexto en el que cohabitan y por ultimo de aculturación con la sociedad dominante donde se armonizan elementos de ambas culturas : estadounidense y mexicana dando lugar a una sociedad transnacional. (Rodriguez,2013)

Nuevo León es ejemplo de esta comunidad y por ende del sentido de pertenencia antes mencionado, derivado de las audiencias que consumen la copia de formatos de programas norteamericanos generando acorde a Prebisch (1987) un efecto sobre la ficción de identidad en que apoyan los países dominados como México, su cultura nacional. De tal manera la gran preeminencia del sector americano genera una homogeneización cultural significativa, que ha sido adjudicada al imperialismo cultural y un ejemplo ilustrativo de esta tendencia lo encontramos en la imposición mundial del inglés Adriaensen ( 1999).

Así el replanteamiento de las relaciones entre lo global y local surge a raíz de una globalización de la distribución y producción del mensaje informativo en los medios contemporáneos, pues a raíz de esta globalización la cultura popular fue perdiendo su

referencia en lo local al relacionarse con formas comerciales de lo masivo ( Ferrandiz, 2001), con lo que se puede comprobar lo que este mismo autor asegura al adjudicar la función de transmisores culturales a los medios de comunicación que se han convertido en los máximos agentes de socialización del mundo contemporáneo.

En este contexto, la transnacionalización de los procesos de producción y distribución del mensaje mediático asegura la existencia de la transnacionalización en la recepción del mismo, y esta familiarización con formas comerciales consumistas es lo que puede provocar la pérdida de la referencia local, a través de la globalización de los mensajes que otorgan elementos de arraigo e identidad al receptor (Alvarez, 2011) enfoque con el que coinciden autores como Rama (1985) quien denomina de “globalizadora “ a la transculturación al responsabilizarla de eliminar la otredad cultural, fruto de una dependencia cultural que es característica de las zonas fronterizas.

Abarcando la problemática de la crisis del discurso, Adriaensen (1999) pone en la mesa el debate sobre lo postcolonial, especialmente en el contexto latinoamericano, examinando cómo las ex-colonias lograron expresar su "otredad" frente a los colonizadores. La post- colonialidad afirma la persistencia de dos polos antagónicos, el polo de los *márgenes* el *Tercer Mundo* , en lo *postcolonial*, y, el polo del *centro*, de la metrópolis, situado en el Occidente.

Ante esta situación dispar surge la inquietud por determinar ¿Quién controla la formación de la imagen y el discurso sobre la audiencia? a lo que autores como Bhabha (1992) responden con la creación de un espacio híbrido de recepción que va más allá de las categorías dicotómicas entre centro y márgenes, y que debe situarse en las líneas fronterizas entre varias culturas concediendo al sujeto postcolonial una situación enunciativa alternativa, útil en la comprensión del impacto de la comunicación transnacional en sociedades industrializadas y en desarrollo.

Dando lugar al fenómeno mencionado por Lipset quien asegura, las naciones con niveles más altos de vida, mejor educación y mayor progreso tecnológico: están orientadas más democráticamente. “La educación amplía los horizontes del hombre, le permite entender la

necesidad de tener normas de tolerancia, lo limita en cuanto a la adhesión a doctrinas extremistas y aumenta su capacidad para elegir racionalmente” (1972: 56).

Con nociones más activas por parte del público, de la lecturas de los mensajes así como la relación entre la encodificación de los mensajes, el momento del texto encodificado y la variación en la decodificación de las audiencias ( Lozano, 1991) la ventaja de Estados Unidos sobre los géneros que ni los países grandes subdesarrollados tienen la capacidad de producir por falta de recursos económicos y tecnológicos, impacta fuerte y uniformemente sobre las actitudes del sujeto receptor ( Lozano, 2008).

Como lo enumeran por su parte Beltran y Fox (1981) al mencionar los diferentes mecanismos de influencia cultural de Estados Unidos en América Latina

- Las agencias internacionales de noticias.
- Las agencias internacionales de publicidad
- Las firmas internacionales de opinión pública, mercadeo y relaciones publicas.
- Las corporaciones comerciales transnacionales que actúan como anunciantes
- Los exportadores de materiales de programación impresos, auditivos y audiovisuales.
- Los exportadores de equipo y tecnologías de comunicación
- Las compañías internacionales de telecomunicaciones
- El organismo oficial de propaganda
- EL organismo oficial y central de seguridad

## **2.4 Niños en democracia**

La participación como como derecho de la niñez está plasmada en la Convención sobre los Derechos del Niño de 1989 y dentro del art. 4 párrafo 9 de la constitución política de los Estados Unidos Mexicanos que menciona “el principio del interés superior de la niñez, garantizando de manera plena sus derechos” (DOF: 12-10-2011, p.1). Mientras en el artículo 12 de la convención se hace mención del derecho a la participación, señalando

que la infancia deja de ser entendida como un grupo social dependiente de los adultos, reconociendo a los niños como “sujetos de derecho” y en consecuencia, como una categoría social en particular (Alfageme, Cantos, Martínez, 2003).

Así la participación infantil es definida como un :

(...) proceso continuo de expresión e intervención activa por parte de los niños en la toma de decisiones, a diferentes niveles, en los asuntos que los conciernen. El requisito es que haya informaciones compartidas y diálogo entre los niños y los adultos, sobre la base del respeto recíproco y la división del poder (Lansdown, 2004, p. 5 en Gülgönen, 2016

De tal forma que la noción del interés superior del niño, quiere decir que el crecimiento de la sociedad depende en gran parte de la capacidad de desarrollar a quiénes están en sus primeros años de vida y socialización. Prioridad, pues constituye un elemento básico para la preservación y mejoramiento de la raza humana.

Retomando la necesidad del dialogo entre niños y adultos, es que estudios como los de Saldierna (2014) llaman pre-ciudadanos, a los infantes que desde pronta edad distinguen el orden político. Radicando la importancia de la temprana práctica democrática, en ciertos valores que esta implica compartir entre la comunidad de la institución de la primera infancia, por ejemplo: la tolerancia por la diversidad; el reconocimiento de múltiples perspectivas y diversos paradigmas; así como otorgar importancia a la participación, basada en la idea de que la realidad no es objetiva, y que para construir un proyecto, es relevante el punto de vista de todas las partes (Moss, 2011).

Como método para combatir la exclusión democrática de la infancia los espacios para la participación infantil han facilitado el camino hacia la democracia integradora. Lo que implica depositar la esperanza futura por una gobernanza colectiva en los niños que desde pequeños han formado parte activa de las comunidades sociales y políticas en que viven, debido según Sanchez (2008) al aprendizaje que adquieren sobre canalizar sus aspiraciones bajo reglas democráticas que acogen sus necesidades y puntos de vista.

En el escenario nacional existen dos mecanismos para ejercer la participación infantil a nivel federal: la Consulta infantil y juvenil y el Parlamento infantil. Desde 1997, el ahora INE, ha organizado espacios para la participación de niños y adolescentes, celebrados a la par de las elecciones federales, y que han servido como medio donde se hace escuchar la opinión de la niñez que participa a lo largo de las Consultas. A raíz de la participación y el ejercicio en las boletas, el Instituto Federal Electoral promovió diversas acciones para que la ciudadanía en general escuchara y asumiera un compromiso de apoyo ante las problemáticas detectadas, y así, considerar la voz infantil en los programas institucionales y en las políticas públicas.

En el año 2015 con datos del INEGI, en México se llevó a cabo la Consulta Infantil y Juvenil titulada “Por un México con justicia y paz, tu opinión cuenta”, ejemplo de este tipo de espacios de empoderamiento infantil, donde la dinámica para conocer la opinión de los participantes sobre las temáticas de Justicia y Paz proporcionaba un espacio al niño para opinar acerca de su entorno. Según estadísticas generadas por el INE sobre la consulta infantil y juvenil pasadas, Nuevo León obtuvo una participación de 36,095 niños entre los 10 y 13 años de edad (INE, 2015b), representando así una mínima parte de esta población en el Estado. Dentro de la presente investigación se cuestionó a los niños acerca de su conocimiento sobre el Parlamento Infantil el cual se desarrolló entre finales de 2016 y principios de 2017. Ninguno de los niños dijo haber participado. Sin embargo, llega a ser conocido por un pequeño segmento de infantes que dicen encontrar la convocatoria confusa.

De acuerdo con Touraine (1978) la identidad en su última expresión es identificarse con y diferenciarse de, por ello la importancia de crear una identidad nacionalista en los primeros años escolares de las aulas mexicanas por medio de representaciones sociales, como los símbolos patrios, que introyectan en la infancia la idea de “nación” y con ella su apego, dando así un paso de lo concreto a lo abstracto, de la bandera a la patria (Hess y Torney, 1967). Sumándose a la causa del empoderamiento ciudadano.

Y es en las aulas mexicanas, donde se moldea el perfil moral e ideológico de la educación, desde las clases de formación cívica y ética hasta los actos cívicos semanales en los que se habla del autocontrol a la lealtad y el amor a la patria, que son los valores

educativos que se inculcan en las primarias del país Gutiérrez Vega ( 2006: 16). Lo que es considerado también por el 78.2% de la población que durante una encuesta nacional realizada por la SEP en 2005 considero que el “orgullo por la patria” es un valor impartido en las aulas, ocupando el octavo lugar de porcentaje en respuestas, por encima de valores como la igualdad, libertad y respeto a la vida. Por lo que el compromiso de participación ciudadana es inculcado en los niños también desde una perspectiva sentimentalista.

Según Delval (1989) hacia los 10 años de edad existe un conocimiento y aceptación positiva de otros países, con opiniones amistosas pues es en la edad temprana en la que paralelamente a la construcción del imaginario social se da la construcción de estereotipos. Lo que es respaldado al realizar una comparación entre el estudio de Segovia (1975) llamado la politización del niño mexicano y el de Fernández (2010) titulado Nacionalismo e infancia: cambios y permanencias. Pues se palpa un cambio de ciertas identidades en torno a la globalización y el ámbito mundial (Lipovetsky, 1994; Giddens, 1994; Beck, 2004; Bauman, 2006), ya que ambos estudios contienen una dinámica donde se solicita identificar los dos mejores amigos de México y los 2 enemigos. El país más amigo de México en la primera opción fue Estados Unidos con 71.8% de la muestra, y en la segunda opción Canadá con 19.2% mientras que en el trabajo de Segovia, Estados Unidos aparecía también en primer lugar como el más amigo (80%) y Guatemala era el segundo (40%), pero en el estudio de Fernández Guatemala apenas cuenta con 3% en la primera opción, y 12% en la segunda.

Esto merece ser reflexionado en el contexto actual en el que al parecer se mira más al Norte y menos al sur del continente Americano. Pues al momento de cuestionar la personalidad histórica positiva para el país, en la primera opción 15.1% de los consultados señaló a los Estados Unidos como el principal enemigo, seguido de Cuba e Inglaterra. Mientras que en los resultados de Segovia el enemigo principal, con un tercio de su muestra, es Rusia, seguido de Cuba. Ideas concebidas en torno a la Guerra Fría. Lo que denota el que la evolución histórica y el contexto de cada ejercicio ha hecho la diferencia en las respuestas obtenidas. Pues así cómo cambian las representaciones sociales, cambian las mentales (Van Dijk, 2007).

Volviendo a la participación social desde la infancia, esta es un derecho jurídicamente establecido y ayuda a mejorar el funcionamiento de los ámbitos en los que se produce; teniendo como consecuencia, un excelente medio para el desarrollo de la ciudadanía en los valores democráticos. Sin embargo las políticas sociales que buscan la participación de grupos locales y otorgan a la sociedad civil un papel más relevante frente al Estado no están presentes desde la infancia mexicana, pues es en la Constitución política de los Estados Unidos Mexicanos en su art. 34 donde los niños encuentran su primer obstáculo al ser excluidos de la ciudadanía, otorgándole tal derecho únicamente a las personas mayores de 18 años (CPEUM, 2017).

Entendiendo ciudadanía como el cúmulo de normas que guían la relación entre el individuo y la sociedad, su importancia para la participación es obvia, al crear las condiciones para hacer posible la participación. Por lo que ejercer la ciudadanía comprende la participación en temas de colectividad, formando parte de la discusión pública, dejando de ser un mero consumidor de mensajes y valores y pasando a ser productor de sus propios mensajes y propuestas de solución a la colectividad.

Impulsar el asociacionismo de los niños y la educación en valores democráticos de participación es la mejor forma de reconocer a los infantes como ciudadanos en esta etapa de camino hacia la consolidación democrática. “El primero permitirá desarrollar las dimensiones políticas y sociales de la noción de ciudadanía y la segunda permitirá crear las dimensiones afectivas y actitudinales imprescindibles en la práctica ciudadana, ambas ligadas a las identidades personales y colectivas.” (Rodríguez, 2013).

En Nuevo León las organizaciones dirigidas a formular elementos fundamentales de políticas públicas para la niñez son escasas, siendo más las tendientes a formular elementos fundamentales de políticas públicas juveniles. Estas están especificadas y agrupadas por rubros en el Informe de Organizaciones de la Sociedad Civil en el Desarrollo Integral de Nuevo León, editado por el Consejo de Desarrollo Social del Estado (2004). Siendo “Apoyo a Adolescentes y Jóvenes”, “Adicciones”, “Asistencia Social”, “Derechos Humanos” y “Desarrollo Social”, los rubros con más número de organizaciones.

También, dentro del capítulo I de la Ley de los derechos de niñas, niños y adolescentes para el estado de Nuevo León se incluye en el artículo 13 el derecho a la participación infantil, mismo que se hace presente a la vez dentro de los siguientes artículos:

Artículo 90. Niñas, niños y adolescentes tienen derecho a ser escuchados y tomados en cuenta en los asuntos de su interés, conforme a su edad, desarrollo evolutivo, cognoscitivo y madurez.

Artículo 91. Las autoridades estatales y municipales, en el ámbito de sus respectivas competencias, están obligados a disponer e implementar los mecanismos que garanticen la participación permanente y activa de niñas, niños y adolescentes en las decisiones que se toman en los ámbitos familiar, escolar, social, comunitario o cualquier otro en el que se desarrollen.

Artículo 92. Niñas, niños y adolescentes tienen derecho a participar, a ser escuchados y tomados en cuenta en todos los procesos judiciales y de procuración de justicia donde se diriman controversias que les afectan, en los términos señalados por el Capítulo XIX del presente Título.

Artículo 93. Niñas, niños y adolescentes también tienen derecho a que las diferentes instancias gubernamentales, en los tres órdenes de gobierno, les informen de qué manera su opinión ha sido valorada y tomada en cuenta su solicitud. (P.O.:27-11-15, p.38)

De igual manera, se estipula que los medios de comunicación son los que deben de proporcionar la oportunidad a niños, niñas y jóvenes de expresar lo que piensan y sienten (LDNNAENL 2015).

Con estos derechos definitivamente se busca fomentar una ciudadanía empoderada sin olvidar que las políticas públicas juveniles deben ser rediseñadas con base en las propias prácticas de los diferentes grupos y sus problemáticas. Pues según Cassal (2002) las políticas sociales son clasificadas en dos:

Las políticas nucleares: que son las que modifican el contexto en el que se definen las situaciones sociales de la juventud determinando trayectorias sociales diversas, como



ejemplo de estas políticas podemos mencionar las políticas de protección del desempleo juvenil y programas de garantía social. Y las políticas periféricas identificadas a través de acciones que, aunque sean necesarias, no modifican (directamente) las situaciones sociales en las que los jóvenes realizan la transición hacia la edad adulta, sino que suponen un valor añadido y de calidad de vida para ellos, ejemplo de ello son, la promoción de programas de educación en el tiempo libre, las ayudas a jóvenes creadores para la producción de música.

En el caso de este estado, se observa un fenómeno interesante donde las organizaciones de la sociedad civil desarrollan actividades tendientes a intervenir en términos nucleares tales como la formación educativa de los jóvenes, pero las políticas de juventud del Instituto de la Juventud de la Gobernación de Nuevo León contienen solo, políticas periféricas. Lo que podría ser resultado precisamente de una falta de debate público para el impulso de una agenda pública de problemáticas y soluciones en la que diversos sectores se involucren.

Constatando así la presencia de una visión tradicional, fomentando, por una parte, la participación simbólica de la sociedad, y por la otra, temáticas que no son el centro de debate de este sector. Reafirmando la importancia de revalorizar el espacio de la niñez en la agenda pública del Estado para evitar el desarrollo de la problemática juvenil.

## **CAPITULO III.**

### **METODOLOGÍA**

#### **3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN**

El presente estudio de enfoque cualitativo, proviene de un proyecto más amplio con una metodología mixta. El instrumento de investigación se basó en la dinámica de focus group, técnica que por la pluralidad de sus respuestas es propia de la investigación cualitativa. Los grupos focales de discusión giran en torno a cierta temática y son el proceso colaborativo del que emerge una interacción sociocultural (Lunt y Livingstone, 1996). Además de ser la herramienta ideal para poder captar la opinión y percepción de los niños, debido a la carencia de investigación centrado en este segmento de edad.

#### **3.2 FORMULACIÓN DEL GUIÓN**

Dicha etapa abarca la aproximación teórica para el diseño de las preguntas a realizar en los sujetos de investigación. El guión abarca la categoría de socialización política en los medios; concepciones, valores y orientaciones políticas, análisis que resuelve las inquietudes de conocer si las relaciones transfronterizas afectan el proceso de la socialización política de los niños neoleoneses a través de los medios de comunicación.

Posteriormente se realizó la estructura de la entrevista, instrumento que partió de un antecedente aplicado en el año 2006 por Huerta a niños de tres ciudades del norte de México (Huerta, 2007). Mismo del que se realizó una prueba piloto al inicio para comprobar que el lenguaje del instrumento fuera adecuado para los menores.

#### **3.3 SELECCIÓN DE LOS PARTICIPANTES**

Se utilizaron 8 grupos focales que abarcaron tanto Área Metropolitana de Monterrey (AMM), como municipios del norte y sur del Estado de Nuevo León. Teniendo un total de 46 estudiantes, 23 niños y 23 niñas respectivamente, lo que se pensó conveniente para que los grupos tuvieran representatividad en cuestión de género. Solicitando apoyo a las instituciones, así como previa autorización de los padres. Los grupos fueron distribuidos de

la siguiente forma: 4 colegios privados del AMM, 2 escuelas públicas del AMM y 2 escuelas de zonas rurales (una del norte y otra del sur del Estado). Las sesiones convocadas, una por escuela, estuvieron compuestas por estudiantes que cursaran el 5to y/o 6to año de primaria, compuestas por un total de 18 alumnos de 5° año y 28 de 6° año respectivamente. La duración aproximada de cada grupo de discusión fue de 73 minutos, siendo la más extendida de 87 minutos y la de menor duración de 50 minutos. De las 8 sesiones se generaron un total de 366 páginas de transcripción.

**Tabla. 3.1 FICHA TÉCNICA DE LOS FGD**

<i>Numero de escuela</i>	<i>Fecha</i>	<i>Lugar</i>	<i>Duración</i>	<i>Tipo de escuela</i>	<i>Turno</i>
<i>Escuela 1</i>	Martes, 15 de noviembre de 2016	San Nicolás de los Garza, Nuevo León	01:14:03	Pública	Matutino
<i>Escuela 2</i>	Martes 22 de noviembre de 2016	San Nicolás de los Garza, Nuevo León	01:03:32	Privada	Matutino
<i>Escuela 3</i>	Miércoles 23 de noviembre de 2016	Monterrey, Nuevo León	01:19:53	Pública	Matutino
<i>Escuela 4</i>	Jueves 1 de diciembre de 2016	Monterrey, Nuevo León	00:49:54	Privada	Matutino
<i>Escuela 5</i>	Lunes 5 de diciembre de 2016	Allende, Nuevo León	01:27:21	Pública	Tiempo Completo
<i>Escuela 6</i>	Lunes 12 de diciembre de 2016	Monterrey, Nuevo León	01:05:13	Privada	Matutino
<i>Escuela 7</i>	Lunes 12 de diciembre de 2016	Monterrey, Nuevo León	01:17:36	Privada	Matutino
<i>Escuela 8</i>	Jueves 19 de Enero de 2017	Sabinas Hidalgo, Nuevo León	01:14:49	Pública	Vespertino

### 3.4 Descripción de la muestra

Los grupos focales fueron conformados por 6 participantes repartidos equitativamente entre niños y niñas, salvo en el caso de un colegio en el que se autorizó la participación de solo 4 estudiantes por parte de los padres de familia, lo que represento una limitación en el estudio. Otro punto a mencionar es el que las edades de los participantes oscilaron entre los 10 y 12 años. Se les cuestionó el grado de estudio de sus padres, el cual en la mitad de los grupos tienen uno o ambos padres con estudios universitarios o de

posgrado cifra respaldada por el INEGI (2015) quien establece que en Monterrey 24.2 personas de cada 100, concluyeron la educación superior dando como promedio de escolaridad de la población de 15 años y más de un 10.3% que supera el nivel nacional, donde la población de 15 años y más, tiene 9.2 grados de escolaridad en promedio, lo que significa un poco más de la secundaria terminada.

### **3.5 Proceso de aplicación del estudio**

El periodo del 15 de noviembre de 2016 al 19 de Enero de 2017, fue durante el cual se recolecto la información por medio de los grupos focales de discusión, presentándose entre las limitaciones del proceso la autorización para acceder a las escuelas en un corto plazo, además de los obstáculos de la calendarización interna de cada institución. Las discusiones se llevaron a cabo en la escuela para facilitar las cuestiones de permiso así como lograr que el niño se sintiera cómodo al momento de ser interrogado.

Todas las sesiones fueron grabadas en video y audio, previa autorización, para su posterior transcripción. Fase que fue realizada en semanas posteriores a la aplicación, y se contó con la colaboración de estudiantes universitarios. La dinámica a desarrollar, fue la siguiente: se llevó a cabo la presentación el equipo (un moderador y dos auxiliares para las grabaciones); se explicó el anonimato de la información y la necesidad de generar una grabación para una mejor transcripción de lo que mencionaba cada uno de los participantes; se entregaron hojas en blanco junto con lápices, instrumentos necesarios para responder la primera pregunta dentro de la discusión: ¿Qué es Política?, seguido del desarrollo de la discusión que variaba en tiempo y forma en cada grupo de escolares, facilitando dado el caso, la posibilidad para desarrollar otras interrogativas relacionadas con el tema que surgían o no en cada sesión a fin de profundizar el análisis. Finalmente, se hizo la aplicación de un cuestionario escrito para la obtención de información general como edad, grado y grupo, estudios y ocupación del padre y estudios así como la ocupación de la madre.

#### **4.1 Procesamiento y análisis de resultados**

Posterior a la transcripción de los grupos focales se utilizó el programa para análisis de datos cualitativo Nvivo 11, para procesar los documentos. Se presentó la relación porcentual dentro del discurso generado en cada grupo de discusión, de acuerdo con las categorías de análisis planteadas desde la formulación inicial del guion. Y finalmente se llevó a cabo el análisis de los resultados a través de diversos nodos generados a partir de la exploración de las transcripciones.

Al evaluar las categorías presentadas en el discurso de los niños, se detectó una clara inclinación en la atención a medios hacia el contenido de entretenimiento en las redes sociales, predominando Facebook como la principal red donde los niños gustan pasar el tiempo, sin embargo, un hallazgo fue descubrir que durante este ejercicio de ocio, el flujo de información con contenido político suele aparecer esporádicamente, según mencionaban los niños.

Un hallazgo sin duda fue descubrir que a pesar de que la interacción política en la familia presenta una baja presencia en relación a otros agentes socializadores como los medios de comunicación, se da una relación entre ambos agente mencionados durante la atención a medios, posicionando a la familia como un mediador del principal agente socializador, de conceptualización política que es la televisión a través de la dinámica familiar demostrando así que las principales influencias en la familia son por parte de los padres.

## 4.2 Interpretación de resultados

Una vez analizados los resultados, es preciso desarrollar las variables dentro de cada categoría que son base para responder a los objetivos propuestos inicialmente. Con los que se pretende conocer la influencia de los medios de comunicación en la formación de la percepción de las relaciones transfronterizas binacionales por parte de los niños neoleoneses, estudiantes de 5° y 6° año de primaria y cómo estas se manifiestan en la práctica, además de la interacción con agentes socializadores como la familia y los medios de comunicación. Así como medir el grado de conocimiento en referente a la política Estadounidense en el contexto de las elecciones presidenciales del año 2016 a fin de identificar posibles patrones de conducta en materia de generar una opinión pública. Que se concentran principalmente en los ítems correspondientes a la categoría de concepciones valores y orientaciones políticas pero que es conducida a través de lo encontrado en las categorías que le anteceden. Por lo tanto, es necesario hacer el recuento de cada una, para llegar a explicar los hallazgos obtenidos con relación a la opinión pública en torno a Estados Unidos.

En cuanto a la categoría de concepciones, valores y orientaciones políticas que concentra el tema principal de este estudio sobre nociones de las elecciones presidenciales de 2016 llevadas a cabo en Estados Unidos. El discurso en los niños neoleoneses se hace presente en el recuento de las categorías que a continuación se explicaran para llegar a explicar los hallazgos obtenidos con relación a la opinión pública infantil de Nuevo León.

### 4.2.1 Discurso en torno a Estados Unidos

Se generó una subcategorización a partir de lo planteado por Van Deth et. al. (2011), que crea dos categorías a fin de conocer el tipo de conocimiento político presente en los niños: *la conciencia política* correspondiente a conceptos básicos sobre elementos de gobierno que en el caso de este estudio se manifestó a través de la figura de presidente adjudicada a Obama así como la identificación de Donald Trump y Hillary Clinton como candidatos presidenciales; y el *conocimiento*

*funcional* que destaca funciones en relación al gobierno o los políticos que de igual forma se manifestó en el conocimiento que los niños tenían sobre la relación tensa que sostienen México y Estados Unidos, citándola en diferentes momentos de la historia mexicana hasta la época actual.

Comenzando por la *conciencia política* es notable la opinión favorable que los niños tienen de Estados Unidos en general, atribuyendo adjetivos como “salvador” o “protector” a este país, lo que en ciertos casos se identificó, fue provocado por un vínculo producido a partir de algún familiar, o amigo que vive en el país del Norte. Seguido por el *conocimiento funcional* que destaca funciones principales de los políticos así como del gobierno, se encuentra en los niños una imagen negativa sobre el primer mandatario estadounidense lo que resulta en una concepción negativa en general sobre las relaciones binacionales sostenidas.

A continuación se citan referencias donde los niños describen la imagen que tienen de Donald Trump así como en otras ocasiones acerca de la segunda candidata más popular entre el público: Hillary Clinton:

*“Ya, por último, yo pienso que Donald Trump es malo, piensa por él mismo, es ambicioso, eh, tiene demasiado dinero y él nunca comparte, nunca, él piensa solamente por él mismo y no piensa por nadie más, eh, ni todavía, todavía ni siquiera deja hablar, nunca deja que los mexicanos lo entrevisten porque dice que todos somos rateros, violadores, eso dice Donald Trump, es un mugre racista, tiene todo”*

Kevin, 11 años, Escuela 3

*“Yo opino sobre Donald Trump que es muy malo, que primero sepa lo que es ser un político porque a lo mejor él puede gobernar pero él a lo mejor no sabe lo que está pasando aquí o allá. Es racista, se cree mucho, es suficiente rico, es dueño de la mitad de Nueva York, ¿para qué quiere más si tiene una vida feliz?”*

Renata, 11 años, Escuela 3

*“Sí que es un señor muy feo que no sabe... que está muy feo que no sabe gobernar que está muy loco y que yo pienso que próximamente él y Enrique Peña Nieto van a tener sus mañas para causarnos daño a nosotros a todos los mexicanos.”*

Gretel, 11 años, Escuela 8

*“ Yo lo que me acuerdo, de tema bueno o malo, vi malo de Donald Trump en noticias que as los estadounidense racistas; o sea como él, poner una barrera para que nosotros no pasemos”*

*“Un tema bueno que Estados Unidos y México se relacionan y son buenos amigos desde hace mucho tiempo y no se pelean, a menos de que un presidente llegue y sea racista y eso arruine la amistad entre México y Estados Unidos.”*

Rubén ,11 años

#### **4.2.2 Noción sobre las elecciones presidenciales estadounidenses 2016**

Otra subcategorización se realizó a partir de lo establecido por Hess y Torney (1967) quienes adjudicaban a los niños la capacidad de desarrollar fuertes vínculos emocionales con su nación a pronta edad, sin embargo se busca comprobar si efectivamente este sentido de identidad cultural se ve afectado como producto de la transnacionalidad presente en la región.

El ejemplo de Juan Enrique es uno de tantos donde además de identificar el discurso intimidante de Estados Unidos, presenta un efecto de nacionalismo sobre su identidad nacional producto de las amenazas identificadas en el mensaje de Donald Trump .



*“Porque aquí tengo todo lo que necesito, mis papás, mis familiares, aquí se supone que el presidente de Estados Unidos no nos debe estar diciendo cosas. Para mí los mexicanos somos mexicanos nos insulten o no nos insulten seguiremos siendo mexicanos, seguiremos siendo buenas personas”*

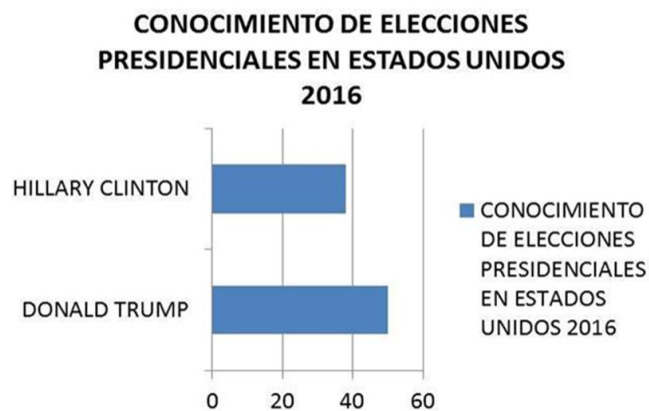
Juan Enrique, 6º año, Escuela 5

*“A mí lo que menos me gusta es que vendieron a Texas, si no hubieran vendido Texas, estuviéramos más tranquilos con Estados Unidos porque no sé desde hace cuánto estamos enojados con ellos y no sé por qué”*

*“Yo creo que porque cuando estaba pequeño pensé que era un niño héroe, pero yo cuando crezca y sepa de política me iré a Estados Unidos porque me gusta el americano”*

Rubén, 11 años

**Gráfica 4.1 Conocimiento de elecciones presidenciales en estados unidos**



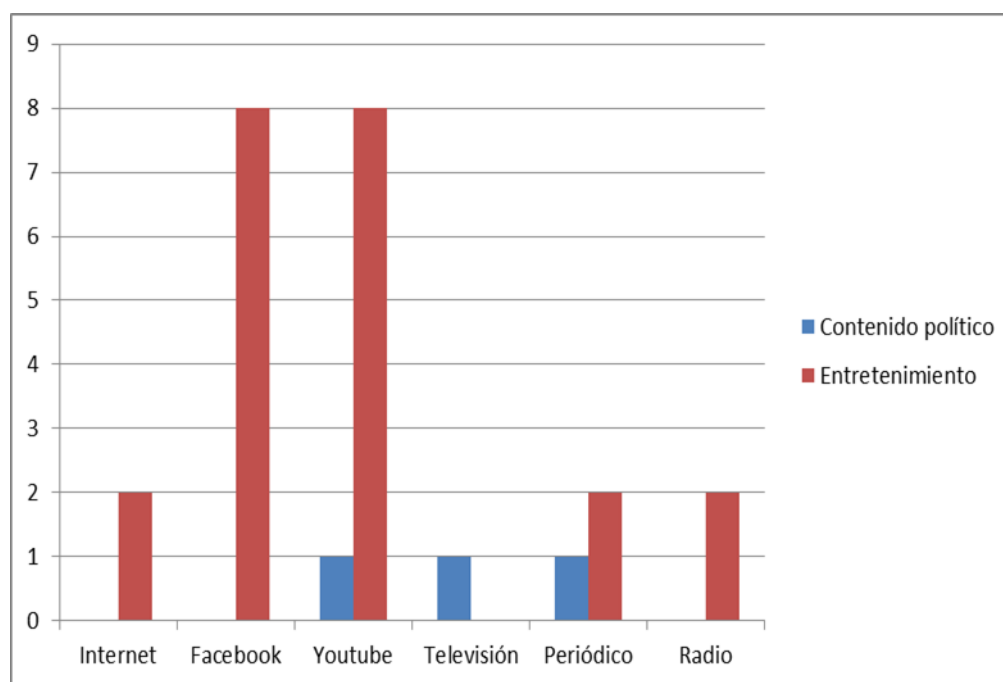
### 4.2.3 Socialización política en los medios

Autores como Connell (1971) o Farnen (1975) enfatizan la presencia diaria de los medios de comunicación en la jornada de los infantes desde temprana edad.

Teniendo como resultado una tecnosocialización en referencia a que las características que definen a la red se han convertido en rasgos de la socialización política de la población que Funes (2007) ejemplifica como una generación que aprendió a hablar inglés en programas de televisión captados por antena parabólica más que en la escuela y que se siente más a gusto escribiendo en la computadora que en el papel.

A continuación se presentan gráficos sobre la distinción entre atención a medios y consumo de medios registrados a partir de las discusiones en los focus group

**Gráfica 4.2 Consumo de medios**



En el gráfico 4.2 se representa el tiempo que los niños interactúan por decisión y gusto propio con los medios de comunicación, resultando que el entretenimiento es la

principal causa de que los infantes frecuenten la media. Siendo Youtube y Facebook los principales sitios donde los niños se entretienen, y Youtube junto con la televisión y el periódico los medios donde contenido político informativo es explorado por parte de los infantes.

*A veces busco memes de Donald Trump, es que hay imágenes, haz de cuenta de Donald Trump pero con él, como en una foto salió y así (señala) y dice “falta poquito para mandarlos a Monterrey” a todos los de Estados Unidos*

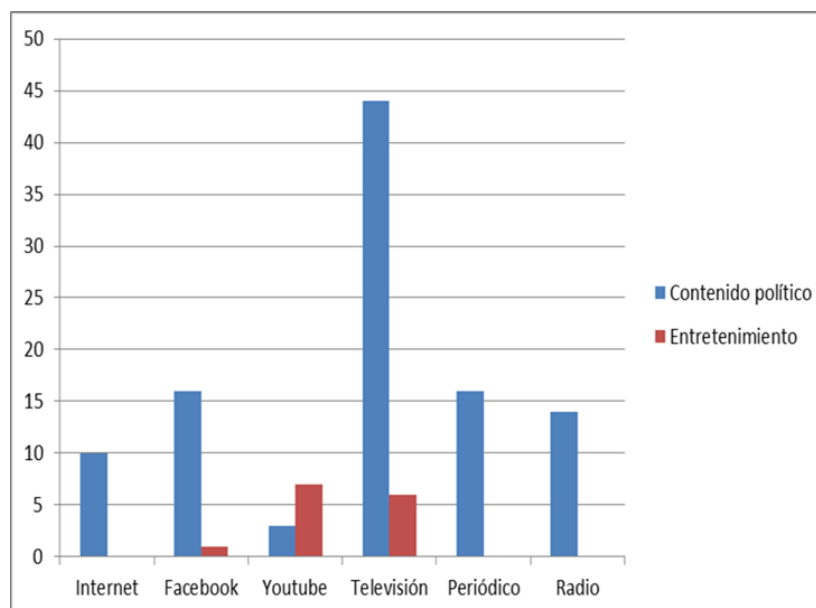
Erick 11 años, Escuela 3

*Yo lo que vi en internet es de que Donald Trump quería sacar a todos los mexicanos de Estados Unidos y que iba a mandar a los policías para que los encontraran y los mandaran para acá.*

*Ruben*

En relación al consumo de contenido político es la televisión, por medio de las noticias la encargada de llevar la información al niño, sin embargo recordemos que la atención a la televisión se encuentra en segundo termino lo que significa un restringido acceso a este tipo de contenidos, si bien los noticieros encabezan los programas de consumo político; dentro de las revelaciones de los grupos focales, los niños reconocen poner más atención a noticias relacionadas con delincuencia, inseguridad, accidentes viales y el clima, algo parecido a lo encontrado por Rodríguez Estrada en 2007 sobre el consumo televisivo

**Gráfica 4.3 Atención a medios**



En la gráfica 4.3 se evalúa la frecuencia con que los niños adquieren información política a través de los medios frecuentados por su contexto inmediato que es la familia . Siendo un hallazgo que el flujo informativo de contenido político sea mayor durante la exposición a medios de comunicación que los padres frecuentan como la televisión, medio que fue mencionado más frecuentemente por los niños como el predominante en la dinámica familiar. Teniendo a Youtube por otro lado como el medio en el que los niños sintonizan contenido de entretenimiento, por excelencia.

*“ En la tele que tengo.... Porque la tele que tengo pues es de estados unidos entonces tengo muchos programas hechos en estados unidos y pues...”*

Sebastián, Escuela 8

*“A través de las computadoras cuando estábamos por ejemplo en...YouTube, por ejemplo, luego te dicen, luego te vienen cosas así políticas. Una vez me apareció que estaban buscando a Duarte o algo así”*

Santiago, 11 años, Escuela 4

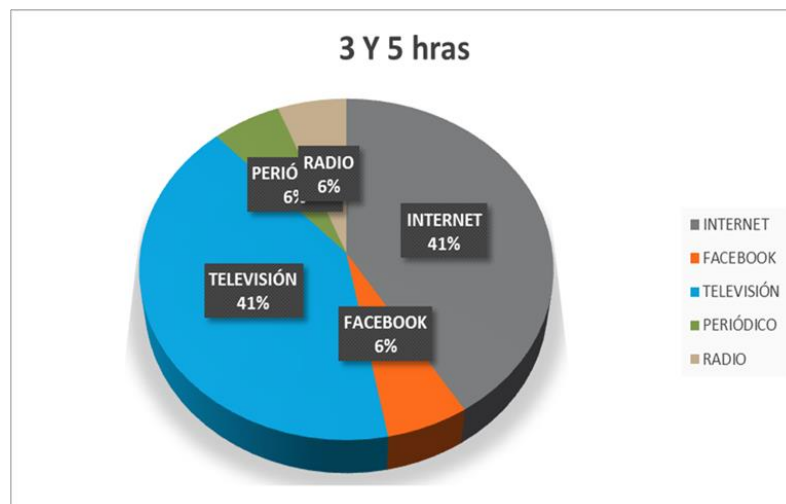
*“Bueno... las de Estados Unidos... que empezaron a hablar mucho sobre Donald Trump porque empezó como a subir... empezaron a grabar mucha gente... muchas personas de ahí a grabar las cosas que decía Donald Trump y luego nos empezamos a enterar y luego también por la televisión...”*

Aurora, 11 años, Escuela 7

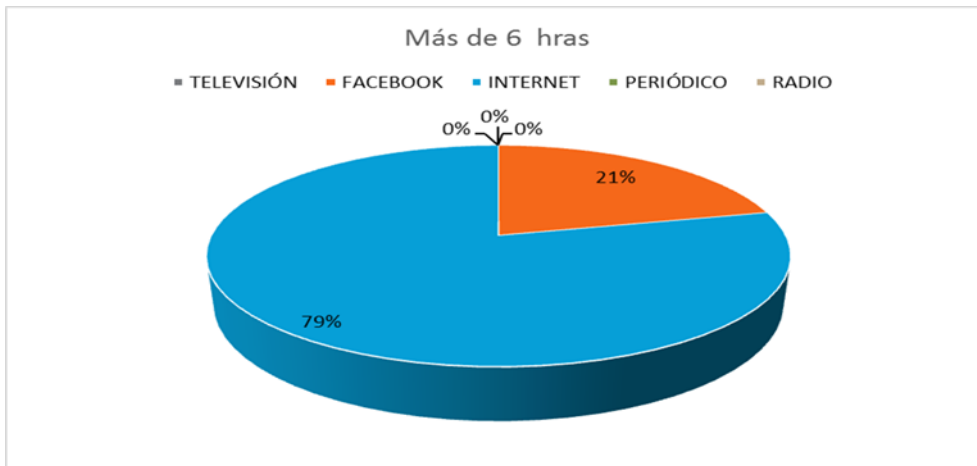
#### 4.2.4 Principales medios que influyen en la socialización política

Después del acercamiento a los principales medios socializadores que fueron la televisión y el internet, es la radio al igual que el periódico los que les siguen en presencia dentro de la cotidianidad familiar, la dinámica de escuchar la radio de camino a sus lugares de destino en el coche o bien leer el periódico en casa de la abuela lo que nos acerca a otro tema que es de la socialización política en la familia, mismo que más adelante será explicado ampliamente.

**Gráfica 4.4 Medios consumidos entre 3 y 5 horas diarias**



**Grafica 4.5 Medios consumidos por más de 6 horas diarias**



*“pues yo la verdad, yo me entero más por la radio que escucha mi mamá, porque en la mañana pone como que una radio que es así como un canal que da las noticias, 103.3”.*

Emiliano, 10 años, Escuela 6

*“a mi bisabuela le gusta tener lo de las noticias”.*

Héctor, 12 años, Escuela 8

*“ Si eso es lo que yo digo, siempre me pongo a ver las noticias y a veces aparece el tonto de Donald Trump”.*

*“Yo vi un meme de Donald Trump, que estaba construyendo un muro y luego el Chapo Guzmán estaba abajo escarbando”.*

Kevin

El internet por su parte es el medio en que los niños pasan la mayor parte de su tiempo, y sin embargo el medio de menor consumo en materia política. Dentro del internet, el consumo de contenido político se divide en medios de información digital como

el periódico, o programas de corte político y redes sociales, predominando Facebook, como la red social más utilizada por niñas y niños.

*“Ah! Yo como siempre todo el día a veces me meto en internet a buscar, pues en internet y en Facebook porque es donde te enteras de todo”.*

Renata, 11 años, Escuela 3

El segundo medio de obtención de contenido político resulta ser el periódico que mantiene una influencia aceptable en los niños, en ambas de sus modalidades. Siendo el periódico EL NORTE el de mayor consumo por parte de los menores y posicionando a los abuelos como el medio principal para obtener el material.

*“Yo cuando voy a casa de mi abuelita, como ella tiene mucho periódico, yo primero lo leo y después lo utilizó para otra cosa. Y Ahorita lo que me acuerdo es de como ganó, éste ¿cómo se dice? El presidente -Donald Trump”.*

Maximiliano, Escuela 1

*“Cuando voy a casa de mis abuelitos. En mi casa ya casi no leemos el periódico, lee mi papá por su celular...pero cuando voy a casa de mis abuelitos casi siempre cuando estoy aburrida o ya que no quiero ver la tele, siempre agarro un periódico y veo, lo de los artistas, gente, cine y a veces los de... nacional y local... y leo El Norte”.*

Aurora, 10 años, Escuela 7

Definitivamente la cercana relación entre familia y medios de comunicación se hace presente, pues ambos socializadores aparecer a la par en la formación de orientación políticas en infantes. Comprobando que en la familia empieza el uso y acceso a medios de información, que posteriormente terminan por ser los mayores agentes socializadores en materia política.

#### 4.2.5. Socialización política en la familia

Como fue explicado anteriormente se presenta una relación entre los medios de comunicación y la familia durante el ejercicio de atención a medios donde se revela otro aspecto importante que son los temas de conversación política con la familia, ya que influyen en los temas de interés que los niños tienen. Las charlas familiares sobre acontecimientos políticos van desde elecciones, corrupción o leyes, y cambios en la economía familiar. A continuación se presentan los principales socializadores dentro de la familia demostrando por un lado el impacto de los padres en primer lugar seguido por los abuelos como los agentes de influencia más fuerte hacia los niños.

*“Yo platico con mis papás y les digo que a veces es malo... que a veces es malo que los presidentes no hagan nada con la corrupción y cuando estás haciendo algo bueno lo interrumpen”.*

Arturo, 10 años, Escuela 7

*“Yo cuando voy a casa de mi abuelita, como ella tiene mucho periódico, yo primero lo leo y después lo utilizó para otra cosa. Y Ahorita lo que me acuerdo es de como ganó, éste ¿cómo se dice? El presidente -Donald Trump”.*

Maximiliano , Escuela 1

*A mi abuelita se le fue la luz en su casa... Entonces, esteemm... iba a mi casa porque le tiene mucho miedo entonces esteemm... pues ahí fue cuando vi las elecciones... porque ella las quería ver...*

Alejandro, Escuela 7



#### 4.2.6 Percepción que tienen de Estados Unidos los niños neoleoneses

A partir de la frecuencia con que los niños repetían ciertas cuestiones, se logró identificar a través de una nube de palabras, el discurso más vigente con respecto a Trump en la mente de los infantes dando como resultado el discurso xenófobo a través de la palabra racista. Una creciente preocupación sobre la posibilidad de una tercera guerra mundial y una clara visión de lo que en términos generales representa la relación bilateral México – Estados Unidos .

Así como cuestiones como las que Sertzen (2016) afirma al conceptualizar como factor influyente en la percepción de los niños de zonas transfronterizas las historias de migración de adultos a jóvenes, reafirmando a la familia como socializador.

Gráfica 4.6 Opinión sobre Trump



Se agregan referencias obtenidas de la interacción en los grupos focales para mostrar esto :

*“ Yo pienso que Estados Unidos que... yo creo que pues sí puede hacer cosas buenas por Estados Unidos... pero pues a ver qué pasa con México... porque también nosotros no tenemos que depender de esa... --- yo pienso que... hay que ser como Estados Unidos...”*

Sebastián

*“Un tema bueno que Estados Unidos y México se relacionan y son buenos amigos desde hace mucho tiempo y no se pelean, a menos de que un presidente llegue y sea racista y eso arruine la amistad entre México y Estados Unidos”.*

Rubén, 11 años

*“Eh, que primero si supiera que hay alimentos que vienen de Estados Unidos y que hay alimentos mexicanos que van hacia Estados Unidos y que bueno, ese muro nos va a perjudicar a todos”.*

Annete, Escuela 3

*“Que Donald Trump iba a ocasionar la tercera guerra mundial”.*

Grettel, Escuela 8

*“Si porque hay países que no nos quieren, como Estados... como Donald Trump”.*

Niña 1, Escuela 4

*“ Yo sé que adentro de Donald Trump puede haber un poquito de bondad y felicidad entonces yo... yo sé que Donald Trump puede hacer a su país que mejore económicamente y también , esteemm... con la población y... yo también espero porque tengo una prima allá...”*

Aurora, Escuela 7

Finalmente con el testimonio de Arturo en el que incorpora palabras en inglés a su mensaje en español, se confirma la presencia de la transnacionalidad en la cultura oral de los niños regios

*“Yo pues....eh.... cuando voy a casa de mis abuelitos, estoy en el carro o así o simplemente cuando estoy en mi casa, mi mamá en la televisión o mi blu ray tiene radio entonces pongo el radio o así. Y pues veo... exactamente a mí me gusta la estación 91.7 \*dice: ninety one point seven\*”.*

Arturo

Dentro de la percepción americana se analiza también la percepción que tienen los niños sobre la política estadounidense, lo que resulta relevante pues estos conceptos serán retomados en su dinámica social diaria y por ende son factores que tendrán influencia dentro de la conformación de su cultura política. Continuando con las categorías utilizadas por Van Deth et al. (2011) , que arrojaron como resultado una conciencia política presente pues los niños identificaban perfectamente a los principales contendientes dentro de las elecciones, Hilary Clinton y Donald Trump , así como a Barack Obama, quien era el presidente en turno y la relación que este sostenía con ambos personajes. A continuación se cita a los infantes y sus referencias sobre lo mencionado:

*De que Obama dijo que tenía las manos manchadas de sangre, no sé porque.*

Marcelo, Escuela 1

*Obama ya no puede ser reelecto, ya fue dos veces seguidas...*

Aurora, Escuela 7

Apareciendo en segundo lugar derechos y leyes como conceptos, seguido de corrupción .

*...ahorita con ehh en Estados Unidos están ehh como se dice el presidente de la republica Donald Trump entonces como el Enrique Peña Nieto por ejemplo tiene que defender los derechos que nosotros tenemos a nosotros viajar allá.*

María Teresa, Escuela 5

Dentro del conocimiento funcional de los infantes que habitan en Nuevo León, sigue prevaleciendo la acción de gobernar, como lo visto en la conciencia política y que es respaldado por Laupa y Turiel (1993) sobre que los niños ya han desarrollado conceptos de organización política y social.

*Ehhh pues yo pienso emmm... que Hillary ni Trump son capaces para ganar un país tan grande como Estados Unidos porque Hillary es una mujer ehh a lo mejor llega a la presidencia y no no va a saber cómo (...) y tampoco Trump porque según él quiere tener propuestas distintas ehhh a las que dice Hillary por decir está en contra de los básicamente negros ehh los mexicanos también, es racista todo eso.*

Jimena

*Y luego no creo que Donald Trump construya el muro porque se tardaría ocho años y eso es lo que puede durar un presidente, son cuatro años y te puedes reelegir; y el siguiente presidente puede que cancele esa obra o si ya está terminada, puede destruirla*

Niño 1, Escuela 4

*¿De Donald Trump? Que en algunas... cosas...es la verdad muy injusto y muy malo... porque con nosotros los mexicanos es también con las personas bueno...pues... negritas que hay en su país, es demasiado racista... entonces yo creo que pues... yo si fuera Estados Unidos hubiera votado... por... Hillary Clinton, aunque Hillary Clinton también... no estaba... estaba un poquito en contra también de nosotros, entonces... yo... no hubiera votado por ninguno de los dos*

Aurora, Escuela 7

Las percepciones negativas son preocupantes pues el infante en un futuro asociara la política a algo negativo, resultando en una apatía y desinterés desde temprana edad.

*Para mí Donald Trump es como Hitler...*

Gerardo, Escuela 7

#### **4.2.7 Impacto sobre la Identidad cultural de los niños neoleoneses**

Acerca de la identidad autores como Erikson señalan que la tarea dentro de la construcción de esta es afianzar cierta identidad personal y de sexo en creciente dependencia de los padres, apertura al mundo y el logro de la autonomía. Este proceso que viene desde la infancia y marca toda la vida futura, es una necesidad sobre la que escribe Erikson (1978 Pág.20-1): “El estudio de la identidad psicosocial depende de tres complementariedades(...):la coherencia personal de la integración individual y de rol en su grupo ; sus imágenes rectoras y las ideologías de su época ; su historia personal y la circunstancia histórica”. Así pues, la identidad es biográfico-psicológica, influida por la concepción del mundo del actor y por la concepción del mundo de su época y lugar provocando un cruce de individuo-grupos-sociedad y de historia personal, en una historia social.

Así comprendiendo la identidad cultural como algo oscilante y compuesto de valoraciones culturales es qué se identifica cierto impacto sobre la identidad cultural de los niños en el Estado, quienes muestran preocupación e incertidumbre sobre lo que sucederá en México al momento que Trump llegue a su gobierno y pueda cumplir sus amenazas, sin embargo la inclinación y opinión favorable en general a lo que Estados Unidos engloba culturalmente, persiste despertando sentimientos de admiración y anhelo.

*“Yo pienso que Estados Unidos que... yo creo que pues sí puede hacer cosas buenas por Estados Unidos... pero pues a ver qué pasa con México... porque también nosotros no tenemos que depender de esa... --- yo pienso que... hay que ser como Estados Unidos...”*

Sebastián, Escuela 4

*“Yo creo que porque cuando estaba pequeño pensé que era un niño héroe, pero yo cuando crezca y sepa de política me iré a Estados Unidos porque me gusta el americano”*

Rubén

*...ahorita con ehh en Estados Unidos están ehh como se dice el presidente de la republica Donald Trump entonces como el Enrique Peña Nieto por ejemplo tiene que defender los derechos que nosotros tenemos a nosotros viajar allá no puede venir por ejemplo él no puede regresar a todos los demás porque por ejemplo allá todos los mexicanos, allá todos los mexicanos que están acá los mexicanos de aquí trabajan allá, ¿Por qué?, porque acá no tenemos tantas empresas y todos, ellos tienen que defender todos nuestros derechos como nosotros ir a allá, si nosotros queremos ir allá por ejemplo como él, el otro presidente de allá va a regresar a los de a los mexicanos y allá pues lo que él está haciendo esta correcto porque nosotros si se vienen para acá los mexicanos*

María Teresa, Escuela 5

## CAPITULO V

### DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.

Contribuciones como las de Dudley y Gitelson (2002) advertían que el aumento de problemas sociales se ha encargado de posicionar en primer lugar de la agenda gubernamental y educativa a la socialización política, poniendo en evidencia el interés por conocer agentes responsables de la tecnosocialización, propia de la contemporaneidad. Pues finalmente, los hábitos y nociones políticas que el sujeto pueda adquirir a través de la influencia de diversos agentes socializadores, terminaran desarrollándose en una cultura política.

Los resultados muestran, que dentro de la idiosincrasia infantil regia hay una fuerte presencia de la cultura norteamericana, lo que respalda a Portes y Hoffman (2003) quienes aseguran que a mayor nivel de recurso económicos por parte de los niños, se registra un mayor transnacionalismo, aspecto que fue palpable en las respuestas de los infantes en las que mostraban un amplio conocimiento concerniente a las relaciones binacionales que México y Estados Unidos sostienen, lo que también se vio reflejado en los regionalismos utilizados por los niños.

*“Yo pues....eh.... cuando voy a casa de mis abuelitos, estoy en el carro o así o simplemente cuando estoy en mi casa, mi mamá en la televisión o mi blu ray tiene radio entonces pongo el radio o así. Y pues veo... exactamente a mí me gusta la estación 91.7 \*dice: ninety one point seven\*”.*

*Arturo*

*“ A mí lo que menos me gusta es que vendieron a Texas, si no hubieran vendido Texas, estuviéramos más tranquilos con Estados Unidos porque no sé desde hace cuánto estamos enojados con ellos y no sé por qué”.*

*” Eh, que primero si supiera que hay alimentos que vienen de Estados Unidos y que hay alimentos mexicanos que van hacia Estados Unidos y que bueno, ese muro nos va a perjudicar a todos”.*

Annete, Escuela 3

*“ Que Donald Trump iba a ocasionar la tercera guerra mundial “.*

*“Cuando estaban las elecciones de estados unidos todos hablábamos de eso “.*

Sebastian, Escuela 7

Ciertos comentarios demuestran la presencia de la conciencia política y el conocimiento funcional debido a un amplio conocimiento acerca de los dos principales candidatos a la presidencia de Estados Unidos en el 2016, así como cierta noción sobre aspectos como la corrupción nacional, poca fe en los ideales democráticos y nulo respeto ante las instituciones gubernamentales, mencionado anteriormente por Norris (2002) como un factor preocupante ante la pérdida de identidad nacional contemporánea .

*“Que según iba a volver a permitir que los mexicanos visitaran a sus familias... pero no sé si fue Donald Trump o Hillary porque cinco minutos tuvieron las personas que estaban ahí los migrantes para poder visitar la frontera a sus familias. Entonces, no sé quién lo hizo, pero sólo sé que ahí estaban diciendo que Hillary iba a expulsar a todos los mexicanos y “que Donald Trump los iba a meter a la cárcel eso fue lo que escuché hoy lo publicaron en Facebook.”*

Christopher, Escuela 8

*“sí que es un señor muy feo que no sabe... que está muy feo que no sabe gobernar que está muy loco y que yo pienso que próximamente él y Enrique Peña Nieto van a tener sus mañas para causarnos daño a nosotros a todos los mexicanos.”*



Grettel, 11 años, Escuela 8

*“Yo pienso que Estados Unidos que... yo creo que pues sí puede hacer cosas buenas por Estados Unidos... pero pues a ver qué pasa con México... porque también nosotros no tenemos que depender de esa... --- yo pienso que... hay que ser como Estados Unidos...”*

Sebastian, Escuela 3

Concerniente a los medios de comunicación como agente socializador, durante la dinámica de *consumo de medios* (Gráfica 4.1) el hallazgo que merece ser mencionado fue la fuerte presencia de los padres como principales socializadores por medio de otros agentes, lo que en el caso del estudio realizado fue la televisión principal medio que se encarga de acercar el contenido político a los niños seguido por el periódico. Ambos medios son próximos al infante como consecuencia de lo que sus padres y sus abuelos sintonizan, posicionando a estos miembros de la familia como elementos claves dentro de la formación del capital cultural y social mismo del que se requieren niveles altos para el aumento de indicadores de desarrollo político y cultura cívica fundamentales para una sociedad en democracia ( Coleman, 1988; Almond,1956 )

*“Sí, igual... y pues cuando mi papá habla del tema de la corrupción y los problemas de México pues le digo sí, si es cierto y o no.... y pues ahí pues empezamos a hablar de la política”.*

Arturo, Escuela 7

Retomando los medios, otro de los temas que requiere atención es la ausencia de la figura que les lleve de la mano por el mundo de la política. Pues el acceso por si solos a contenido político no resulta en información relevante, ya que al cuestionarles acerca de la última vez que hablaron de política, su respuesta general fue “ ahora “ refiriéndose al nulo debate político que existe en su vida, pues si bien se enteran de política a través de las charlas familiares estas conversaciones no son dirigidas a ellos, lo que trunca su condición pre-ciudadana .

Por su parte, la importancia del capital social y cultural dentro de la formación de la cultura política, vuelve necesaria una comparación de las características propias dentro de la formación educativa en escuelas públicas y privadas, mismas que exponen una cara de la socialización entre ambos estratos educativos. En instituciones privadas, el padre aparece como socializador principal algo que ya era mencionado en los resultados de Segovia (1969) respecto a que el empleo del padre en escuelas privadas implicaba una más amplia conversación política con sus hijos, lo que comprueba lo establecido por Bordieu(1997) respecto a la importancia y el peso del capital cultural, social y económico en la formación del infante que será la encargada de reforzar su autoestima e identidad para evitar una desterritorialización de las prácticas sociales.

Como segunda característica dentro de la escuela privada se encuentra el consumo de contenido político a través de plataformas de streaming como Netflix, algo que en estudios recientes se ha demostrado es posible incrementar la participación (Groshek y Krongard, 2016) por lo que realizar investigaciones sobre la influencia de programación con contenido político mediante estas plataformas de elevado consumo resulta importante para investigaciones futuras.

Así, partiendo de que el fin del proceso socializador debería ser incrementar la participación política y la mejora en la toma de decisiones de los ciudadanos es que este tipo de estudios resultan necesarios al vislumbrar en sus resultados temáticas y gustos afines al perfil de los infantes, mismas que como evidencia sustancial, podrían ser utilizadas como herramientas para estimular su curiosidad por lo político y lo público a través de otros agentes socializadores.

Lo que en el contexto neoleonense ayudara a reafirmar su identidad cultural evitando así que la transnacionalidad elimine la otredad cultural, y esto permita establecer una dinámica intercultural armoniosa que promueva la participación y el respeto a la diversidad teniendo como base lo establecido por autores como (Laupa y Turiell,1993, Silva y Menezes,2014) sobre el desarrollo de conceptos de organización política y social por parte de los niños.

## REFERENCIAS:

- Adriaensen, B. (1999). Postcolonialismo postmoderno en América Latina : la posibilidad de una crítica radicalmente heterogénea. *Leuvense Romanisten* ,24 (2), 56-63.
- Alfageme, E., Cantos, R., Martínez, M. (2003). De la participación al protagonismo infantil. Madrid, España, pp.19-123 ISBN: 84-688-4169-2
- Almond, G. A. (1956). Comparative political systems. *The Journal of politics*, 18 (3) ,91-409.
- Alvarez, H. (2011). Trayectorias migratorias y consumo de televisión local del país de origen en el marco de la construcción de una comunidad transnacional. *Estudios fronterizos*, 12 (23), 27-44.
- Barbero, J. Sunkel, G. (1998). *América Latina Otras visiones desde la cultura* (1ª ed) Colombia: Convenio Andrés Bello.
- Beltrán, L. Fox, E. (1981). Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina. *ILET-Nueva Vision*, 176-185 .
- Bhabha, K. (1994) . *The location of culture* (1ª ed) Argentina: Manantial.
- Bourdieu, P. (1997). *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social*. Siglo XXI Editores. ISBN 978-6070302909
- Bronstein, C., Daily, K., & Horowitz, E. (1993). Tellin' it like it is: Children's attitudes toward the electoral process and the '92 campaign. Paper presented at the 76th Annual Meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Kansas City.
- Campo Sánchez, C. y Mansilla Morales, J. M. (2015). La socialización política en la sociedad del conocimiento. *Revista Internacional de Tecnología, Conocimiento y Sociedad*. 4(1), 57-67.
- Casal, J. (2002). "TVA y Políticas Públicas sobre juventud". *Revista Estudios de Juventud*, No. 59. Barcelona, España.
- Castells, Manuel (1991). *Globalización, Identidad y Estado en América Latina*, Santiago-Chile: PNUD
- Chaffee, S. H., & Wilson, D. G. (1977). Media rich, media poor: Two studies of diversity in agenda-holding. *Journalism Quarterly*, 54(3), 466-476.
- Chomsky, N. (2015, abril 18) *Requiem por el sueño americano* [Documental]. Estados Unidos, Netflix.

- Coleman, K., & Davis, C. (1988). The structural context of politics and dimensions of regime performance: Their importance for the comparative study of political efficacy. *Comparative Political Studies*, 189-206.
- Connell, R. W. (1971). *The child's construction of politics*. Carlton, Australia: Melbourne University Press.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, CPEUM. Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 24 de febrero de 2017.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V., & Freidenberg, F. (2000). *Los medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen vale más que mil palabras*. Buenos Aires: Editorial de Belgrano.
- Delval, Juan (1989), "La representación infantil del mundo social", en Turiel, Elliot et al., *El mundo social en la mente infantil*, Madrid: Alianza.
- Dewey, J. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Estados Unidos: Ediciones Morata.
- Domínguez, J. O. N. (2007). Información política en estudiantes de primaria y secundaria: Aspectos socioeconómicos y exposición a medios de comunicación: los inicios de la socialización política. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 12(35), 1357-1402.
- Dorfman, A., Matterlart, A. (1975) *How to read Donald Duck : Imperialist ideology in the Disney Comic* (2a ed). Buenos Aires: Siglo XXI .ISBN9682300592.
- Diario Oficial de la Federación, D.O.F. (2011). Decreto del 12 de Octubre del 2011. Última reforma publicada el 13 de Octubre del 2011
- Dudley, R. Gitelson, A (2002). Political Literacy, Civic Education, and Civic Engagement: A Return to Political Socialization? *Applied Developmental Science*. 6,175-182. DOI:10.1207/S1532480XADS0604\_3.
- Durand, J. (2007). El programa bracero (1942-1964). Un balance crítico. *Migración y Desarrollo*, (9), 27-43.
- Easton, D. (2001). Categorías para el análisis sistémico de la política. *Diez Textos Básicos de Ciencia Política*. España: Ariel, 221 – 230.
- Erikson, E. (1978). Psychosocial development. *New Directions for Student Services*, 4,1–17. DOI:10.1002/ss.37119780403
- Fernandez, A. (2010) Nacionalismo e infancia . Cambios y permanencias . *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, 52, 207-234. ISSN 1405-1435.
- Ferrandiz, F. (2001) Entre lo global y lo local. Notas históricas y algunos retos de los estudios sobre los medios de comunicación de masas . *Realidad*, 80, 126-133.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Methuen & Co. Ltd.

- Funes,V. (2007).Espectadores inteligentes, un reto posible. Adenda, 431-437. DOI:10.3916/c31-2008-03-031.
- García,C. y Zugasti, R. (2014). La campaña virtual en twitter: análisis de las cuentas de Rajoy y de Rubalcaba en las elecciones generales de 2011. Historia y Comunicación Social. 19. 299-311.
- Green, D.Palmquist,B.Schickler,E.(2002).Political parties and the Social identities of voters.The Institution for Social and Policy studies at Yale University. New haven & London, 23-45
- Gonzales, U. Hender,V. (2007).El imperialismo cultural y los procesos de integración latinoamericanos. Quórum Académico,4( 2) 149-169 .
- Gonzales,G. Schiavon,J. (2013).Reporte de resultados de la quinta encuesta nacional bianual a público y líderes en México sobre política exterior y relaciones internacionales Centro de Investigación y Docencia Económicas División de Estudios Internacionales. 137-145.
- Gorosito, A. (1998). Identidad, Cultura y Nacionalidad. Lacarrieu . Globalización.
- Groshek, J. Krongard, S. (2016). Netflix and engage? Implications for streaming television on political participation during the 2016 US presidential campaign. Social Sciences. 5(4), 65.DOI:10.3390/socsci5040065.
- Guarnizo,L. Landolt,P. (2003). El estudio del transnacionalismo: peligros latentes y promesas de un campo de investigación emergente. La globalización desde abajo: transnacionalismo inmigrante y desarrollo. La experiencia de Estados Unidos y América Latina. México. Flacso. 15-44.
- Gutiérrez Vega, Mario (2006), “Las nuevas banderas”, en Enfoque de Reforma, 26 febrero, México
- Gülgönen, T. (2016). Participación infantil a nivel legal e institucional en México ¿Ciudadanos y ciudadanas? Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 14 (1), pp. 81-93.
- Habermas, J. (1993), La lógica de las ciencias sociales, Rei, México.
- Hess, R. D., & Torney-Purta, J. V. (2005). The development of political attitudes in children. Transaction Publishers.
- Hecht, A. (2004). Hacia una revisión de la categoría «niño» y «cultura wichí»a través de la escuela en el departamento Ramón Lista (Formosa). CDVII Congreso Argentino de Antropología Social, Villa Giardino, Córdoba.
- Huerta, J. (2007). El rol de la exposición a la televisión y la escolaridad en cuatro modelos de los predictores de la participación de los jóvenes en la democracia. Zer: Revista De Estudios De Comunicación, 12(23), 95-117.

- Huerta, J., & García, E. (2008). La formación del ciudadano: El papel de la televisión y la comunicación en la socialización política. *Comunicación y Sociedad*, (10), 163-189.
- Ibañez. (2008) *De la Identidad Nacional a la ciudadanía Transnacional : Procesos Migratorios y Espacios Transnacionales*.(1ª edición) England: Cambridge Scholars Publishing.
- Instituto Nacional Electoral, INE. (2015b). Resultados por Estado. Rango de 10 a 13 años. [http://www.ine.mx/portal/Elecciones/Proceso\\_Electoral\\_Federal\\_2014-2015/ConsultaInfantilyJuvenil2015/pdf/Resultados\\_por\\_Estado\\_10\\_a\\_13.pdf](http://www.ine.mx/portal/Elecciones/Proceso_Electoral_Federal_2014-2015/ConsultaInfantilyJuvenil2015/pdf/Resultados_por_Estado_10_a_13.pdf)
- Inegi (2004) Los profesionistas en Nuevo Leon. Consultado el 18 de diciembre <http://www.inegi.org.mx/monografias/informacion/nl/poblacion/educacion.aspx?tema=me&e=19>
- Jennings, M., Niemi, R. (1974). The political character of adolescents.
- Lansdown, G. (2004). La participación de los niños más pequeños. *Espacio para la infancia* (22). La Haya: Fundación Bernard van Leer. En: Gülgönen, T. (2016). Participación infantil a nivel legal e institucional en México-¿Ciudadanos y ciudadanas? *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14 (1), pp. 81-93
- Langton, K. P. (1967). Peer group and school and the political socialization process. *American Political Science Review*, 61(03), 751-758.
- Laupa, M., & Turiel, E. (1993). Children's concepts of authority and social contexts. *Journal of Educational Psychology*, 85, 191-197.
- Lazo, C. (2006) La guía paterna en el consumo televisivo. *Ambitos*, 15, 211-221.
- Lin, A. (2015). Citizenship education in American schools and its role in developing civic engagement: a review of the research. *School of Education, University of California*, 67 (1) pp. 35-63 DOI: 10.1080/00131911.2013.8134
- Lippmann, Walter: *Phantom Public. A Sequel to "Public Opinion"*. Nueva edición con una Introducción de . Wilfred M. McClay. Library of Conservative Thought. New Brunswick, Londres, 1993. ISBN 978-156-000-677-0
- Lipset, Seymour Martín y Zetterberg, Hans L. (1972) *Movilidad vertical: una teoría de movilidad social*. En: *Clase, status y poder*.
- Lozano, J. (1991). Del imperialismo cultural a la audiencia activa : aportes teóricos recientes. *El colegio de la frontera del norte*, 10(11), 85-106.
- Lozano, J. (2008). Consumo y apropiación de cine y TV extranjeros por audiencias en América Latina. *Comunicar*, XV (30), 67-72.
- Lunt, P., & Livingstone, S. (1996). Rethinking the focus group in media and communications research. *Journal of communication*, 46(2), 79-98.

- Mariñez Navarro, F. (2006). Políticas públicas y participación de la juventud; caso: Nuevo León, México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 4 (1), 0
- Maya, C. Silva ,M.(1988), El nacionalismo en los estudiantes de educación básica, México: UPN, SEP.
- Monsiváis Carrillo,A. (2006) Democracia deliberativa y teoría democrática: una revisión del valor de la deliberación. *Revista Mexicana de Sociología* 68(2).
- Moreno,G. (2010) Mexicanos en Los Ángeles: audiencia transnacional y noticias de televisión *Comunicación y sociedad*, 53-55.
- Mortimore,R.Tyrrell,C.(2004) Childrens acquisition of political opinión .*Journal of Public Affairs*,4(3), 279-298.
- Moss,P.(2011)La Democracia como primera practica en la educación y cuidado en la primera infancia. *Enciclopedia sobre el Desarrollo de la Primera Infancia* . 1-6.
- Montgomery,J. (1917). I want you for us army. Estados Unidos de América
- Novella,A.Trilla,J.(2011) Participation, Democracy and Citizenship Education.Local Children's Councils, *Revista de Educación*, 356.23-43.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: reinventing political activism*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Padawer, Ana y Noelia Enriz (2009).Experiencias formativas en la infancia rural mbyà-guaraní.*Avá*, 15, 315-332.
- Pasquali, Antonio (1980). *Comunicación y cultura de masas*, Venezuela, Monte Avila Latinoamericana.
- Paz, O.(1969) *El Laberinto de la Soledad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Perez,M. (1996) Identidad cultural y medios de comunicación. Una cuestión no resuelta para Canadá y México. *Comunicación y Sociedad* (DECS, Universidad de Guadalajara), 27, pp. 89-110.
- Periodico oficial, P.O.#150.(2015). Ley de derechos de niñas, niños y adolescentes para el estado de Nuevo Leon.Ultima reforma publicada el 8 de Enero del 2018.
- Peschard, J. (2000). Los medios de comunicación en la construcción de la cultura política democrática. *América Latina Hoy*, 87-94.
- Petty, M. (2013). Socialización política entre jóvenes de escuelas secundarias argentinas. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*. 48 (2), 135-164.
- Piaget, Jean (1972). *The Psychology of Intelligence* (en inglés). Totowa, NJ: Littlefield.

Prebisch, R. (1986), Cinco etapas sobre mi pensamiento del desarrollo, Pioneros del desarrollo, Madrid, 76-93.

Rama, Á. (1985). Transculturación Narrativa en América Latina. México: Siglo XXI.

Reichert, F. (2016). Who is the engaged citizen? Correlates of secondary school students' concepts of good citizenship. *Educational Research and Evaluation*, 22, 305-352. DOI:10.1080/13803611.2016.1245148

Rico, G., & Jennings, M. K. (2016). The Formation of Left-Right Identification: Pathways and Correlates of Parental Influence. *Political Psychology*, 37(2), 237-252. DOI:10.1111/pops.12243

Rodriguez(2013). Cultura e identidad en la región fronteriza México- Estados Unidos. Inmediaciones entre la comunidad mexicoamericana y la comunidad fronteriza. (1ª ed) México: EON

Rojas, H. (2006). Comunicación, Participación y Democracia. *Universitas Humanistica*, 109- 149.

Sacristan, F. (1997) La Proyección Mediática de la Televisión en la Edad Infantil. *Remo*, 4 ( 8 ) , 34-43.

Saldierna, A. R. (2014). El papel de la comunicación en la formación de la cultura política: Análisis del efecto de los hábitos comunicativos en las actitudes políticas de los preciudadanos en Nuevo León. (Tesis de doctorado). Universidad Autónoma de Nuevo León, México

Salgado, C. (1999). ¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva Psicológica de la Identidad Nacional

Sanchez (2008) La democracia comienza en la infancia. *Progres@*, 13.

Sandoval, E. (2006), Movilidad, circulación e intercambio en el espacio social Monterrey, N.L.–San Antonio, Texas, ( disertación doctoral no publicada). Ciesas, México.

Sartori, G. (2005). *Homovideos: La sociedad teledirigida*. México: Taurus.

Segob (2005), “Conociendo a los ciudadanos mexicanos. Principales resultados. Tercera Encuesta sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas de la Segob”, en *Este País*, núm. 185, agosto, México, DF

SCHILLER, H. (1975). Communication and cultural domination. *International Journal of Politics*, 5(4), 1-127.

Segovia, R. (2001). La politización del niño mexicano. México: El Colegio de México.

Sertzen, P. Torres, R. (2016) Dibujando el “Otro Lado”: Mexican Children's Perceptions of Migration to the United States. *Journal of Latin American Geography*, 15 (2), 56-71.

Silva, T. & Menezes, I. (2014). Children and adolescents as political actors: Collective visions of



- politics and citizenship. *Journal of Moral Education*. 43(3),250–268.  
DOI:10.1080/03057240.2014.918875
- Straubhaar,J. (1993). Más allá del imperialismo de los medios. Interdependencia asimétrica y proximidad cultural. *Comunicación y sociedad* 18(19), 67-89.
- Thompson,J. (1998) *Ideology and Modern Culture Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*.( 2ª edición).México
- Touraine, Alain (1978), *Introducción a la antropología*, Barcelona: Ariel.
- Van Dijk, S. (2007). Participación infantil. *TRAMAS*, Guanajuato, México, pp.43-66
- Veblen, T. (1965)*Teoría de la empresa de negocios*, 1904, Buenos Aires, Eudeba
- Zenteno, R. (2012). Saldo migratorio nulo: el retorno y la política anti-inmigrante. *Coyuntura Demográfica*, (2), 17-21.
- Zúñiga, V., & Hamann, E. (2008). Escuelas nacionales, alumnos transnacionales: la migración México/Estados Unidos como fenómeno escolar. *Estudios Sociológicos*, XXVI (76), 65

## ANEXO 1

### INSTRUMENTO: GUÍA DE GRUPO DE DISCUSIÓN I.

Conceptualización de la política En esta sección, interesa identificar cómo entienden y configuran su conceptualización sobre la política los niños de 10 a 12 años de Nuevo León.

1. ¿Cómo definirían política en una palabra? (hacer listado de palabras por separado y luego debatirlas entre todos)
2. ¿Qué saben acerca de política, les puede ayudar en algo?
3. ¿Les interesa algún tema de la política (ejemplos pobreza, corrupción, seguridad, violencia doméstica)?
4. ¿Creen que la política les puede ayudar en algo?

#### II. Procesos de socialización política en la familia

En esta sección, interesa determinar los procesos familiares que configuran la generación de una cultura política entre los niños.

1. ¿Cómo se enteran de política?
2. ¿Alguna vez platican de política?
3. ¿Con quienes platican de política?
4. ¿Platican con sus papás de política? ¿Con sus hermanos? ¿Con otros familiares?
5. ¿Sus amigos platican del tema?
5. ¿Cómo platican del tema, sobre temas buenos o malos?

#### III. Procesos de socialización política en la escuela

En esta sección, interesa determinar los procesos educativos que configuran la generación de una cultura política entre los niños.

1. ¿En la escuela hablan de política?

2. ¿En qué materias han hablado de política?
3. ¿Los maestros los estimulan a hablar sobre estos temas?
4. ¿Quién o quiénes creen que decide qué se enseña en las escuelas?
5. ¿Creen que la bandera de México es importante? ¿Por qué?
6. ¿Les gusta ser mexicano? ¿Por qué sí o por qué no?
6. ¿Qué les hace ser mexicano?
7. ¿Y ser ciudadano?

#### IV. Procesos de socialización política en los medios

En esta sección, interesa determinar los procesos mediáticos que configuran la generación de una cultura política entre los niños.

1. ¿Qué tanto consumen medios como televisión, radio, prensa?
2. ¿Qué tanto navegan por Internet?
- ¿Tienen redes sociales?
- ¿Qué tanto las usan?
3. Con respecto a la política ¿en qué medio es el que más han escuchado sobre el tema (Radio, TV, Internet, etc.)?
4. ¿Ven con sus papás programas de política, o los escuchan que platicuen sobre ese tema?
5. ¿Ven noticias? ¿Qué piensan de las noticias?
6. ¿Alguien los motiva a que vean las noticias?
7. ¿Les interesan las noticias sobre políticos o les aburren?
8. ¿Creen que a la gente le gustan?
9. ¿Creen que haya niños a los que les guste ver noticias?

#### V. Concepciones, valores y orientaciones políticas

En esta sección, interesa determinar cuáles son las características de la incipiente cultura política que hasta ese momento han desarrollado los niños.

1. ¿Conocen, admiran a algún político? ¿Les gustaría ser políticos de mayores?
2. ¿Qué les parece el Presidente Peña Nieto? ¿Y El Bronco?
3. ¿Qué piensan de los políticos, para ustedes que es un político?
4. ¿Saben lo que es un partido político?
5. ¿Saben algo de las candidaturas independientes?
6. ¿Qué entienden por los derechos que tienen los niños?
7. ¿Creen que para los políticos son importantes los niños?
8. ¿Piensan que ellos consideren lo que es importante para los niños cuando toman sus decisiones?

## VI. Prácticas políticas y competencias cívicas

En esta sección, interesa entender el plano conceptual de la intención de participar, de la puesta en marcha de sus competencias cívicas.

1. ¿Si pudieran votar, lo harían?
2. ¿Por quién lo harían? ¿Por qué?
3. ¿Les gustaría ser jefe de grupo? (SI NO SABEN, EXPLICAR QUÉ ES UN JEFE DE GRUPO) ¿Por qué?
4. ¿Han oído hablar de las consultas infantiles organizadas por el INE?
5. ¿Han participado en alguna?
6. ¿Saben qué es el Parlamento infantil?
7. ¿A alguno de ustedes le gustaría participar? 7
8. ¿Qué harían?

9 ¿Si tuvieran la oportunidad de hablar con el presidente o con los políticos, que les dirían, pedirían o aconsejarían?

## VII. Conocimiento sobre las elecciones en Estados Unidos de 2016

En esta sección, interesa determinar el nivel de conocimiento sobre la realidad política actual.

1. ¿Tienen presente algún evento electoral reciente? (para dar pie a que mencionen el evento de EUA)
2. ¿Cómo se enteraron de lo que pasó en las elecciones?
3. ¿En tu casa platicaron sobre las elecciones?
4. ¿Lo han platicado con otras personas? ¿Con quiénes?
5. ¿Han platicado sobre los candidatos para elecciones presidenciales?
6. ¿Qué piensan sobre el próximo presidente de Estados Unidos?