

**Estudio sobre lo cívico y lo político en las narrativas
culturales de los jóvenes mexicanos**

Cuaderno de Trabajo Núm. 6
*Estudio sobre lo cívico y lo político
en las narrativas culturales de los
jóvenes mexicanos*

Primera edición: octubre de 2003

ISBN 970-695-079-6

© Instituto Federal Electoral

Reservados todos los derechos

Impreso en México

Distribución gratuita. Prohibida su venta

Contenido

| | |
|---|------|
| Presentación | 7 |
| Introducción | 11 |
| 1. La cuestión de los jóvenes en México | 15 |
| ¿Existe algún problema con los jóvenes en México? | 15 |
| El estado de la investigación sobre la juventud en México | 34 |
| 2. La política y lo cívico en los jóvenes | 41 |
| La vida de los jóvenes: una construcción social | 41 |
| El lugar de la política y lo cívico entre los jóvenes | 56 |
| La construcción política de la apoliticidad entre los jóvenes | 71 |
| 3. Las narrativas de los jóvenes | 75 |
| Narrativas para jóvenes: consumo y prácticas culturales | 75 |
| Hacia un perfil de la fuerza cultural de las narrativas | 92 |
| Lo cívico y la política en las narrativas para jóvenes | 97 |
| Características fundamentales de las narrativas para jóvenes | 97 |
| 4. La recepción narrativa y las disposiciones cívico-políticas | 123 |
| La disponibilidad estructural de la recepción narrativa | 123 |
| La naturalización del interés: limitaciones de la recepción relacionada con lo cívico-político | 127 |
| Las disposiciones cívico-políticas como movilización discursiva | 132 |
| Conclusiones | 139 |
| Bibliografía y hemerografía | 145 |
| Anexo I. Narrativas seleccionadas | I |
| Anexo II Metodología: guía para las entrevistas a profundidad | II |
| 1. Caracterización inicial | III |
| 2. Planteamiento metodológico | IV |
| 3. Perfil de los entrevistados | XI |
| Anexo III Glosario | XIII |

Presentación

COMO SE PROPUSO en el Plan Trienal de Educación Cívica 2001-2003, que coordina la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Federal Electoral busca generar conocimiento y nuevas prácticas para desarrollar habilidades y competencias cívicas que permitan consolidar la cultura política democrática de México. El Plan asume de manera explícita la necesidad de dirigir nuestros esfuerzos institucionales a favor de la educación cívica, mediante procesos formales de enseñanza-aprendizaje y con apoyo de las organizaciones civiles que se han dedicado a construir la ciudadanía en México.

A partir de las experiencias y resultados de las consultas infantil y juvenil de 2000 y 2003, así como de otras fuentes de información, como la Encuesta Nacional de Juventud del Instituto Mexicano de la Juventud, se ha iniciado un interesante episodio donde el saber sobre los jóvenes se convierte en una herramienta fundamental para darle viabilidad de largo plazo a la democracia.

Con fundamento en lo anterior, el estudio *Lo cívico y lo político en las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos* es un producto que el Centro de Formación y Desarrollo del IFE dirige a toda persona interesada en los temas de la *democracia* y la *juventud*.

Este estudio utiliza herramientas para diagnosticar y analizar las percepciones y los conceptos que tienen los jóvenes en México respecto de los ámbitos de comportamiento cívico y político. Sin duda, sus ideas están en constante evolución y adquieren diversas modalidades dependiendo de las circunstancias económicas, culturales, sociales y, sobre todo, del comportamiento de los medios de comunicación (radio y televisión, principalmente), por lo que resulta importante intentar conocer cuáles son sus percepciones respecto a los valores y principios de la vida democrática.

El tema de la juventud en México es relevante. Se estima que cada año se agrega alrededor de un millón de jóvenes al mundo político-electoral. Además, se considera que este grupo de edad, que podría definirse entre los 18 y los 29 años, es de los que menos participan en los procesos democráticos y electorales, según se puede observar en los resultados de las encuestas "Ciudadanos y Cultura de la Democracia" del IFE y del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM y en la "Segunda Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas 2003" de la Secretaría de Gobernación del gobierno federal.

¿Por qué los jóvenes en México están limitados en su participación y presencia en el campo político-electoral? El presente estudio intenta responder a esa pregunta de una man-

era innovadora y desde una perspectiva propia, en la que sobresalen la experiencia y la voz de los propios jóvenes.

Sin duda, para el Instituto Federal Electoral la población joven es objeto de una atención especial; como grupo de población su conciencia y participación resultan de vital importancia para el buen funcionamiento de la democracia, hoy en día y más aun en el futuro.

Por tal motivo, el Instituto ha desarrollado, dentro del ya mencionado Plan Trienal de Educación Cívica 2001-2003, que coordina la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, varias estrategias de trabajo entre las cuales destacan, además de las consultas infantil y juvenil, "Nosotros los jóvenes..... Proyecto Ciudadano", "Parlamentos infantiles y juveniles", "Un día en el cabildo", así como el proyecto "Participación cívica para la niñez y la juventud".

Cabe mencionar que la mayoría de las instituciones que de una u otra forma trabajan para y con los jóvenes adoptan criterios propios para definir la vida de los mismos. La familia, la escuela y los organismos de deporte y de justicia interpretan muchas veces desde el mundo adulto la figura de ser jóvenes. Aquí se ubica –como lo señala acertadamente el estudio que presentamos– un intrincado y complejo tejido de relatos, noticias y juicios de cómo son y de cómo deberían ser ellos en el mundo de hoy.

Así, la cultura política de los jóvenes opera de acuerdo con lineamientos trazados por los adultos; lo que hace que fracasen muchos planes y programas implantados para el desarrollo integral de los jóvenes. Se continua sin comprender sus símbolos, signos, emblemas e intereses. Eso explica por qué los elementos constitutivos de la democracia electoral les parecen distantes y de poco interés.

Ahora bien, gracias a estudios como éste, se aprende a aplicar el método de la escucha y el de la definición de caminos, motivaciones y sentidos: hay que rediseñar el monólogo institucional sobre ese grupo para convertirlo en un diálogo de los jóvenes con las instituciones electorales, civiles y gubernamentales que manejan diversos programas para su desarrollo y bienestar.

Escuchar sus "narraciones" es la clave de este ajuste entre los jóvenes y las instituciones interesadas en su desarrollo integral. Más aún, si en materia electoral se desea elevar los índices de participación ciudadana juvenil, es conveniente comenzar a cambiar las miradas para impulsar una perspectiva democrática en sus percepciones y conductas. Por eso es importante analizar y comprender la participación de este grupo social, más allá de los parámetros "adultos" tradicionales que las instituciones han determinado.

Sin duda, como lo afirma también este estudio, las perspectivas institucionales han concebido el mundo de los jóvenes como un estado legal y social que es necesario disciplinar y proteger. Esta visión paternalista, y en muchos casos autoritaria, ha distanciado a la juventud del campo político-electoral. Los estereotipos que diseñan las instituciones gubernamentales, civiles, electorales y mediáticas poco ayudan a transformar los criterios a favor de los intereses y motivaciones de la juventud; las tensiones de ésta con la sociedad se explican en gran medida por la definición de criterios imputados a lo que es y debe ser el joven.

En los jóvenes, la política se ha reducido a los partidos políticos, a la realización de elecciones libres y a las actividades de Estado por parte de grupos profesionales en el campo del sector público; ésta parece ser la crítica más fuerte que ellos hacen a la sociedad mexicana. Sin embargo, dicha crítica no merma su entusiasmo; pues según la Encuesta Nacional de la Juventud, entre 80 y 91% de los jóvenes están dispuestos a participar en actos a favor de la paz, por el respeto a los indígenas, en defensa del medio ambiente y en pro de rechazar sobornos.

Aquí se encuentra un amplio aspecto de sustentabilidad ética y social para que los jóvenes sean un grupo estratégico en la construcción y consolidación de la democracia en México. Se espera que estudios como el de *Lo cívico y lo político en las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos* sigan elaborándose, ya que, no sólo contribuyen a que el mundo adulto y sus instituciones cambien sus miradas y políticas respecto al mundo de la juventud, sino que ayudan a construir un México libre y democrático donde la tolerancia y el respeto sean elementos fundamentales para los programas y planes institucionales.

Indice

Introducción

EL PRESENTE TRABAJO fue realizado por personal del Centro de Formación y Desarrollo a solicitud de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Federal Electoral, como parte del Plan Trienal de Educación Cívica 2001-2003.

Este estudio es un esfuerzo por ingresar al mundo de los jóvenes, expresión en apariencia evidente que es motivo de los más variados puntos de vista, algunos enfocados en determinar lo que ese mundo es y muchos otros por lo que *debería ser*. Se interesan en dicho mundo diversos ámbitos de la vida social: familias, iglesias, instituciones públicas de educación, salud, política social, procuración de justicia o cultura, así como las organizaciones civiles o los medios de comunicación. En su conjunto, al intervenir con acciones *interesadas* en el mundo juvenil, lo modifican y le dan forma: el mundo de los jóvenes es un producto colectivo, si bien no necesariamente buscado por alguna de las partes.

En el mundo de los jóvenes parece haber poco lugar para la política, por lo menos como es entendida en su formalidad institucional. Este trabajo se interesa sólo en parte por hacer constar tal desencuentro. El material empírico disponible muestra con claridad la extrañeza, la desafección o indiferencia hacia la práctica política en su forma partidista y oficial, documentadas a propósito de muchos lugares del mundo.¹ Al mismo tiempo, se adentra en la condición que guarda la contraparte de la política democrática, que habrá de denominarse a lo largo de este estudio "lo cívico".

Para el Instituto Federal Electoral la población joven es objeto de atención especial. En buena medida se considera que la consolidación de la democracia supone la participación activa y consciente de las nuevas generaciones. Basta revisar brevemente las cifras del último censo de población para advertir su peso cuantitativo: 34.5% del total de mexicanos está comprendido entre 12 y 29 años de edad.² Cabe suponer que del compromiso o de la indiferencia de la juventud depende la dinámica futura de la democracia en México.

¹ Véase Tomás Calvo Buezas, *Valores en los jóvenes españoles, portugueses y latinoamericanos. Problemas y esperanzas de los protagonistas del siglo XXI*, Libertarias, Madrid, 1997, y Sergio Balardini (comp.), *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-Agencia Sueca de Desarrollo Internacional, Buenos Aires, 2000.

² Véase www.inegi.gob.mx, *Tabulados básicos del XII Censo General de Población y Vivienda 2000*. Este rango de edad es el adoptado por el Instituto Mexicano de la Juventud como criterio etario (de edad) para determinar la categoría de jóvenes.

Existe, pues, una necesidad práctica por parte del Instituto para que este grupo poblacional se involucre activamente en el ejercicio de la democracia, entendida como un método para la elección de los gobernantes y como una forma de vida caracterizada por la participación ciudadana en los espacios públicos. El reto consiste en formar una ciudadanía plenamente participativa en el proceso político democrático.

Como expresión de lo anterior, en el *Plan Trianual de Educación Cívica 2001-2003* se contemplan las siguientes estrategias enfocadas a los jóvenes:

- Instrumentación de *Nosotros los Jóvenes... Proyecto Ciudadano* con énfasis en su adopción a nivel masivo en secundaria y su proyección a los niveles de bachillerato y ciclo profesional.
- Elaboración del ejercicio de participación y expresión cívica *Parlamentos infantiles y juveniles* con base en metodologías vivenciales para que niñas, niños y jóvenes desarrollen habilidades deliberativas y reconozcan la función e importancia del trabajo parlamentario.
- Elaboración y aplicación del programa *Un día en el Cabildo...*, con base en las experiencias vigentes en diversos estados de la república, a fin de que niñas, niños y jóvenes reconozcan la importancia del cabildo como órgano colegiado de gobierno municipal, conozcan sus funciones y desarrollen las competencias cívicas del caso.
- Proyecto *Participación cívica para la niñez y la juventud*. Tiene como objetivo principal promover procesos de expresión, organización y participación cívica entre los niños y jóvenes. Diseñados como ejercicios formativos, se busca que los participantes incursionen en las prácticas y los procedimientos democráticos.

Al ingresar al mundo de los jóvenes, el presente trabajo se orienta a identificar componentes que contribuyan a hacer eficaz el proceso de comunicación referido a dicho mundo y a localizar³ el lugar asignado en él a lo cívico y la política. En la adopción del enfoque empleado aquí se ha considerado que ya existen los elementos para obtener un

³ Este propósito se deriva de la siguiente orientación plasmada en el Plan Trianual (Instituto Federal Electoral, *Educación Cívica. Plan Trianual 2001-2003*, DECEYEC, México, 2001, p. 36): "El conocimiento que tiene el ciudadano promedio sobre la política proviene casi por entero de los medios que, como afirman los especialistas, no sólo transmiten hechos, sino modelan una manera específica de ver, entender y relacionarse con la política. Es fundamental, por ello, incidir en este espacio desde un enfoque de comunicación educativa, buscando promover la introducción de una dimensión de educación cívica en los esquemas y contenidos convencionales, así como la incorporación de nuevos enfoques y formatos comunicacionales, la apertura de más espacios a la comunicación política y la educación de los públicos en la recepción crítica de los mensajes".

cuadro bastante completo de la condición que guardan las disposiciones cívicas y políticas de los jóvenes. El estudio se enfoca a las modalidades que adopta la formación de significados en el interior de un conjunto de refinadas estrategias comunicativas; para designar este conjunto, se emplea la expresión "narrativas".

El estudio adopta un enfoque centrado en el consumo cultural. La tradición de estudios en esta materia, encabezada en México por los trabajos de Néstor García Canclini, contribuye a discernir la magnitud e importancia del consumo cultural, así como su papel en la producción de significados. Según el enfoque que se asume, las narrativas culturales que constituyen el consumo cultural de los jóvenes pueden conceptuarse como materia prima de relevancia para evaluar la producción y continua reelaboración de significados políticos y cívicos en este grupo poblacional.

El trabajo se divide en cuatro capítulos. El primero está dedicado a dar cuenta del ambiente de profundas transformaciones en que se encuentran insertos los jóvenes. Los planteamientos expuestos resultan pertinentes toda vez que permiten observar que, debido a determinados procesos de la sociedad contemporánea, los jóvenes quedan "disponibles" para inscribir en sus historias personales los ingredientes del consumo cultural; éste no se presenta como mero espacio al que se dedica el tiempo libre, sino como un ámbito de constitución de creencias y actitudes. En esto, como puede suponerse, desempeñan un papel central los fenómenos asociados a la globalización y sus repercusiones vitales.

El problema que entraña enfrentar un objeto preconstruido se aborda en el segundo capítulo. "El mundo de los jóvenes" o "lo juvenil" se presenta como un hecho natural e incontrovertido, no obstante que las representaciones dominantes sean producto de estrategias deliberadamente orientadas a establecer esa imagen. En este capítulo se expone el proceso de construcción social del "mundo de los jóvenes", entendido como un campo de lucha por imponer o desplazar determinadas ideas y concepciones; se examina la dinámica generada por dos perspectivas objetivantes de gran fuerza: la institucional y la mediática. Los resultados de esa lucha en el campo de los significados están relacionados, según se muestra en este mismo capítulo, con las percepciones de la juventud hacia la política y lo cívico.

En el tercer capítulo se expone una visión de conjunto del consumo cultural juvenil y se analiza el lugar que ocupan la política y lo cívico en las narrativas culturales seleccionadas. Este ejercicio permite determinar las propensiones y preferencias que en la labor narrativa plantean los productores culturales. El apartado culmina con el tratamiento de algunos de los principales recursos de que echan mano los productores culturales en su

comunicación narrativa. En esta parte se han incluido algunas consideraciones que pueden ser útiles para los propósitos comunicativos del Instituto; pero también pueden resultar convenientes para crear un espacio de reflexión acerca de este asunto.

En el capítulo 4 se presentan reflexiones y resultados de entrevistas a profundidad aplicadas a 16 jóvenes de diferentes características, que radican en diversos lugares del país. A partir de este material es posible vislumbrar algunos aspectos del ámbito en que los jóvenes constituyen y ponen en acción sus disposiciones y competencias narrativas y cívicas.

Este trabajo explora un espacio de reflexión adicional. La tarea de edificar la cultura cívica que sustente a la democracia mexicana, dada su amplitud y complejidad, supone un esfuerzo coextensivo. Los resultados aquí expuestos, si bien no permiten ser conclusivos en las cuestiones atinentes a los requisitos comunicativos de los proyectos y programas de educación cívica, pretenden ser de utilidad para las tareas del Instituto.

A fin de que la lectura del estudio pueda llevarse a cabo sin interrupciones, se han añadido tres anexos: la lista de objetos culturales sometidos a análisis, un anexo metodológico relacionado con las entrevistas aplicadas a los jóvenes y un glosario.

Para terminar, debe señalarse que este trabajo se benefició notablemente con los comentarios y las sugerencias de Nora Rabotnikof, Néstor García Canclini, Marco Antonio Cortés Guardado, Aurora Elizondo y Marlene Romo Ramos.

Indice

1. La cuestión de los jóvenes en México

LOS JÓVENES DE MÉXICO Y DEL MUNDO son hijos de una época atravesada por transformaciones de considerable espesor. Ser joven en la actualidad equivale a verse rodeado de situaciones en constante cambio. Como se describe a lo largo de este capítulo, no sólo se modifican las condiciones o circunstancias en que se desenvuelven los jóvenes, sino que estas últimas los forman, los moldean y en consecuencia los cambian. Una de las expresiones que adopta la vertiginosa experiencia de las transformaciones contemporáneas es la imagen de la *generación X*, expresión tomada de la conocida novela de Douglas Coupland. Según esa imagen, la generación de los jóvenes actuales aparece atrapada en un estilo de vida caracterizado por la banalidad y la falta de perspectivas respecto al futuro. Una generalización así parece, sin duda, apresurada; pero el trasfondo que ha hecho creíble esta imagen puede ofrecer elementos para introducirse a la comprensión de lo que sucede con los jóvenes en la actualidad.

Indice

¿Existe algún problema con los jóvenes en México?

En la imagen de la juventud está inscrito un cierto enfoque del tiempo. No sólo el criterio de edad define en apariencia esta categoría, sino que es un concepto que aparece en perspectiva: cuando han pasado los años, este periodo de la vida se presenta como un recuerdo, una historia que alguien puede narrar frente a escuchas interesados; antes de que los años transcurran, la juventud aparece como una estación por la que se ha de transitar. En ambos casos, la juventud aparece vinculada a la idea de una trayectoria por la que se cruza a lo largo del tiempo. Temporalidad que se recupera bajo la forma de un relato, la juventud también depara identidad: vivir los años juveniles define el ser de las personas. Ser joven es estar inmerso en una historia que se está produciendo a medida que se vive.

Las instituciones de la sociedad adoptan también esta forma de concebir la vida de los jóvenes. Aquellas que se encargan de darles un determinado tratamiento, como las instituciones educativas, participan de este modo de enfocar la vida juvenil, moldeada a la manera de una cierta organización del tiempo. Los jóvenes pertenecen a una familia, se insertan en una socialización inicial que adquiere continuidad en la escuela, en donde se preparan para su inserción en la vida laboral. Una vez que en la familia han adoptado los patrones dominantes de la vida afectiva, en la escuela adquieren la capacidad para comportarse en

ámbitos exteriores a la intimidad. El trayecto que va de la familia a la vida laboral y a la carrera profesional que ahí se forja está previsto en la configuración de las instituciones. Hay una biografía típica ya anticipada en un camino organizado por instituciones, que protegen a la vez que alientan a seguirlo. Se trata de ámbitos que organizan los destinos; de esa manera, son instituciones de sentido: en la estructura de las instituciones vigentes es posible observar la *dirección* que ha de adoptar de forma característica una biografía, con lo cual recorrer el trayecto prefigurado adquiere un significado inteligible.

La familia es el espacio en donde se inicia este recorrido anticipado: en ella se rescriben de continuo los derroteros que habrán de ser historias. Espacio de socialización privilegiado por los sociólogos, el ámbito familiar da cabida de manera principal a las interacciones entre personas presentes, opera en un mundo donde predomina la cercanía, las cosas y las personas que están "a la mano". Tanto en las cuestiones que se convierten en recuerdos agradables como las que derivan en los traumáticos, la coordinación copresencial de la vida familiar se vincula, por ello, con los relatos asociados a la intimidad. Proviene de esta institución, por igual, el ingreso a la vida simbólica y los aprendizajes principales acerca de los comportamientos con que las personas consiguen funcionar en la vida social.

Entre los cambios de mayor relevancia que ha vivido el mundo contemporáneo se encuentran los de las familias. Es conocido ya el impacto ejercido por la incorporación de las mujeres al mercado laboral. Se ha iniciado un proceso que puede ser más o menos prolongado, cuyo derrotero es que la figura del cuidador se habrá de diferenciar de la figura de la madre. Se desconoce el efecto que ello habrá de ejercer en las generaciones venideras, pero entre los jóvenes actuales, personas menores de unos 25 años, ya hay una cantidad abundante de los que se han socializado en ambientes que difieren de la imagen estándar de la familia.

Las familias mexicanas están cada vez más lejos del modelo que se convirtió en estereotipo a lo largo del siglo XX. Durante las últimas décadas el fenómeno del divorcio se ha vuelto cada vez más común.¹ No es tampoco extraño –si bien es ciertamente un fenómeno aún minoritario– encontrar en los hogares mexicanos la figura de la *jefa* de familia;

¹ Pese a que en México el divorcio presenta niveles reducidos en comparación con otros países, "desde hace algunos años se advierte una tendencia hacia el incremento de separaciones legales. En 1998, se registran 45 889 divorcios, lo que significa que de cada mil matrimonios, 65 se disolvieron por la vía legal". INEGI, *Los jóvenes en México*, INEGI, Aguascalientes, 2000, p. 61. Estas cifras no incluyen las relaciones familiares disueltas por medios no legales, bien porque se trata sólo de una separación o bien porque no existió vínculo matrimonial en forma legal.

este hecho representa una experiencia diferente en cuanto a los roles de autoridad establecidos tradicionalmente.² Para los jóvenes mexicanos actuales socializarse supone parámetros de normalidad más o menos cambiantes.³ Es cierto que aún parece predominar la narrativa familiar⁴ que hace de las personas actores de historias con derroteros típicos: se crece en un hogar para posteriormente formar otro.⁵ Sin embargo, este relato encuentra cada vez más desmentidos en las biografías de las personas. El mayor riesgo de disolución del vínculo matrimonial se presenta entre los jóvenes que han incursionado en la vida adulta, entre 25 y 29 años de edad: dentro de ese rango, por cada mil matrimonios en que participan jóvenes hay 51 divorcios con la presencia de hombres y 80 con la de mujeres.⁶ Las biografías de los jóvenes actuales se articulan como historias en las cuales, lo que hace algunas décadas era visto como anomalía, ahora es parte de la normalidad.

De la familia se pasa a la escuela, espacio en donde se encuentran previamente escritas las tramas de las biografías que constituirán lo socialmente considerado como normal. Ingresar a la escuela es tanto como introducirse a un recorrido con un final más o menos claro, en donde las personas van formándose para la vida, para "ser alguien". La escuela es el sitio donde las personas inician y desarrollan una "carrera", metáfora que recuerda el efecto de destino que la vida escolar procura. En la tradición erigida dentro de la sociedad moderna la escuela ha estado destinada a formar parte de la biografía de todas las personas; aparece como una narrativa donde se produce el hallazgo de una vocación, lo que uno siempre quiso ser.

² De acuerdo con datos de 1996 (INEGI, *Los jóvenes en México, op. cit.*), más de 2 millones de hogares que cuentan con al menos un joven tienen una jefa de familia.

³ Una aproximación que ofrece un panorama del debate acerca de las repercusiones de este fenómeno se encuentra en María Teresa Esquivel Hernández, "Hogares encabezados por mujeres: un debate inconcluso", en *Sociológica*, año 15, núm. 42, enero-abril de 2000, pp. 231-265. Una base documental que concentra la información más sobresaliente en materia de hogares: Adriana López Ramírez, *El perfil sociodemográfico de los hogares en México. 1976-1997*, Consejo Nacional de Población, México, 2001.

⁴ En ésta como en otras partes del presente documento se utiliza la expresión "narrativa" para designar un cierto tipo de discurso, que emplea la *técnica narrativa* y que pertenece a diversos géneros: epopeya, novela, cuento, fábula, leyenda, mito, así como relaciones no literarias de sucesos. La narrativa no ha de ser necesariamente escrita, pues basta el hecho de que sea *narrada*. En algunas partes de este capítulo se hará referencia a la *biografía* como narrativa; esto se justifica por el hecho de que es o puede ser narrada. Para los propósitos aquí perseguidos es preciso dejar de lado la idea de que la biografía equivale al hecho de vivir: escrita o no, constituye una historia que un narrador, real o virtual, podría relatar. Para una discusión más pormenorizada sobre la conceptualización que subyace al análisis de narrativas, véase el capítulo 3.

⁵ El 27% de los jóvenes considera que lo más importante es "casarse", porcentaje prácticamente igual al de "tener un buen empleo"; véase Instituto Mexicano de la Juventud, Encuesta Nacional de Juventud 2000 (*Resultados preliminares*), México, 2000, p. 33.

⁶ INEGI, *Los jóvenes en México*, INEGI, Aguascalientes, 2000, p. 61.

La escuela, además, es el espacio donde los individuos forjan amistades "para toda la vida": los amigos de la escuela son aquellos con los cuales se viven experiencias que se recordarán mucho tiempo después. El recorrido de la escuela es la ocasión para una socialización permanente por medio de una memoria que se activa con los círculos de amigos cultivados desde edad temprana. Esto supone, por supuesto, que las personas han construido un espacio de cercanía en el cual se producen situaciones que permiten recordar colectivamente. Las condiciones actuales, sin embargo, han desplazado esas circunstancias.

En México, según la Encuesta Nacional de Juventud 2000, 54% de los jóvenes entre 12 y 29 años no asiste a la escuela.⁷ Estos datos, obtenidos por las declaraciones de los jóvenes, presentan algún grado de consistencia con cifras oficiales. El INEGI reporta para 2000 una población total de 33.6 millones de personas entre 12 y 29 años.⁸ En el ciclo escolar 2000-2001 la cantidad de alumnos matriculados en algún nivel educativo que no incluya preescolar ni primaria (pero sí los niveles que van de educación secundaria a capacitación para el trabajo) representa 34% del total de población comprendida en ese rango de edad.⁹ Según esto, 66% de los jóvenes entre 12 y 29 años no se encuentran matriculados en algún nivel educativo. De acuerdo con los datos anteriores, más jóvenes declaran –asumiendo la representatividad y los márgenes de error de la muestra– estar matriculados que los reportados por las cifras oficiales.

De cualquier manera –y esto es lo importante– los datos revelan una ruptura de los trayectos considerados deseables e incluso normales por parte de la sociedad moderna, una ruptura de las formas de convivencia usuales. En las historias que en el futuro cuenten muchos de los jóvenes de hoy, la escuela desempeñará un papel diferente del que ha predominado.

La escuela también representa un espacio en donde se establecen vínculos con otros ámbitos, especialmente con el laboral. Mientras la escuela pudo ser pensada como el espacio para preparar una biografía estable, contribuía también a crear certidumbres: no sólo podía esperarse con probabilidades razonables que los estudios facilitarían la movilidad social ascendente: también el horizonte de la propia vida ofrecía el aspecto de la coherencia. Actualmente, la llamada flexibilidad laboral implica que las personas están exigidas a

⁷ Instituto Mexicano de la Juventud, Encuesta Nacional..., *op. cit.*, p. 14.

⁸ Véase Tabulados básicos del XII Censo General de Población y Vivienda, *loc. cit.*

⁹ Datos reportados y disponibles durante la elaboración del estudio en www.sep.gob.mx/work/apps/nacional/cuadros/c9000/matres99t.htm.

adquirir habilidades para una amplia variedad de puestos de trabajo, lejos ya de las anteriores certezas. La escuela participa también de las incertidumbres contemporáneas al ofrecer aprendizajes destinados a perder vigencia en poco tiempo; los jóvenes enfrentan el apremio práctico de actualizarse permanentemente.¹⁰ El comportamiento del sistema científico y tecnológico y sus relaciones con el campo laboral inducen a la fragilidad de las creencias y a la transformación de actitudes. Las generaciones actuales aglutinan esta gama de procesos.

El ámbito laboral, tercer espacio de narrativas estables en la biografía de las personas, está abandonando con rapidez la imagen convencional. Las personas no incursionan al campo laboral con expectativas razonables de labrarse una carrera en una empresa. Tales expectativas suponen empresas que se relacionan de manera estable con la vida de una localidad. En la época presente, la reducción abrupta de los costos de movilizar inversiones ha vuelto precarias las relaciones de la empresa con la vida local. En buena medida la globalización ha propiciado este desanclaje de las actividades económicas en relación con su ambiente sociocultural. En sus reflexiones sobre las implicaciones de la globalización, Zygmunt Bauman destaca que la época contemporánea se caracteriza por una nueva configuración del espacio. Desde hace unos 25 años dio inicio lo que el autor denomina una guerra por la independencia del espacio. Como resultado de este proceso, en la actualidad los inversionistas están ya desligados de lo local: son el único "factor auténticamente libre" de la determinación espacial: "los centros de decisión y los cálculos que fundamentan sus decisiones se liberaron consecuentemente e inexorablemente de las limitaciones territoriales, las impuestas por la localidad".¹¹

Con la reducción drástica del costo de la movilidad del capital, las decisiones de inversión se han desligado de la vida local. Las señales de riesgo en cuanto a la estabilidad macroeconómica, la seguridad jurídica y las expectativas de rentabilidad poseen más relevancia que el nexo con el tejido social de la comunidad local. La volatilidad del capital implica no sólo incertidumbre en las localidades, sino también precariedad laboral. Para una persona el costo de movilizarse en tanto fuerza de trabajo es por mucho superior al de movilizar la inversión; esto no excluye que las personas —muchos jóvenes entre ellos— se lancen a una aventura como migrantes, pero sin duda expresa el carácter precario de los

¹⁰ De acuerdo con la información existente, se ha venido incrementando la práctica de participar en actividades de capacitación. Véase Teresa Rendón y Carlos Salas, "Educación y empleo juvenil", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986-1999*, t. I, Instituto Mexicano de la Juventud, 1999, p. 40.

¹¹ Zygmunt Bauman, *La globalización. Consecuencias humanas*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001, p. 15.

empleos, de los trabajadores y de la vida local. Este aspecto de la globalización repercute en la preparación de las nuevas generaciones.

Los sistemas educativos todavía responden al modelo de un mercado laboral de movilidad reducida y los individuos se preparan para una "carrera", en el sentido profesional de la expresión. Los empleadores, en cambio, conciben a los trabajadores como individuos que desarrollan tareas; no se supone que esperen hacer carrera en la empresa. En las biografías de las generaciones actuales los empleos aparecen como estaciones de paso, y más que a una carrera los jóvenes son lanzados a un espacio surcado de incertidumbres, en que resulta cada vez más difícil obtener la impresión de coherencia; o, mejor todavía, la coherencia que acaso se encuentre aquí se parece cada vez menos a la que solía encontrarse antes.¹²

Las biografías de las personas son narrativas para las que la sociedad moderna ha creado un conjunto de instituciones capaces de preparar tramas biográficas básicas. La secuencia de experiencias se acompaña de espacios institucionales que contribuyen a darles sentido de dirección, coherencia. Incluso los nudos o giros de las historias podrían preverse: el primer enamoramiento, el matrimonio, el primer hijo, el ascenso en el trabajo. Sin embargo, son bastante claras las señales en el sentido de que las historias personales tienden a desajustarse respecto a esas expectativas cristalizadas en instituciones. Los jóvenes habitan un mundo donde la capacidad de respuesta institucional a los giros narrativos de su biografía es cada vez más incierta. Interrogados acerca de lo que es más importante para ellos, las dos respuestas más frecuentes fueron "casarse" y "tener un buen empleo": ámbitos tanto más valorados cuanto representan la posibilidad de obtener apoyo y certidumbre en los giros narrativos de las biografías individuales.¹³

Si las nuevas generaciones ingresan a un mundo en el que es necesario valerse de palabras como "incertidumbre" y "riesgo" para describirlo, entre otras más, ello se revela como una desestructuración de las narrativas biográficas habituales: los esquemas vigentes de concebir la relación con el tiempo, la coherencia y el carácter secuencial de los procesos adquieren nuevas formas. La familia ya no es el ámbito que garantiza a las nuevas generaciones la reproducción de las cuestiones pasadas ni la propia institución familiar; la escuela no se presenta como el espacio de integración de los individuos a la sociedad; los espacios laborales han dejado de ser sitios para que las personas organicen planes de largo plazo. La

¹² La condición contemporánea de la incertidumbre está expuesta en una cantidad creciente de estudios. Para observar un enfoque sociológico que recupera la dimensión biográfica, resulta de interés el estudio dirigido por Pierre Bourdieu, *La miseria del mundo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.

¹³ Véase Instituto Mexicano de la Juventud, Encuesta Nacional..., *op. cit.*, p. 33.

forma en que los individuos dan coherencia a la historia de sus propias vidas, la forma en que formulan sus narrativas biográficas, transita de esquemas dominados por una coherencia institucionalmente reconocida a esquemas que se desligan paulatinamente de la certidumbre institucional.

Todo parece indicar que cuanto queda comprendido en el término "globalización" podría estar detrás de los procesos que se han mencionado. La globalización es un proceso que desencadena múltiples consecuencias y multiplica la incertidumbre: derrumba certezas y erige credos nuevos, descompone el espacio conocido hasta ahora y reorganiza los paisajes globales, desafía la soberanía de los estados y constituye formas de poder desconocidas hasta ahora. Las generaciones actuales se socializan en un mundo que los globaliza y, a la vez, los sitúa localmente; los jóvenes se ven atrapados en formas de vida atezadas entre fuerzas que tienden a situar las cosas en el espacio global, y fuerzas de resistencia que hacen volver a lo local. Las primeras son fuerzas que estimulan nuevas actitudes frente al riesgo y celebran la incertidumbre –aunque no queda claro si elaboran dispositivos para hacerlas llevaderas–; las segundas oponen las viejas certezas, los relatos de otro tiempo.

Quienes han escrito sobre las transformaciones de la vida moderna producidas por la globalización han puesto de relieve la paradójica situación en que las fuerzas que gobiernan la economía y en buena medida la acción de los gobiernos subvierten de manera inexorable los supuestos culturales y los mecanismos de arraigo de los individuos con sus comunidades.¹⁴ Al constituirse un mundo globalizado se ha precipitado el proceso de configuración múltiple de muchos mundos: el mundo de los pobres y el de los ricos; el mundo de las culturas tradicionales y el mundo de la cultura global; el mundo de las añoranzas familiares y el de las crudas realidades de las familias contemporáneas. El mundo globalizado integra a los individuos en una entidad enorme al mismo tiempo que erosiona los vínculos que les permitía formarse una sensación de certidumbre e identidad. En contraste con las visiones optimistas que se difunden por diversos medios, observadores acreditados insisten en señalar la época actual como marcada por determinadas rupturas.

La sociedad contemporánea encierra zonas conflictivas que se introducen en el ámbito de la vida personal. Nunca como ahora se había creado esa sensación de que los procesos

¹⁴ La literatura sobre este tema es abundante y variada. Véanse, entre otros, Anthony Giddens, *Consecuencias de la modernidad*, Alianza Editorial, Madrid, 1991; Alain Touraine, *¿Podremos vivir juntos?*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1997, y Ulrich Beck, *¿Qué es la globalización?*, Paidós, Barcelona, 1998.

de la vida social no ocurren "ahí afuera", en el exterior de cada persona, de su comunidad, de su país, sino que ocurren "aquí dentro", que afectan o repercuten en las llamadas tradicionalmente íntimas o privadas. La experiencia de la modernidad fluye de lo colectivo e impersonal a lo íntimo y subjetivo; de la estructura al individuo, y viceversa. Ese centro de irradiación, refugio último de la razón y lo subjetivo, la inaccesible interioridad de los individuos, no parece más el sitio de la certeza, sino el ámbito donde se protege lo que cada cual empieza a dejar de ser. Como apunta Touraine:

Cuanto mayor es nuestra participación en una vida pública cada vez más "global", mediante la producción, el consumo o la información, más sentimos también la necesidad de encontrar en nuestra vida privada puntos de apoyo para no ser arrebatados por los mensajes a la vez seductores e impersonales de la sociedad de masas.¹⁵

Touraine ha acuñado el concepto de *desmodernización* para designar la ruptura en aquello que la sociedad moderna había conseguido establecer entre la experiencia individual y la inserción de las personas en la vida social: un modo de gestionar la tensión entre lo colectivo y lo personal, entre lo público y lo privado. La forma clásica de modernización, tal como la han presentado sociólogos e historiadores, ha estado centrada en procesos de socialización operados por medio de instituciones características de la modernidad: las escuelas, las familias nucleares modernas, los ámbitos jurídicamente regulados de la vida social; espacios que funcionaban como presupuestos de la formación de ciudadanos y de individuos competentes en los ámbitos familiares, laborales y en la vida pública, según esta perspectiva han sufrido una ruptura. La explosión del mercado como fenómeno que se expande ignorando las anteriores modalidades de cohesión y estructuración de identidades, lleva en su interior un desafío a las instituciones de la sociedad moderna en las que se había depositado la confianza del progreso o —como se habría de denominar más adelante— del desarrollo. Las personas se han convertido en consumidores globales, desanclados de las coordenadas espacio-temporales en que se producía la experiencia de pertenecer a una entidad capaz de edificar sentido de identidad y de organizar el pasado, el futuro y la articulación del presente con ambos.

Los productos culturales se han globalizado. Es cada vez más fácil enterarse de la última película protagonizada por Tom Cruise, o la estrella mediática de moda, que de la obra

¹⁵ Touraine, *op. cit.*, p. 28.

que se presenta en el teatro del barrio. La música de un grupo de cantantes formado hace unos años en Inglaterra se escucha más pronto y con más intensidad que los boleros apasionadamente interpretados por los tríos que deambulan por las cantinas de la ciudad. Según algunos, la globalización de los productos culturales implica un proceso de desarraigo paulatino de las viejas pertenencias y adhesiones. La comunidad local –e incluso la nacional– empieza a ser considerada como parte de las tradiciones que se han alistado al conjunto de objetos destinados a la desaparición. La globalización de los mercados entraña una universalización de determinados supuestos culturales que tarde o temprano entablan relaciones de tensión con formas culturales diferentes.¹⁶

Uno de los ámbitos en que esta tensión se expresa es el de las culturas políticas en los diferentes países y las regiones. Determinadas características de esas culturas han sido consideradas como condiciones necesarias para la existencia y la perduración de los regímenes democráticos. La formación de la cultura política suponía a su vez una unidad política que definiera los contornos de la identidad de esa cultura y diera a los sistemas educativos horizontes claros para su funcionamiento. Este supuesto se encuentra hoy objetivamente en cuestión. El panorama que ofrece la unidad histórico-cultural preponderante en la época moderna, la nación, coexiste con las manifestaciones culturales globales y se ve desafiado por la explosión de la misma. Este desafío entraña problemas significativos no sólo para el horizonte de entendimientos que ofrecía, sino incluso para el hecho nacional. La conexión con el ascenso de las expresiones culturales globalizadas parece lo suficientemente clara como para que se considere seriamente.

Pues en buena medida la cultura política opera a la manera de un intrincado tejido de relatos. Las interpretaciones dominantes de la vida pública ofrecen a menudo la forma de una organización temporal de hechos públicamente relevantes –o convertidos en tales–. Los hechos presentes se vuelven inteligibles cuando son enlazados con acontecimientos pasados, haya o no una conexión causal entre ambos. La falacia *post hoc, ergo propter hoc*¹⁷ opera en la narrativa aprovechando la tentación de conectar hechos pasados con pre-

¹⁶ Ésta no es sólo una visión que provenga de los críticos culturales o de los ensayos de interpretación del tiempo presente, por lo demás en crecimiento explosivo. En su informe *Equidad, desarrollo y ciudadanía, 2000*, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) adopta un punto de vista semejante, si bien con un aparato conceptual diferente: "¿en qué medida [...] la penetración de las reglas de mercado y la creciente penetración del concepto del esfuerzo individual, como guía básica del ordenamiento social, pueden terminar por erosionar el capital social que el propio modelo económico (y, obviamente, cualquier ordenamiento social) requiere?"

¹⁷ Que consiste en sostener que por el hecho de que un acontecimiento A es posterior a otro, B, éste ha sido causado por aquél. Lo falaz radica en que esto se acepte sin haber sido probado.

sententes, reduciendo las historias, impersonales y sujetas a esquemas teóricos, a crónicas humanizadas.¹⁸ Lo que es un atributo del fenómeno narrativo, según esto, se convierte en un recurso con el que los grupos y las fuerzas sociopolíticas participan en la lucha por imponer la interpretación dominante de la vida pública. Así, las creencias y actitudes se difunden comunicativamente con mayor o menor éxito. Algunas consiguen grabarse en la retina de los receptores, otras más quedan impresas mediante palabras que evocan a su vez hechos dotados de significación para el presente. La historia, como es entendida en los sistemas escolares y en las discusiones públicas, consiste en un relato que cohesiona sucesos variados y los constituye como significados sedimentados en la memoria colectiva.

Una de las formas que adopta es la que se articula como una cultura nacional. La cultura política se presenta entonces como el producto, constantemente sujeto a revisión y controversia, de los diversos intentos por dar una interpretación coherente de hechos públicamente conocidos en el interior de una unidad políticamente integrada, usualmente la nación; pero que también puede no coincidir con ella, ya se trate de la que corresponde a una región dentro de un país (la cultura política en El Bajío mexicano), o incluso un conjunto de países (la cultura política en Latinoamérica).¹⁹ Entender la cultura política como un almacén o "fondo común" de creencias, valores y actitudes respecto a objetos políticos supone determinados mecanismos por los que las creencias se divulgan, se depositan en la memoria colectiva y se actualizan en determinados momentos. La forma narrativa de construir los fenómenos sociales se presenta, entonces, como una de las modalidades por las que la vida en sociedad adquiere inteligibilidad colectiva.

Vivimos en un mar de relatos y, como el pez que (según el proverbio) será el último en descubrir el agua, tenemos nuestras propias dificultades para entender en qué consiste nadar entre

¹⁸ Jerome Bruner, *La educación, puerta de la cultura*, Visor Libros, Madrid, 1997, pp. 163-164.

¹⁹ La cultura política —en este caso, mexicana— no sólo es una construcción conceptual de la politología moderna ni una forma de denominar la condición en que se encuentran las creencias populares, sino un producto histórico en el que han intervenido narradores legítimos que, a su vez, han conseguido establecer una interpretación dominante de los hechos constituyentes del "individuo histórico" (la expresión es de Max Weber) en cuestión (denominado, en este caso, "México"). En la medida en que los relatos nacionales llegan a ser aceptados y vistos como no sujetos a controversia, las creencias y los valores que predominan en un cierto tiempo pasan a formar parte de la cultura nacional, en su modalidad política. La entidad llamada México es objeto de creencias y valoraciones en tanto es vista como *dramatis personae* de una historia que va de las civilizaciones prehispánicas hasta el presente democrático y moderno, habiendo pasado por las luchas de Independencia, la Reforma y la Revolución (las mayúsculas son propias del acto narrativo); por tanto, es una narrativa cercana al género de la epopeya. No importa, por tanto, la *verdad* de lo narrado, sino la *verosimilitud*, entendida como hecho colectivo: en ello radica su capacidad para ingresar a la cultura política.

relatos. No es que carezcamos de competencia para crear nuestras explicaciones narrativas de la realidad; ni mucho menos. Si algo somos, es demasiado expertos.²⁰

En esta línea argumental, una forma de comprender el desafío que las manifestaciones culturales globalizadas formulan al hecho nacional radica en que la explosión de narrativas en el espacio global difunde nuevos esquemas de creencias, nuevos hechos que compiten por ingresar a las narrativas que organizan la experiencia del tiempo en las personas y nuevas formas de significar.

La politología encontró en el concepto de cultura política el vínculo entre los problemas del orden dentro de un Estado y las características de la cultura; pero tal como ha sido empleado, el concepto presupone que el hecho estatal-nacional ocupa un lugar central en la estructuración de las culturas. La cultura política aparece atada a la condición territorial de los estados y, de esa manera, si se concibe un *continuum* que va de lo local a lo global, el concepto de cultura política que ha utilizado la politología moderna se encuentra marcadamente cargado al polo local.²¹

La cultura política supone el predominio de formas comunicativas copresenciales entre personas cercanas y conocidas. La comunicación escolar, acompañada de lecturas e imágenes, mantiene la relevancia concedida a la cercanía entre personas. Por su articulación con la teoría sociológica de la socialización, la cultura política adopta la suposición de que las nuevas generaciones se socializan en una atmósfera cultural que concede importancia a la vida nacional y local; una atmósfera en que se acostumbra conversar de las cuestiones locales, historias de lo que ocurría en el barrio hace 20 años o de lo que solían hacer las viejas generaciones en lo que ahora son paisajes extraños. Éstas son las conversaciones que los jóvenes acaso escuchan; pero el tiempo que destinan a hacerlo se encuentra en competencia con el tiempo, escaso y vertiginoso, del consumo acelerado. El joven enfrenta situaciones en que debe elegir entre escuchar las historias de la familia que se cuentan en la cocina y las historias que circulan en la televisión, las revistas para jóvenes, el cine y la radio; entre las narrativas de lo que se encuentra en las cercanías de las vivencias cotidianas y las historias que circulan entre los círculos de amigos, en las que, por ejemplo, uno

²⁰ Jerome Bruner, *op. cit.*, p. 166.

²¹ Ésa es la razón por la que los autores canónicos en esta materia, Almond y Verba, decidieron convertir la cultura democrática en la más empíricamente observable *cultura cívica*, que recuperaba aspectos importantes de la llamada por ellos "cultura parroquial", es decir, aquella cuyas características la hacían dependiente de las experiencias locales.

de ellos ya consiguió el nuevo disco que desde hace unos días está conmoviendo la opinión pública en algún lugar de los Estados Unidos y, así, en todos los lugares.

¿Qué va a suceder con la cultura política, ese haz de creencias, actitudes y valores que solían tejerse en torno al Estado-nación o la región? ¿Qué va a suceder con esa forma en que la comunidad a la que se pertenece todavía participa de la definición de la propia identidad?

Es claro que el funcionamiento de los regímenes democráticos supone una cultura política que no sólo inhiba luchas basadas en la intolerancia y que dificulten la convivencia, sino también una cultura que comprometa a los ciudadanos en las tareas del régimen político. No forma parte de los debates teóricos actuales dilucidar la relación entre la cultura y el desempeño del régimen: es claro que entre una y otro hay relaciones de complementariedad y de condicionalidad recíproca.

En contraste, una de las cuestiones de mayor importancia estriba en determinar la capacidad de la sociedad moderna para producir los supuestos culturales de los regímenes democráticos. El ascenso de las expresiones culturales globalizadas –cuya dimensión política no es tan clara puesto que no termina de haber una referencia política global inequívoca– objetivamente pone en entredicho las condiciones en que cabría esperar una cultura política del corte que ideó la politología del siglo XX. No ha terminado la era de la cultura política basada en los estados nacionales, pero la explosión cultural que comporta la globalidad introduce desafíos de enorme calado a la producción de los supuestos culturales de la democracia.

Sobre todo a propósito de los jóvenes –pero no sólo en relación con ellos– parece legítimo formular preocupaciones y dudas: ¿cómo esperar compromiso cívico entre aquellos que depositan su interés en la moda, ya sea en la ropa, en los gustos musicales o en determinadas prácticas, puesto que una gran cantidad de su tiempo se encuentra invadido por este tipo de cuestiones? ¿Cómo esperar compromiso cívico en una población que se forma su visión del mundo por medio de lo que ve en la televisión? ¿Cómo, por último, esperar compromiso cívico entre aquellos que encuentran aberrante todo lo que rodee a la idea de compromiso?²²

²² Las propuestas teórico-conceptuales a propósito de esta cuestión van desde las revisiones del concepto de comunidad, cercanas al comunitarismo y articuladas al debate político de lo que se conoce como "sociedad multicultural", hasta los planteamientos recientes acerca del capital social, concebido como condición para que se preserven las democracias. La confianza y el compromiso cívico, entre otras características de las culturas de los países, han sido recuperados en ciertas perspectivas institucionales, como aspectos que han de fortalecerse no sólo para preservar los regímenes democráticos en tanto condición jurídicamente definida, sino también

No es, por tanto, extraño que en la época presente se hayan multiplicado las inquietudes acerca de la viabilidad estratégica de las democracias.²³ Las democracias consolidadas mantienen su estructuración interna y la fuerza de sus instituciones; sin embargo, no carecen de dificultades, en especial con la aparición de nuevos asuntos que desafían no sólo a los gobiernos considerados como estructuras con capacidad para elaborar respuestas y soluciones, sino al propio proceso y acto de gobernar. De ahí que se distingan cada vez con mayor claridad las estructuras de gobierno (*government*) de los procesos por los que se producen soluciones a los problemas sociales, no necesariamente vinculados a los gobiernos (*governance*).²⁴ De ahí también que se haya vuelto la mirada a la figura de la ciudadanía, instancia última y sustento final de los regímenes políticos.²⁵

La cultura política ha funcionado como un artefacto conceptual destinado a observar los diferentes modos de ser ciudadano, por lo menos en los casos en que el concepto parece aplicable. Si en un principio, con el ascenso de los estados modernos en Occidente, la figura del ciudadano se presentaba como una condición universal a la que debía aspirar todo individuo, la observación de las diferencias por países y regiones obligaba a observar la particularidad de cada caso; en el origen del concepto de cultura política se expresaba la tensión existente entre una pretensión universal y muchas condiciones particulares.

Ahora bien, la época presente ha extendido a lo largo del mundo otra figura: la del consumidor. Forma universalizada aun antes de que lo consiguiera la de ciudadano, el consumo si no la ha remplazado, seguramente sí ha ocupado el espacio que alguna vez se creyó destinado a la ciudadanía. Mientras esta última se orienta a la liberación de ataduras y formas de dominación que detienen el progreso humano, el consumo produce una especie de igualdad más o menos general que ocurre bajo la forma de diferencias individuales; la igualdad jurídico-política convive con la igualdad en la calidad de consumidor, no en lo que

como factores que impulsan la capacidad de buen gobierno. Véase uno de los textos en torno a los que, durante los últimos años, se ha desatado una controversia importante: Robert Putnam, "The Strange Disappearance of Civic America", *The American Prospect*, vol. 7, núm. 24, 1 de diciembre de 1996. Del mismo autor, "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", *Journal of Democracy*, enero de 1995.

²³ Para una perspectiva diferente pero ubicada en el mismo terreno de preocupaciones, véase Ulrich Beck (coord.), *Los hijos de la libertad*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.

²⁴ La aparición de problemas globales, es decir, que están más allá del alcance de los estados nacionales y que, incluso, pueden incluir a estos últimos —como los problemas ambientales, la inseguridad mundial, la proliferación de los mercados negros globales, entre otros—, suponen espacios organizativos inter o supranacionales que sobrepasan en capacidad a los estados nacionales. Tal es el sustento histórico-social de esta distinción.

²⁵ La figura de la ciudadanía enfrenta una situación inédita: tiende a estar jurídica y culturalmente ligada al Estado nacional y, sin embargo, una cantidad creciente de procesos actuales vuelven insuficiente tal ligadura ante las mencionadas circunstancias globales.

se consume. A una cantidad creciente de bienes tiene acceso una cantidad igualmente amplia de personas; mal que bien, todos o casi todos pueden tener una televisión en casa, todos o casi todos pueden comprar un reproductor de discos compactos y disfrutar de su artista favorito una tarde. A la vez, el consumo ofrece una oportunidad de *distinción*: el gusto es individual, pese a que el consumo sea masivo. El consumo, como práctica e instancia que resuelve enigmas de la vida personal, parece desplazar la capacidad que se ha atribuido a la democracia para hacerlo.

Hombres y mujeres perciben que muchas de las preguntas propias de los ciudadanos —a dónde pertenezco y qué derechos me da, cómo puedo informarme, quién representa mis intereses— se contestan más en el consumo privado de bienes que en las reglas abstractas de la democracia o en la participación colectiva en espacios públicos.²⁶

Los jóvenes de la actualidad viven entonces en un mundo penetrado por transformaciones cuyas consecuencias se desconocen. No sólo se han modificado las circunstancias en que se desenvuelven: los materiales con que construyen sus narrativas vitales, sus biografías, se han transformado de tal manera que efectivamente los destinos personales y colectivos ingresan al territorio de la incertidumbre; y a su paso, al agregarse la transformación de las biografías individuales, modifican también los fenómenos colectivos que suponen el cumplimiento de esos destinos. La sociedad del riesgo, de la que se ha hablado recientemente,²⁷ adquiere un sentido adicional en cuanto se considera que las nuevas generaciones son las que portan esta nueva configuración de la sociedad.

No obstante lo anterior, esta desazón coexiste con estereotipos de juventud a su vez asociados a la diversión, a las tentativas en los terrenos que dividen lo permitido de lo prohibido y a la explosión de todo tipo de signos de identidad juvenil. Como lo señalan Margulis y Urresti:

Ser joven se ha vuelto prestigioso. En el mercado de los signos, aquellos que expresan juventud tienen alta cotización. El intento de parecer joven recurriendo a incorporar a la apariencia signos que caracterizan a los modelos de juventud que corresponden a las clases acomodadas,

²⁶ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1995, p. 13.

²⁷ La expresión se ha dado a conocer mediante la obra de Ulrich Beck. Véase de este autor, *¿Qué es la globalización?*, Paidós, Barcelona, 1998. También Anthony Giddens, *Consecuencias de la modernidad*, *op. cit.* Por último, Niklas Luhmann, *Sociología del riesgo*, Universidad de Guadalajara/Universidad Iberoamericana, México, 1992.

popularizados por los medios, nos habla de esfuerzos por el logro de legitimidad y valorización por intermedio del cuerpo. Ello da lugar a una modalidad de lo joven, la juventud-signo, independiente de la edad y que llamamos juvenalización.²⁸

La circulación de los signos de juventud, que van de la vestimenta a los productos de la industria cosmética y del rejuvenecimiento, no hace más que recordar el estatus de la imagen juvenil, en términos generales disociado de las condiciones en que se desenvuelven muchos jóvenes. Los signos juveniles articulan significantes asociados a imágenes, estilos de vida, actitudes corporales, que evocan no a los *jóvenes*, sino a lo *juvenil*. Lo juvenil se presenta como una estética socialmente dominante, capaz de producir una industria y un campo de actividades profuso y diverso. Mientras los jóvenes ingresan a un mundo cada vez menos capaz de organizar anticipadamente biografías estables, las imágenes de lo juvenil que circulan en abundancia, los relatos que se propagan como propios de los jóvenes, exaltan una condición que para muchos, sin embargo, es inaccesible.

Si es cierto que la época actual se caracteriza por una explosión de incertidumbres, la juvenalización se presenta como una explosión de significantes juveniles a los que se adhieren significados igualmente inciertos. Las narrativas con que los jóvenes organizan el tiempo, su propio tiempo, con que se forman una imagen inteligible del mundo, se despliegan como un haz multivariado de significados cambiantes. En este espacio arraiga la imagen de un proceso acelerado e intenso de fragmentación:²⁹ de las biografías estables a la incertidumbre, en medio de una diversificación de imágenes y narrativas, los jóvenes pasan de integrantes de familia, trabajadores y ciudadanos, según la figura estandarizada, a personas inmersas en situaciones cambiantes que encuentran una organización del mundo en el consumo de los mensajes del entorno; como consumidores culturales, los jóvenes se hacen más inteligibles que con los esquemas conceptuales elaborados para comprender el paso de las generaciones.

La condición contemporánea está sujeta a muchas lecturas. Comparada con la forma prototípica de ser ciudadano, los estándares actuales parecen no sólo alejados sino en con-

²⁸ Mario Margulis y Marcelo Urresti, "La construcción social de la condición de juventud", en Humberti J. Cubides C., María Cristina Laverde Toscano y Carlos Eduardo Valderrama H., *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá, 1998, p. 5.

²⁹ Un tratamiento crítico de las perspectivas que parecen subyacer a esta imagen lo encontramos en Nora Rabotnikof, "Hegelianos, a sabiendas", en Norbert Lechner, René Millán y Francisco Valdez Ugalde (coords.), *Reforma del Estado y coordinación social*, Plaza y Valdés/Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México, 1999, pp. 195-210.

tinuo extrañamiento. Parecería que la era que había consagrado una modalidad específica de la ciudadanía se encuentra en declive. En contraposición, podría sostenerse que se asiste en realidad a una *nueva forma de ser ciudadano*, caracterizada por la experiencia continua de tropezar con lo diferente, con manifestaciones culturales diversas y en ocasiones opuestas a las propias. En una visión así, el ser ciudadano se relaciona con las potencialidades de socialidad inscritas en las formas de vida existentes.

Ser ciudadano no tiene que ver sólo con los derechos reconocidos por los aparatos estatales a quienes nacieron en un territorio, sino también con las prácticas sociales y culturales que dan sentido de pertenencia y hacen sentir diferentes a quienes poseen una misma lengua, semejantes formas de organizarse y satisfacer sus necesidades.³⁰

Conforme a este planteamiento, parecería no haber exclusión entre ambas formas de ciudadanía. Se es ciudadano por la vía de la operación estatal y por la vía de las prácticas sociales y culturales. Ahora bien, si la relación es de complementariedad, ello supone condiciones en que la construcción del Estado se articula con las tradiciones y formas de ser de las poblaciones que se encuentran en el interior de ese Estado; la condición ciudadana culmina y expresa una forma de vida materializada en prácticas sociales y culturales. Entre los dos sentidos de la ciudadanía no existe, necesariamente, tensión: las propias prácticas sociales y culturales han conducido a formar el estatus jurídico-político de la ciudadanía, que de este modo es un producto histórico. En condiciones de globalización, sin embargo, puede resultar inapropiado el tener confianza en que así va a suceder de nuevo, en que la historia encontrará un camino para hacer compatible lo que parece no serlo. Si la ciudadanía se presenta como la culminación de un proceso en que están instituidos bocetos de biografías básicas y si ese trayecto está en la actualidad objetivamente en cuestión, entonces hay razones para poner en duda que las dos formas de ciudadanía se complementen.

Según una de las visiones existentes, la cultura moderna, marcada por el hedonismo y el consumismo, se encuentra en tensión directa con la ciudadanía.³¹ Quien se conduce por la vida sencillamente bajo los principios de pasarla bien y de consumir todo aquello que le sale al paso en los centros comerciales y en la publicidad mediática –así se presenta esta

³⁰ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos*, op. cit., p. 19.

³¹ No es desconocido que uno de los textos que se han convertido en referencia obligada como ilustración de este enfoque es la obra de Daniel Bell: *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza Editorial, Madrid, 1977.

perspectiva— no puede ser ciudadano; en una versión matizada, cabría decir que tendrá problemas para serlo en los términos en que lo supone la teoría de la ciudadanía vigente. En otras palabras, de acuerdo con la línea argumental desarrollada hasta aquí, la formación de ciudadanos se presenta rodeada de dificultades, puesto que un número creciente de personas parece haber salido del campo de atracción de las tramas biográficas básicas que anticipaban trayectorias de vida estandarizadas: han salido de la red narrativa que garantizaba, en diversas medidas, la pertenencia nacional y, así, la ciudadanía democrática.

En cambio, en otra perspectiva ese mismo estilo de vida constituye la forma de ser ciudadano contemporáneo; entre consumir y ejercer la ciudadanía existe una relación más de complementariedad que de tensión. Ser ciudadano, dice García Canclini, es también participar de la red de significados que fluyen en una cultura y es también un dispositivo por el que se "construye una parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad".³² No el hecho de consumir, sino la manera en que se consume, las decisiones que entraña el qué consumir y las relaciones con los significados existentes en el grupo al que se pertenece, constituyen el ámbito del consumo en un territorio especialmente apropiado para la comprensión de lo que ocurre en la sociedad y, sobre todo, para pensar las diversas configuraciones que adopta la distinción entre lo público y lo privado. Consumir, según esta línea de interpretación, es una forma de constituir los espacios públicos y de marcar la diferencia con los privados.

Cualquiera que sea el caso, se prefiera conservar el concepto convencional —y, en ese sentido, estrecho— de ciudadanía, o bien adoptar una concepción como la ofrecida por García Canclini, lo cierto es que en lo referente a la edificación de ciudadanía lo que se enfrenta es un horizonte de incertidumbre.

La definición "estatizante" de ciudadanía afronta, en cuanto a su materialización, un horizonte incierto, si se consideran las tendencias expuestas páginas atrás; el individuo que accede a la mayoría de edad se hace ciudadano, pero las habilidades, competencias e intereses que se suponen existentes para ejercer esa condición son contingentes.

Los jóvenes efectivamente, sea por el cotidiano bombardeo de significantes, o bien por algún otro motivo, colocan la política entre los objetos de menor interés.³³ Es cierto que para segmentos determinados de la juventud *la política* representa un ámbito constitutivo de

³² Néstor García Canclini, *op. cit.*, p. 45.

³³ Lo anterior no es exclusivo de los jóvenes. Las referencias se circunscriben a estos últimos puesto que tal es el centro de atención de este estudio. Para el material empírico que apoya el desinterés de los jóvenes, véase con mayor detalle lo expuesto en el capítulo 2.

identidad; tal es el caso de los estudiantes, acaso "actores políticos emergentes", como cabría denominarlos. La activación política es constitutiva de identidad: sirve para que los otros los identifiquen y para que lo hagan ellos mismos. Sin embargo, esto es una realidad para porciones delimitadas de la población. Ocho de cada 10 personas no convierten en parte de sus conversaciones cotidianas cuestiones de carácter político. La política sirve más para identificar lo que una persona *no es*; un individuo, entre los rasgos de su identidad, empleará con mayor probabilidad una referencia política para indicar aquello que *no* le interesa.³⁴ Es más probable encontrar al paso un joven que enfrente problemas relacionados con el abandono de la escuela y la incorporación a la vida laboral,³⁵ que un joven interesado en las declaraciones cotidianas de un político profesional.³⁶

Como lo señala Rossana Reguillo, "la construcción de lo político [entre los jóvenes] pasa por otros ejes: el deseo, la emotividad, la experiencia de un tiempo circular, el privilegio de los significantes por sobre los significados, las prácticas arraigadas en el ámbito local que se alimentan incesantemente de elementos de cultura globalizada".³⁷

Por su parte, el ciudadano constituido en la red de comunicaciones deslocalizadas de la era contemporánea –independientemente de que en países como México no puede aún considerarse un fenómeno dominante– en algún momento tendrá que ingresar a la órbita de la actividad política, que puede ser localizada o deslocalizada. Si esto entraña una modificación de la propia actividad política, en el presente aún fundamentalmente referida a los espacios locales o estatal-nacionales, habrá que suponer, de todas formas, que una condición para que lo siga siendo radica en la preservación de los regímenes democráticos. En el caso mexicano es particularmente claro que la condición ciudadana es una realidad por construir. En otras palabras, incluso si se adopta la perspectiva que podría denominarse

³⁴ Más de 80% de los jóvenes en México declaran que en las conversaciones con sus amigos la política aparece "nada" o "poco". Véase Instituto Mexicano de la Juventud, *op. cit.*, p. 18.

³⁵ El Censo General de Población y Vivienda arroja evidencia acerca del importante peso que tienen los factores económicos en este fenómeno. De la población entre siete y 29 años de edad que dejó de asistir a la escuela, más de 35% declaró que dejó de hacerlo "por falta de dinero o necesidad de trabajar"; se trata de la causa de abandono más frecuente. INEGI, Tabulado de la muestra censal del XII Censo General de Población y Vivienda 2000, INEGI, México, 2000. Disponible en www.inegi.gob.mx

³⁶ Ambas cuestiones no necesariamente son excluyentes. Un joven interesado en las cuestiones políticas podría establecer conexiones entre sus preocupaciones cotidianas, como las laborales y las educativas, y la vida política. La evidencia, que por lo demás es abrumadora en cuanto a la desafección hacia la política (de nuevo, véase el capítulo 2), no permite negar que establezcan tales conexiones; pero si acaso lo hacen, lo más probable es que evalúen negativamente la actividad política profesional, pues de otro modo no se comprendería la mencionada desafección.

³⁷ "Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión", en Gabriel Medina Carrasco (comp.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000, p. 39.

amplia de ciudadanía, para que llegue a ser complemento de la visión estrictamente política, esta última tendrá que estar sólidamente construida. Y es precisamente ahí en donde aparece nuevamente la incertidumbre.

El vínculo de los jóvenes mexicanos con la política no difiere particularmente del que se presenta en otras latitudes. Ahí, en paralelo con la desafección hacia la política, los jóvenes se interesan en las cuestiones ecológicas, los derechos humanos, la política en materia familiar y la libertad sexual; cuestiones que, como las fuerzas que controlan la economía mundial, son percibidas más allá del alcance de los políticos profesionales y los procesos políticos habituales.³⁸ Como se discute en el capítulo 2, en México hay indicios de una situación parecida. ¿Tiene esto alguna importancia para la cuestión que se está tratando aquí? En el capítulo 2 se estipula una distinción entre la política y lo cívico que puede favorecer el introducirse en la relación de lo que está construido como "mundo de los jóvenes" con su papel de ciudadanos.

Para efectos del funcionamiento del régimen democrático en México, la relación de los jóvenes por una parte con la vida política, y en especial con la electoral, y por otra, con lo cívico, ha de considerarse un asunto sujeto a reflexión. Incluso tendría que considerarse un problema de política pública, precisamente de una política de construcción de ciudadanía, integrada a una estrategia general de consolidación democrática. Tras un recuento de datos obtenidos en diversas fuentes, el Plan Trienal de Educación Cívica 2001-2003 preparado por el Instituto Federal Electoral indica

[...] la imperiosa necesidad para el Instituto Federal Electoral de fortalecer todas aquellas acciones que tiendan a incrementar en la ciudadanía el interés no sólo por conocer sino por participar desde diferentes ámbitos en la política y en las instituciones públicas, promover la tolerancia y la pluralidad política, así como el apego a la ley y una orientación clara e inequívoca hacia el principio de legitimidad democrática, entre varios otros desafíos de la educación cívica. [IFE, 2001, p. 30]

Como se ha hecho notar a lo largo de estas páginas, el enfoque que se adopta es el de ingresar al mundo de los jóvenes por medio de las narrativas que los constituyen. En el capítulo 3 se desarrollan con mayor detalle algunos aspectos de este enfoque. Si las condiciones sociales de la actualidad han venido desdibujando los bocetos de biografías básicas

³⁸ Giddens interpreta lo anterior como prueba de que el interés en la política no ha disminuido; en este interés quedan "incluidas las generaciones más jóvenes, que no son, como se ha dicho, una generación X desafecta y alienada". *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Taurus, Madrid, 2000.

institucionalmente apuntalados, parece razonable suponer que otras narrativas se encuentran en medio de la tarea de sustituir y complementar *las instituciones de sentido* existentes. Los jóvenes consumen, producen y reproducen historias acerca de ser joven y, al hacerlo, participan en un proceso variado y complejo en que se forjan los nuevos modos de ser ciudadano, los que habrán de ser dominantes en los próximos años. Este trabajo está dirigido a indagar sobre el consumo cultural de los jóvenes, especialmente para determinar lo que más se consume y algunas características de las narrativas que forman dicho consumo.

Indice

El estado de la investigación sobre la juventud en México

A pesar de las conexiones que parecen existir entre las formas emergentes de participación política y el universo del consumo cultural, en la agenda de investigaciones sobre los jóvenes en México este ámbito ha sido poco abordado. Por un lado, la política y los jóvenes es un tema que se encuentra en proceso de formación en las ciencias sociales mexicanas. Hasta fechas recientes sólo se podían advertir algunos cuantos trozos incompletos y bastante generales que daban cuenta de la participación política de los jóvenes. Así, en dos estudios que reportan el panorama existente se concluye que se trata de una temática de reciente tratamiento por la academia y que, por ende, se requiere profundizar en la materia.³⁹ Por otro lado, la investigación sobre las prácticas y el consumo cultural entre los jóvenes parece constituir un terreno que se encuentra en exploración para identificar su importancia en la construcción del ser político de los jóvenes. A continuación se examina el panorama de las investigaciones acerca de los comportamientos políticos de los jóvenes; más adelante se expone lo que corresponde al consumo cultural.

Los estudios sobre la participación política de los jóvenes se agrupan en dos vertientes: a) los que centran su análisis en los espacios institucionales (la escuela, los partidos políticos y las elecciones) y b) los que la visualizan en los ámbitos de su vida cotidiana.

El repaso elaborado por Ricardo Becerra da cuenta de las investigaciones que se han ocupado de indagar la relación entre juventud y política con base en su participación en las

³⁹ Véase Ricardo Becerra Laguna, "Participación política y ciudadana de los jóvenes" en José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986-1999*, t. II, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000, pp. 529-577, y César A. Cisneros Puebla, "Jóvenes ciudadanos: ¿realidad o ficción?" en Gabriel Medina Carrasco (comp.), *op. cit.*, pp. 61-78. La siguiente exposición se basa en estos dos textos.

universidades y en el terreno electoral (la militancia de los jóvenes dentro de los partidos políticos, la cultura política de los jóvenes y sus preferencias partidistas, el remplazo generacional electoral y el cambio político en México).⁴⁰

El interés por la participación política de los jóvenes recibió un impulso de la movilización estudiantil que tuvo lugar en la segunda parte de la década de los ochenta. La acción estudiantil marcó la pauta de investigación en la materia. En particular el movimiento estudiantil de la UNAM, en 1986-1990, se constituyó en el objeto de reflexión por excelencia de la evaluación de las prácticas políticas de la juventud.

En este punto puede resultar apropiado señalar que el análisis de dicho movimiento abrió caminos distintos de acercamiento al fenómeno. En efecto, la acción estudiantil dejó de verse asociada únicamente a la lógica de un conflicto más general de las clases sociales y se desarrolló un marco interpretativo en donde los procesos culturales y simbólicos en la formación del movimiento cobraron relevancia.⁴¹ En otros términos, los aspectos menos visibles del comportamiento juvenil adquirieron importancia. A partir de ahí ganaría lugar la propuesta de que la dimensión cultural y simbólica debería formar parte de las herramientas conceptuales del análisis. Así se abrieron líneas de investigación que prestaban más atención a los procesos de construcción de identidades colectivas. El que hubiesen llegado a este punto las reflexiones sobre la participación política de los jóvenes resultaría significativo en el seno de la comunidad de investigadores, porque permitía considerarla como producto tanto de condiciones objetivas –del contexto sociopolítico existente– como de condiciones subjetivas –simbólicas y culturales–.

En materia de participación político-electoral, de acuerdo con lo que señala Becerra, el panorama es de abandono. En primer lugar los partidos políticos al parecer conceden mínima importancia a este segmento poblacional, a juzgar por los resultados que arroja la revisión de sus planteamientos programáticos, estrategias de reclutamiento y ofertas político-electorales.⁴² En segundo lugar, aun cuando el estado de la investigación y el material

⁴⁰ Ricardo Becerra, *op. cit.*, p. 529.

⁴¹ Véase Germán Álvarez y Miguel A. Casillas, "Los nuevos procesos en la UNAM", en *Cuadernos Políticos*, Era, México, enero-junio, 1987, pp. 60-75, y Sergio Zermeno, "Nuevos planteamientos en la relación juventud popular-juventud estudiantil", en *Crea/CEJM*, II Seminario Latinoamericano de Investigadores sobre Juventud, mayo, 1988.

⁴² *Ibid.*, pp. 559-560. En un trabajo de Anna María Fernández Poncela (*Jóvenes y política: Balances y perspectivas*, mimeo, s/f) se corrobora que la situación ha variado poco al paso de los años. Tanto en su declaración de principios como en sus plataformas electorales, los principales partidos políticos dedican poca atención a la juventud. De hecho, los temas más reiterativos asociados a los jóvenes son el empleo y la inserción laboral.

escrito revela mejoras, el recorrido por los estudios dedicados a la cultura política y las preferencias electorales de los jóvenes muestra una dispersión evidente.⁴³

No obstante lo anterior, se han empezado a explorar líneas de investigación tendientes a evaluar los grados de información política, la confianza en el gobierno y en los gobernantes, la disposición a participar o no en la política, así como los sentimientos de vinculación de los jóvenes electores con los partidos políticos. Es decir, ha cobrado importancia la indagación sobre los elementos que configuran su cultura política. Finalmente, el tema del "reemplazo generacional" a propósito de las actitudes políticas del electorado joven, constituye otra línea de estudio. Al efecto, Becerra señala:

La renovación generacional está introduciendo valores diferentes; vive y practica la política dentro de un esquema electoral-democrático en formación, pero igualmente real; plantea un estilo de vinculación con la política más "liviano" y se distingue así —drásticamente— de la generación referente de 1968. Todo eso hace pensar un escenario típico de "reemplazo de las actitudes políticas".⁴⁴

En virtud de lo anterior, se han explorado argumentos en torno al hecho de que la juventud mexicana vive en un ambiente continuo de transformaciones en sus preferencias electorales; en este enfoque lo que está bajo observación son las nuevas configuraciones o realineamientos del electorado.

Los ámbitos universitarios y electorales constituyen el referente principal de la evaluación de la participación política de los jóvenes en los estudios examinados por Becerra. Éstos se han enfocado a examinar las manifestaciones visibles de la actuación política de los jóvenes a través de las instituciones. Ahora bien, ¿acaso no es posible concebir la participación política de los jóvenes más allá de los espacios institucionales?

Como advierte Becerra, durante ese periodo los espacios de socialización entraron en una fase de incapacidad para incorporar a los jóvenes a la dinámica social.⁴⁵ Muchos

⁴³ "Los datos a propósito de cómo votan nuestros jóvenes aparecen, salpicando aquí y allá, diversos estudios dedicados a captar temas de índole más general. Así, y hasta el momento, puede decirse que no contamos con un estudio que contemple el comportamiento electoral de los jóvenes", Ricardo Becerra, *op. cit.*, p. 561.

⁴⁴ *Ibid.*, p. 575.

⁴⁵ "El avance de la influencia de los medios electrónicos y de las 'zonas incultas' (la banda, por ejemplo), es proporcional al retroceso que se verifica en las instituciones de los jóvenes, especialmente en la universidad pública [...] Al entrar en crisis, al bloquearse en sus posibilidades de generar expectativas seguras, la universidad abdica de su papel frente a los jóvenes y deja las funciones de socialización en otros circuitos no institucionales; así, en el México de los noventa es posible observar cómo las formas de socialización privada o salvaje —no institucional— de la juventud, sustituyen a la socialización institucional". Ricardo Becerra, *op. cit.*, p. 537.

jóvenes, particularmente de origen popular y de clase media baja, son expulsados del espectro institucional como producto de la crisis de los años ochenta. Las instancias encargadas de su socialización son rebasadas, y enormes contingentes de jóvenes no encuentran sitio en la educación ni en el empleo. Los recintos universitarios, sobre todo de carácter público, se ubican en el centro del debate, dadas sus fallas estructurales para hacer efectiva la movilidad social y la socialización. Entonces, si la expulsión de los espacios institucionales es una realidad en la vida de este segmento poblacional, la práctica de su participación política tendría que ser evaluada desde otras perspectivas. En ese sentido apuntan las observaciones de Cisneros Puebla:

Sería deseable encontrar que en México ya se hubiese superado la visión en torno a la participación política como un conjunto de actividades voluntarias e individuales de los ciudadanos que influyen directa o indirectamente sobre diversos niveles del sistema político. Visión que, lo sabemos, nos reduce a pensar en el ciudadano como votante, y al joven como estudiante, por ejemplo.⁴⁷

Por ello, el carácter político de la participación de los jóvenes también debe rastrearse más allá de los ámbitos institucionales tradicionales. El carácter político del ser y hacer de los jóvenes no se reduce a su ser universitario ni ciudadano formal. En tales condiciones, la pregunta adquiere otra orientación: ¿en qué sentido y cómo se constituye la identidad ciudadana de los jóvenes? Cisneros Puebla aventura una respuesta:

Cualquier mirada sobre la participación ciudadana de los jóvenes debe ser capaz de reconocerla en sus múltiples y variadas formas, ya sea como vida cotidiana que rechaza a [los partidos políticos] o ya como ejercicio lúdico de acceso a nuevas estrategias de socialidad. Los jóvenes se hacen ciudadanos en los trámites de la administración de la vida social toda.⁴⁷

La participación política, desde esta perspectiva, deja de ser visualizada únicamente en su modalidad institucional e intenta abarcar las prácticas que tienen lugar en los niveles más cotidianos del vivir de los jóvenes. La cualidad política de la juventud va más allá de los espacios institucionales. Sobre todo en una época como ésta, de profundas transformaciones.

⁴⁶ César A. Cisneros Puebla, *op. cit.*, p. 63.

⁴⁷ César A. Cisneros Puebla, "De trípticos, espejos y paradojas", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *op. cit.*, p. 606.

Los estudios sobre el consumo cultural de los jóvenes mexicanos se ubican principalmente en el contexto del cambio que se ha producido en los últimos años respecto a la manera de abordar el tema de los medios de comunicación. Este cambio hace hincapié no sólo en la crítica a los estudios comunicacionales tradicionales, sino que aporta elementos multidisciplinarios para responder a las transformaciones socioculturales en curso. Se acude a una reconstrucción del estudio de la comunicación, a partir de la incorporación y articulación de disciplinas "ajenas" al campo comunicativo.⁴⁸ Esta manera de entender el tema de los medios de comunicación se centra en identificar su importancia como objetos de mediación y generadores de espacios de interpelación de identidades.

En particular la crítica a los enfoques tradicionales hace referencia a la visión instrumentalista de los medios. Esto es, tanto el funcionalismo como el marxismo visualizaban a los medios de comunicación como instrumentos –técnicos el primero, ideológicos el segundo– que respondían a lógicas muy precisas de dominación o control social. Asimismo se cuestiona el "modelo de los efectos" donde los receptores son percibidos como meros recipientes, incapaces de enjuiciar los mensajes mediáticos. Ante esta postura "reduccionista", se han propuesto líneas de investigación para encarar la cuestión de los medios a partir de un replanteamiento de las relaciones emisor-receptor. Se trata, desde esta perspectiva, de trascender los márgenes de alineación/pasividad a que eran confinados los individuos y delinear relaciones de resistencia y resignificación. La pregunta ya no gira en torno a qué hacen los medios con los receptores, sino a qué hacen los receptores con los medios. La identificación de las mediaciones en el proceso de la recepción de los mensajes generados en los distintos medios de comunicación se ha constituido en una fuente de análisis.⁴⁹

Aunado a lo anterior, la enajenación ha cedido el paso a la categoría de identidad. Los medios de comunicación han dejado de ser vistos como instrumentos enajenantes y han pasado a ser medios en donde se producen y renuevan las identidades. Al respecto, García Canclini señala: "nos vamos alejando de la época en que las identidades se definían por esencias ahistóricas; ahora se configuran más bien en el consumo, dependen de lo que uno posee o es capaz de llegar a apropiarse".⁵⁰

⁴⁸ Cabe señalar entre otras a la sociología, la antropología, la economía, la lingüística, el psicoanálisis, la filosofía, como parte de este esfuerzo multidisciplinario.

⁴⁹ La premisa principal señala que en el consumo de los mensajes ocurren movimientos de asimilación, rechazo, negociación o refuncionalización de aquello que los emisores proponen. Por tanto, lo importante es analizar las mediaciones, no los medios.

⁵⁰ Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos, op. cit.*, p. 14.

Esto significa que las identidades fijadas en un territorio o en una cultura homogénea, frente a la irrupción creciente de las tecnologías comunicativas y, sobre todo, ante el proceso de globalización, tienden a ubicarse en el pasado. Por ello en materia de estudios culturales se ha propuesto concebir los medios de comunicación como agentes de interpelación identitaria. La premisa principal es que la identidad necesita revestirse de las producciones culturales. La identidad se sitúa en la dimensión del consumo cultural.

A partir de estas dos categorías, mediación e identidad, se han desarrollado los estudios de consumo cultural de los jóvenes. Las investigaciones han tenido como punto de partida la siguiente pregunta: ¿en qué medida los medios de comunicación pueden configurarse como objetos de mediación y, por consiguiente, en ámbitos de agregación juvenil?⁵¹ La literatura generada al respecto indica que ciertos objetos de mediación (programación televisiva y radiofónica, música *rock*, revistas, entre otros) sirven a los jóvenes para reconocerse comunes entre sí y configurar ámbitos de agregación propios.⁵²

Como resultado, se ha observado que la televisión es el medio de comunicación masiva más vinculado a la juventud. El consumo televisivo efectivamente constituye un objeto de mediación porque, por su intermedio, las personas acceden a determinados códigos de interacción e información que se uniforma y los capacita para relacionarse con los nuevos recursos para, de esta manera, reconocerse como parte de una comunidad que los diferencia de otros. Asimismo se señala que los medios son referentes significativos en la unificación de las culturas de los jóvenes actuales –sea por identificación, apropiación crítica o por rechazo a los estereotipos culturales juveniles que propone la cultura hegemónica–. Las identidades se construyen y expresan a través de estilos de vida distintos, localizados principalmente en los tiempos y espacios de ocio.

Los enfoques que predominan están situados en una perspectiva donde la cultura se entiende como un espacio o un campo poblado de intereses, donde se producen objetos culturales, se los hace circular y llegan a ser consumidos. Ubicados en esa premisa, la dife-

⁵¹ Maritza Urteaga, "Formas de agregación juvenil" en José Antonio Pérez Islas (coord.), *op. cit.*

⁵² En este sentido apuntan los siguientes trabajos: Rossana Reguillo, *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, ITESO, Guadalajara, 1991; Rossana Reguillo, "Socialidad y medios de comunicación. Notas para pensar una relación no evidente", en *Visión 5*, UAM-Xochimilco, México, 1995; Maritza Urteaga "Identidad y jóvenes urbanos", en Sevilla A. y Miguel Ángel Aguilar (coords.), *Estudios recientes sobre cultura urbana en México*, INAH/Plaza y Valdés, México, 1996; David B. Urzúa, "Juventud, socialización y medios de comunicación. La crisis en las pantallas", en *Jóvenes*, revista de estudios sobre juventud, Causa Joven/Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, México, abril-diciembre, 1998; José Manuel Valenzuela, "Ámbitos de interacción y consumo cultural", en Néstor García Canclini y Mabel Piccini (coords.), *El consumo cultural en México*, CNCA, México, 1993.

rencia entre los trabajos radica en el aspecto que priorizan: en la producción, circulación o consumo de los bienes culturales.

Con base en la revisión, se puede afirmar que las líneas de investigación generadas hasta el momento han iniciado el camino que lleva a la identificación del consumo cultural y la vida política en un marco común de interpretación. Si se acepta que la mediación de los mensajes públicos constituye una forma emergente de ciudadanía, una forma emergente de vida en la *polis*, entonces la participación política y las formas de la cultura cívica pueden relacionarse con el consumo cultural.

Consideradas como discursos, tanto la política como las concepciones dominantes de la vida cívica son también objetos culturales, que son consumidos, que poseen capacidades variables de interpelación y de constitución de identidad. La construcción de la democracia, la participación política y el carácter cívico de los comportamientos cotidianos constituyen igualmente una narrativa, un objeto cultural inmerso en los mismos procesos en que se ubican todos los demás objetos de este tipo. No importa si la política posee una esencia distinta que la hace no ser "una narrativa más"; lo es en términos prácticos y, sobre todo, en lo que respecta a los procesos de significación de quienes se hallan arraigados en la vorágine del consumo cultural.

Indice

2. La política y lo cívico en los jóvenes

La vida de los jóvenes: una construcción social

LA CONDICIÓN JOVEN no es un hecho natural o neutral: se inscribe en el terreno de la lucha acerca del sentido que define a las relaciones sociales y posiciones en una sociedad y un tiempo determinados.¹ La palabra juventud, cuyo significado parece ofrecerse fácilmente por cuanto aquélla se presenta como depositaria de la edad y por ende perteneciente al campo del cuerpo, al reino de la naturaleza, conduce, sin embargo, al indagar en su capacidad clasificatoria y en los ámbitos de sentido que invoca, a un terreno complejo en el que son frecuentes las simplificaciones y ambigüedades. Los nombres y rótulos mediante los cuales se identifica a individuos o situaciones están cargados de connotaciones específicas que responden a la lógica de las visiones existentes. El que hoy día la imagen predominante de los jóvenes esté asociada a determinada figura estética o a comportamientos marcadamente diferenciados de los otros segmentos poblacionales es el resultado de esta mecánica de construcción social de la realidad. Y en este espacio de lucha por la construcción de la realidad de los jóvenes se encuentran diversos actores o fuerzas en competencia por imponer su visión del ser joven.

Convertir en objeto de investigación la vida o el mundo de los jóvenes² supone la tarea de identificar el proceso por el cual esa realidad, aparentemente inequívoca, ha sido objetivada y convertida en una referencia de sentido común. El hecho de que parezca ociosa la pregunta acerca de quiénes o qué son los jóvenes implica que ha tenido éxito una larga tarea de objetivación de esa categoría. Saber reconocer a un joven en la época actual es un indicador claro de que el sistema clasificatorio que se emplea para organizar las categorías sociales ha rendido frutos: se reconoce a un joven en cuanto se vuelve posible relacionar un hecho material, como tener frente a sí a un joven, con ese esquema.

Se denomina *construcción social* al hecho de que los procesos cognoscitivos que tienen lugar en la sociedad obedecen a la elaboración de categorías y esquemas clasificatorios que, si consiguen hacerse dominantes, dotan de un cierto aire de familiaridad a los objetos "reales"; los hacen autoevidentes.³ Los enfoques que en ciencia social insisten en

¹ Cfr. Michel Maffesoli, *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*, FCE, México, 1993.

² Estas dos expresiones se usan de manera indistinta a lo largo del apartado.

³ El constructivismo social pertenece a un antiguo linaje que puede rastrearse inequívocamente a partir de la obra de Kant. Un texto que puede considerarse clásico en la ciencia social es el de Peter Berger y Thomas Luckman,

indicar los procesos de construcción social de la realidad adquieren pertinencia en cuanto permiten, por un lado, evitar las nociones naturalistas y autoevidentes de ciertos fenómenos –como en el caso de los jóvenes– y, por otro, dan la pauta para reconstruir los procesos por los cuales determinadas construcciones llegan a convertirse en dominantes. La definición de ciertas realidades no se reduce, entonces, a un mero reconocimiento de su ser fáctico, como si se tratara simplemente de situaciones en que el lenguaje empleado para establecer tales definiciones sólo pusiera en marcha su función denotativa: las definiciones se *establecen* y por ese medio suponen determinados procesos por los cuales lo han conseguido. Esto lleva a afirmar que no todos poseen los recursos para conseguir establecer o estipular una definición que se ha vuelto socialmente dominante. Algunas definiciones son inherentemente conflictivas, y no parece haber razones para suponer que la actividad científica funciona como un tribunal en que se dilucida la mejor definición. Las comunidades científicas participan de los procesos de construcción social de los objetos. Las tareas de la ciencia social tienen que ver más con la reconstrucción de los procesos de construcción social de los objetos sociales que con la tarea de encontrar "esencias" que estén más allá de las luchas por imponer definiciones y esquemas de categorización.⁴

De acuerdo con lo anterior, el primer acercamiento a los jóvenes está dirigido a combatir la apariencia natural y autoevidente de los hechos a que se refiere el discurso. Pues bien, los jóvenes se encuentran en este caso: no hay nada natural ni evidente en esta categoría. La vida o mundo de los jóvenes es una construcción social.⁵ Cabe suponer, por tanto, un abanico de observaciones típicas en que se materializa esta construcción. Si se pregunta a cualquier persona qué es un joven, algunas de las posibles respuestas serían las siguientes:

La construcción social de la realidad, Amorrortu, Buenos Aires, 1993. El constructivismo en la actualidad recorre otros parajes; véase, como ejemplo, Kenneth J. Gergen, *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*, Paidós, Barcelona, 1992.

⁴ Por tal razón este punto no está necesariamente relacionado con las discusiones sobre la "neutralidad científica". Hablar de construcción social no equivale a asumir que tales procesos son arbitrarios. Se puede asumir, con Luhmann, que la ciencia social es una actividad dirigida a elaborar *observaciones de segundo orden*, esto es, observaciones de la forma en que los demás –los sistemas– observan. Véase de este autor *Complejidad y modernidad: de la unidad a la diferencia*, Trotta, Madrid, 1998.

⁵ En el trabajo de Giovanni Levi y Jean Claude Schmitt (*Historia de los jóvenes*, Taurus, Madrid, 1996), se demuestra claramente cómo la construcción de la categoría jóvenes ha sido planteada de diversas maneras en las diversas regiones y por las diversas culturas: lejos de ser un referente natural es producto de condiciones histórico-sociales vigentes. No siempre ha existido una edad propia que separa la niñez del estado adulto. El territorio propio de la juventud ha sido un espacio abierto a la escritura del poder y de las ilusiones.

- Joven es aquel que está allá en la esquina (de esta manera estaría dando prioridad al aspecto físico);
- Joven es la persona que tiene entre unos 15 y unos veintitantos años (con lo cual estaría utilizando el criterio etario);
- Joven es sinónimo de problemas e inmadurez (con lo que, al igual que en los dos casos siguientes, se resaltan las connotaciones de la noción, por encima de la denotación);
- Joven es alguien rebelde y contestatario;
- Joven es alguien divertido y "buena onda".

Como puede advertirse, cada una de estas respuestas hace referencia a situaciones y características diferentes, las cuales están alimentadas por las distintas visiones en competencia por la construcción del "mundo de los jóvenes". He aquí el segundo aspecto que vale la pena destacar: las perspectivas objetivantes de la juventud participan de un proceso caracterizado por una lucha que transcurre en el terreno de los significados y los significantes –en suma, en el campo de los signos– y que se esfuerzan por imponer o convertir en dominante cierta imagen y ciertas connotaciones del hecho denotado. Las perspectivas objetivantes reflejan las posiciones de actores que compiten por ubicarse favorablemente en esta construcción simbólica de la realidad. Cruzado por distintas definiciones que tratan de imprimirle su particular sentido a dicha categoría, el "mundo de los jóvenes" puede concebirse como el producto, continuamente cambiante y sujeto a constantes revisiones, de un campo de lucha en el plano del sentido.⁶ Como lo apunta Reguillo, "la mutabilidad de los criterios que fijan los límites y los comportamientos de lo juvenil, está necesariamente vinculada a los contextos sociohistóricos, producto de las relaciones de fuerza en una determinada sociedad".⁷

La denotación dominante se sustenta en un criterio etario, a su vez basado en una medida tan inequívoca como la edad. Este criterio parte de la premisa de que ser joven está asociado a un periodo de la vida o a un momento del desarrollo biológico. La edad es el

⁶ Los jóvenes son vistos de diversas maneras. "Para ciertas 'lecturas', los jóvenes son desechables en tanto sujeto político, motivo de 'apañón' y de sospecha; botín electorero en tiempos de secas; espejo vergonzoso de la sociedad; objetos de reglamentos y planes; y, lamentablemente, objetos –que no sujetos– de los discursos conmovedores de funcionarios y primeras damas en turno. Desde otras 'lecturas', los jóvenes son vistos como personajes de novelas y películas, emblemas libertarios, potencia pura". Rossana Reguillo, "Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión", en Gabriel Medina Carrasco (comp.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000, p. 38.

⁷ *Ibid.*, p. 21.

punto que sirve de base para la clasificación social. La juventud es una categoría etaria, y por tanto objetivable en el plano de las mediciones. A partir de lo anterior suele identificarse a los jóvenes como aquellos individuos que están comprendidos entre los 12 y 29 años.⁸

La denotación supone diferenciación. La "vida de los jóvenes" se presenta como una construcción claramente diferenciada de otras esferas de la sociedad. Si se puede hablar de la vida de los jóvenes, ello obedece a que se trata de una categoría que ha logrado diferenciarse de las demás. En la línea argumental seguida hasta aquí, la vida de los jóvenes es un significado que determinados actores han conseguido establecer con éxito en las visiones dominantes de la sociedad. Este significado de la juventud, culturalmente diferenciado, coincide con el hecho de que los jóvenes son objeto de interés. ¿Quiénes pueden encontrar *interesante* lo que sucede con los jóvenes? Los jóvenes son población objetivo para ciertos programas de gobierno; son objeto de preocupación para los puntos de vista que llevan a la vida pública las preocupaciones familiares; son objeto de interés por parte de los movimientos sociales, los partidos políticos, las organizaciones religiosas, entre otras muchas perspectivas más.⁹

En especial, los jóvenes son objeto de interés para el punto de vista que los ha construido como segmento de mercado. El hecho de que existan bienes específicamente destinados a los jóvenes (ropa, lectura, programas televisivos) supone ciertas características de su "gusto", lo cual a su vez supone una diferenciación culturalmente aceptada de la vida

⁸ Éste es el criterio adoptado por el Instituto Mexicano de la Juventud; sin embargo, existen otros límites de referencia. Por ejemplo se encuentran los criterios oficiales generados en las distintas dependencias de la administración pública. Para el INEGI la población joven es aquella comprendida entre los 15 y 29 años de edad, a su vez Conapo considera que los jóvenes están ubicados en el rango de 15 a 24 años. A pesar de que dichos organismos públicos enfatizan el factor etario para identificar a los jóvenes, su criterio varía en fijar los límites inferior y superior de su clasificación. No hay un acuerdo unánime entre los especialistas en cuanto a ubicar a los jóvenes en un mismo rango, puesto que algunos ubican, dentro de ese universo comprendido en la juventud, a los adolescentes. Tal es el caso de la Organización Mundial de la Salud, la cual establece que la etapa previa a la juventud es la adolescencia; ésta se integrará por las mujeres y hombres que tienen de 10 a 19 años. O también Conapo establece que la juventud está comprendida entre los 15 y los 24 años, en tanto que la adolescencia abarca de los 15 a los 19 años. Esto ha motivado confusión en la interpretación temática. Mientras que para algunos la adolescencia y la juventud son sinónimos, para otros resultan ser antónimos. Ahora bien, estas discrepancias (con efectos de la mayor importancia en cuanto a población destinataria de programas o mediciones) existen sobre un trasfondo de acuerdos, especialmente el acuerdo tácito de que la mejor forma de identificar a los jóvenes es el medio inequívocamente objetivo de la edad. Ese trasfondo constituye la construcción social dominante por cuanto no está sujeto a discusión ese criterio, que de este modo posee la fuerza de lo autoevidente; tiene de su parte las fuerzas que han dominado en construir las ideas de "sentido común".

⁹ Por esta razón, los enfoques que privilegian los procesos de formación de identidad entre los jóvenes están prácticamente forzados a reproducir o reconstruir los procesos dominantes de construcción social de los jóvenes, tan constitutivos de identidad como lo que sucede en su fuero interior.

de los jóvenes. El segmento de mercado constituido por la población joven supone una construcción social establecida de esa categoría. El proceso de esta construcción y de su aceptación suponen, a su vez, instrumentos con la capacidad de difundir y establecer significados. Esto hace verosímil la tesis de que los actores interesados en conquistar ese segmento de mercado han contribuido a forjar dicha construcción elaborando una imagen de la vida de los jóvenes en que sus productos serán aceptables, legítimos y demandados.¹⁰

Pues bien, todos esos puntos de vista que encuentran interesante lo que sucede con los jóvenes son actores insertos en el proceso de construcción social de la categoría. Las perspectivas objetivantes participan en un campo donde lo que está en juego es la ubicación exitosa de un cierto significado socialmente aceptado.

En este campo de lucha simbólica por el predominio de sentido, hay una visión dominante –o un conjunto de visiones dominantes– sobre la vida de los jóvenes, una definición con pretensiones homogeneizantes, una definición que destina a sus receptores una forma de vida que se presume "normal", que adquiere rango de *norma*, es decir, con efectos públicamente vinculantes, si bien no reconocidos necesariamente por las legislaciones locales o nacionales.

Por lo anterior la transición de los procesos denotativos –donde la lucha es prácticamente inexistente– a los de producción de connotaciones es bastante fluida. No basta con obtener un arreglo acerca de qué va a ser considerado un joven: se requiere además determinar qué comporta el serlo. ¿Qué significados lleva añadida esa categoría, denotativamente inequívoca, de los jóvenes? En lo que sigue se examinan brevemente dos grandes bloques de perspectivas objetivantes que han participado en el proceso de construcción social del mundo de los jóvenes.¹¹

¹⁰ Tesis que Maritza Urteaga ("Identidad y jóvenes urbanos", en Amparo Sevilla y Miguel Ángel Aguilar Díaz (coords.), *Estudios recientes sobre cultura urbana en México*, Plaza y Valdés, México, 1996, p. 124) plantea en los siguientes términos: "Los estereotipos contruidos socialmente sobre lo que es ser joven son lo que ahora denominamos representaciones sociales, imaginarios colectivos. Una parte de los mismos está construida por el mismo quehacer de los sujetos, en este caso, los y las jóvenes; pero otra parte de ellos está construida desde las instituciones sociales [...]".

¹¹ Para una revisión amplia de los rubros contemplados sobre el tema, véase José Antonio Pérez Islas, *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999*, Instituto Mexicano de la Juventud-SEP, México, 2000; en el documento se hace un repaso de los estudios elaborados sobre la juventud durante los 13 años de referencia. Además puede consultarse Gabriel Medina Carrasco (coord.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000.

Perspectiva institucional

Aquí se inscriben todas aquellas visiones de las instancias gubernamentales o, en general, oficiales, que se ocupan del mundo de los jóvenes. Todas ellas, aun cuando buscan la interpelación de los jóvenes desde distintas lógicas y con motivos diversos, forman parte de un cierto tipo de discurso o perspectiva con varios aspectos en común.

Las áreas donde se pueden identificar los fragmentos del discurso oficial referidos a la juventud abarcan aspectos concernientes a educación, salud, empleo, así como al ámbito jurídico-político.¹² En el campo escolar, la idea o imagen de los jóvenes está elaborada en torno a su formación, preparación y posterior inserción en el campo laboral. Para esta perspectiva, la juventud representa una fase de la vida en que se prioriza la adquisición de conocimientos y habilidades tendientes a potenciar su desarrollo motriz-intelectual, de manera que esté en posibilidades de desempeñarse eficaz y eficientemente en su futura trayectoria productiva. Como puede advertirse, la juventud está pensada desde el punto de vista de la transitoriedad, la preparación y la implícita carencia para acceder a estadios subsiguientes y superiores.

Vinculado a lo anterior, en el espacio laboral la cuestión de los jóvenes está asociada a las habilidades y destrezas requeridas para insertarse en el mercado del trabajo. Mientras la escuela constituye, primordialmente, el ámbito de la calificación, el trabajo es la instancia de la productividad y la producción. Desde los ámbitos escolar y laboral, los jóvenes son visualizados como individuos que deben someterse a un proceso de certificación social hasta que se les conceda el grado de adulto. Los jóvenes representan un sector en formación para la plena y funcional inserción a la sociedad.

En la esfera de la salud el mundo de los jóvenes está asociado al consumo de alcohol, drogas y otros fármacos, además de aspectos concernientes a su sexualidad. Las campañas masivas que se despliegan periódicamente ponen en claro no sólo la existencia de esta perspectiva, sino la importancia que se le concede. El personaje drogadicto o "descuidado"

¹² En el Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 el tema de la juventud se ubica en el área de desarrollo social y humano. La estrategia focal que fija las líneas rectoras de acción de la política gubernamental señala que se buscará "impulsar integralmente a los jóvenes al desarrollo del país, por medio de una política nacional de juventud que permita promover las oportunidades de este grupo, así como formular una política incluyente e impulsar la apertura de oportunidades para el desarrollo humano, social y productivo de los jóvenes mexicanos como actores estratégicos del país. Esto les permitirá integrarse plenamente y contar con canales de comunicación para expresarse". A partir de esta directriz se impulsarán las políticas que atiendan las problemáticas de este segmento poblacional.

que no usa algún método anticonceptivo es, casi invariablemente, un joven. El mundo de los jóvenes se reduce a una dimensión de protección y cuidado para evitar que incurra en situaciones perniciosas. Por ello los principales programas en la materia tienen como objetivo principal proporcionar atención a los problemas de salud, en los que destacan el uso de medicina preventiva y el apoyo a los programas de orientación en materia de salud mental, adicciones y de control natal.

Desde el punto de vista que corresponde al área jurídico-política, durante esta etapa se marca el inicio del estatus de ciudadano. En la juventud se adquieren los derechos y las obligaciones para participar en los asuntos de la vida pública institucional. El joven deja de ser concebido como un ser encerrado en su esfera privada y pasa a convertirse en un sujeto político, con toda las implicaciones que esto significa (por ejemplo, participar en las elecciones). Desde el punto de vista del sentido común que cristaliza en el ámbito jurídico-político, condición de los jóvenes es —y debe ser— objeto de reglamentos y normas jurídicas; por eso en la legislación penal se contemplan apartados específicos para castigar conductas delictivas y uno de los criterios de imputabilidad es precisamente la edad, convertida en este caso en frontera que distingue las formas en que ha de actuar el poder público.¹³

En conjunto, la perspectiva institucional concibe el mundo de los jóvenes como un estado legal y social al que es necesario disciplinar, someter y proteger. Lo que caracteriza a esta perspectiva es el hecho de que se encuentran enfrentados, por un lado, el enfoque que puede denominarse tradicional (ortodoxia cultural traducida a estipulaciones jurídicas), que presuntamente reproduce el punto de vista —también estereotipado— de la familia y, en particular, de los padres; y por otro lado, en calidad muchas veces de dominado, el enfoque heterodoxo o innovador, que enfrenta las construcciones petrificadas o tradicionales e intenta colocar como representación dominante nuevas formas de ser joven. Cualquiera que sea el caso, a partir de la perspectiva institucional los jóvenes quedan colocados en condición de objeto de políticas o población objetivo: un *sector* vulnerable que debe recibir acciones compensatorias, servicios o ambos, o bien que requiere ser concebido y construido de formas alternativas (típico enfoque heterodoxo).

Las características anteriores de la perspectiva institucional se pueden advertir claramente mediante la revisión de los objetivos perseguidos por las instituciones que se han encargado históricamente de la juventud. En 1942 se crea la Oficina de Acción Juvenil

¹³ Por ejemplo, la tipificación de los delitos y penas que se establecen en el Código Penal aplican a partir de los 18 años, sin ninguna distinción adicional; otra figura incorporada es la de menor infractor (que incluye personas mayores de 11 y menores de 18 años de edad).

dependiente de la Secretaría de Educación Pública, la cual básicamente fue concebida como un espacio de representación política de las agrupaciones estudiantiles que reclamaban una atención gubernamental específica. Los jóvenes adquieren presencia institucional mediante dicho organismo. Pero esta representación abarcaba a un grupo reducido de la juventud: los universitarios y sus organizaciones intermedias.¹⁴ La imagen hegemónica de la juventud es la que atañe a los estudiantes. Más tarde, en 1950, se crea el Instituto Nacional de la Juventud Mexicana, cuya población objetivo serían los jóvenes de entre 15 y 25 años de edad. Este organismo centró sus líneas de acción en torno a la capacitación para el trabajo, capacitación cultural, capacitación ciudadana y capacitación física. El mundo de los jóvenes, durante los casi 20 años de existencia de este organismo, se concibió como una etapa que necesita programas de preparación y capacitación para asegurar su plena inserción a las diversas instancias sociales. La juventud se asoció a los conceptos de incapacidad, inexperiencia e incompetencia. Por ello, se requería capacitar a este segmento poblacional; hacerlo apto para que fuera un trabajador, un estudiante, un ciudadano y un deportista.

En 1970 se buscó construir una nueva imagen del organismo encargado de la juventud. Conservó el mismo nombre, pero cambiaron sus siglas (de INJM a Injuve). Se dio prioridad a la impartición de cursos con el propósito de mejorar la instrucción de los jóvenes y también se consideró el deporte y la recreación como actividades de mayor atención. Tal parecía que ofreciendo deportes, cursos de extensión universitaria y recreación se podían desactivar las causas que habían originado el movimiento de 1968. Sin embargo, estas medidas no tuvieron impactos importantes:

[...] se estableció así una separación entre jóvenes e instituciones, hecho que, aunado al debilitamiento del modelo económico y al inicio de la crisis generalizada, hizo que las nuevas generaciones caminaran cada una por su cuenta. Así la década de los setenta se caracterizó por la construcción cultural de los jóvenes en cuanto a las conductas, el rock, la marihuana y la cultura alternativa, mientras que el INJUVE organizaba vueltas ciclistas, promovía el cumplimiento del servicio militar y mucho deporte.¹⁵

La perspectiva institucional no presentaba alternativas reales a su amplio y diversificado mundo. A los jóvenes se les percibía sólo como individuos carentes de potencial propio;

¹⁴ José Antonio Pérez Islas, "Historia de un amor como no ha habido otro igual...", en Rafael Cordera y Ricardo Becerra (coords.), *México joven. Política y propuestas para la discusión*, UNAM, México, 1996.

¹⁵ *Ibid.*, p. 77.

se pensaba que bastaban unas cuantas medidas accesorias para remediar su malestar. En 1977 se expide el decreto que da paso al Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (Crea), cuyo objetivo principal consistió en fomentar el desarrollo integral de los jóvenes y su preparación para que asumieran sus responsabilidades en los procesos de cambio. Se enfocó a buscar la participación de la sociedad para procurar distintos espacios a la juventud. Asimismo, se habló por primera vez de una política nacional para los jóvenes, donde se considerara en toda su amplitud y heterogeneidad el significado de dicha categoría. Sin embargo, como señala José Antonio Pérez Islas,¹⁶ mantuvo algunos rasgos de sus antecesores, como no separar las actividades deportivas de sus prioridades, acentuar el carácter político partidista de algunas de sus acciones y no superar el carácter asistencialista de ciertos programas.

El inicio de la administración salinista significó el fin del Crea. Las actividades de la juventud fueron reubicadas al área deportiva. A través de la Dirección General de Atención a la Juventud (dependiente de la Comisión Nacional del Deporte), se trazaron las políticas institucionales en la materia. Las principales líneas de acción se encaminaron a la organización y participación, la promoción social y el bienestar económico y la recreación. Una vez más el mundo de los jóvenes se acotó a actividades poco significativas de su quehacer cotidiano. El desencuentro entre su realidad y el discurso institucional entró en una etapa de acentuación mayúscula. En 1996 se autoriza la creación de la Dirección General Causa Joven, instancia que buscó un mejor posicionamiento entre los diversos sectores de la juventud. Principalmente se aplicaron medidas de descentralización, tanto en materia de recursos como en la operación de las acciones sustantivas, para buscar una mayor integración entre las diversas instituciones gubernamentales con trabajos similares.

Finalmente el 6 de enero de 1999 entró en vigor el decreto que expide la Ley del Instituto Mexicano de la Juventud, en la cual se define el carácter eminentemente normativo del Instituto y su función de coordinación de esfuerzos para alcanzar el máximo impacto y eficiencia de los recursos destinados a la atención de los jóvenes.

Este recorrido por las instituciones encargadas directamente del mundo de los jóvenes ha servido para observar la concepción que en las esferas gubernamentales ha predominado hacia este segmento poblacional. La constante que se ha advertido es que priva una visión en donde los jóvenes son objetos de políticas y la preocupación principal ha girado

¹⁶ *Op. cit.*

en torno a su aspecto formativo. En síntesis se tiene que la perspectiva institucional ha sido articulada por cuatro tendencias generales:

- Concebir la vida de los jóvenes como una etapa transitoria; una especie de enfermedad que se cura con el tiempo.
- Remitirla al futuro, creyendo que los jóvenes ya tendrán su oportunidad cuando sean adultos.
- Idealizarlos, todos los jóvenes son buenos o peligrosos, que no es más que la otra cara de la descalificación de su actuar y la preocupación de su control.
- Homogeneizar la vida de los jóvenes, persistiendo la idea de los roles totales; elaborando acciones y programas que tienen que ver con todo y a la vez con nada.¹⁷

Con la instauración del régimen democrático los jóvenes ingresan a un territorio desconocido: serán, si no es que ya son, objeto de una visión electoral. La perspectiva objetivante de los partidos políticos convertirá a los jóvenes, por medio de una aritmética movilizadora por este criterio, en simpatizantes, desafectos, votantes "duros", entre otras posibilidades. Un discurso más que habrá de ingresar al campo de la construcción institucional del mundo de los jóvenes.

Perspectiva mediática

La perspectiva mediática es una de las más poderosas en los procesos de construcción social del mundo de los jóvenes. Podría decirse que la imagen dominante de la juventud proviene de esa perspectiva. En la televisión, la radio, los periódicos y las revistas, así como en el cine están diseminados algunos de los fragmentos de la definición mediática de lo joven, una imagen que se encuentra en competencia con la otra perspectiva. Si bien la televisión, la radio, las revistas tienen lógicas propias de funcionamiento y articulación de sus mensajes, en la forma de interpretar el mundo de los jóvenes, sin embargo, se encuentra un punto en común: asumen como criterio un determinado ideal de joven. Al examinar, por ejemplo, el contenido de las revistas, la programación de las estaciones de televisión y de radio destinados específicamente a este segmento poblacional, seguramente se encon-

¹⁷ José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes e instituciones en México*, op. cit., p. 18.

trarán ciertas afinidades en la construcción del ser joven. La personalidad, el físico, el código de valores compartidos forman parte de los ingredientes de la vida de los jóvenes que después son tematizados en películas, revistas, libros, espectáculos.¹⁸ La vida de los jóvenes corre paralela al discurso de los medios: son éstos un espejo con el que la juventud se identifica o repudia.

Para la perspectiva mediática los jóvenes son una categoría que representa oportunidades de consumo, un nicho de mercado. Esto vale no sólo para la publicidad o los mensajes comerciales, sino para el consumo de los propios mensajes mediáticos. Las comunicaciones mediáticas requieren instalarse en las nociones aceptadas mayoritariamente por ese segmento: ésta es una condición necesaria de la comunicación persuasiva, como se sabe, desde la época de la retórica. La estereotipación tiende a corresponder con el uso de imágenes y nociones no cuestionadas, que habrán de emplearse posteriormente en narraciones y discursos persuasivos. La operación mediática supone colocar al receptor –en este caso al joven– en situación de admitir los supuestos del mensaje y obtener sus consecuencias mediante la introducción, por parte del receptor, de una noción que queda en estado implícito; tal es la técnica de los entimemas que se emplean en la lógica.¹⁹ Ahora bien, la estereotipación transcurre como el proceso de inserción, mediante una tarea sistemática y desplegada a lo largo del tiempo, de esas nociones, imágenes y connotaciones que habrán de funcionar posteriormente en los entimemas mediáticos, especialmente en las narrativas. En este espectro de procesos se ubica la operación de la perspectiva mediática: participa en la construcción del mundo de los jóvenes mediante la producción y reproducción continua de nociones e imágenes que adoptan la forma de sentido común, lo que cabría denominar la *doxa* dominante. Así, en las tramas de las telenovelas a la usanza dominante, la aparición –en una historia de romance entre jóvenes acomodados– de un personaje que procede de los barrios más pobres de la ciudad anticipa la presencia de problemas asociados a la delincuencia y probablemente al mundo de las drogas y el alcohol. Esta pers-

¹⁸ Es conocida la capacidad estereotipante de la operación mediática. Los medios tienden a establecer una imagen del tipo de joven que más cumple con los códigos simbólicos asumidos por la mayoría de los medios. Hay ocasiones en que los productores culturales oponen historias crudamente realistas a la tentación del estereotipo. En el cine, por ejemplo, se proyectan historias donde la vida de los jóvenes transcurre en situaciones de problemas de toda índole y carencias afectivas y materiales importantes (como en *Amores perros* o *Perfume de violetas*). Es dudoso, sin embargo, que estos casos erradiquen los estereotipos; la estereotipación no se debe sólo a los productores; también proviene de los hábitos de la recepción cultural.

¹⁹ Mediante el análisis de un cierto tipo de narrativas, las de carácter racista, Van Dijk ha conseguido establecer el funcionamiento de los entimemas en las narrativas cotidianas. Véase de este autor "Historias y racismo", en Dennis Mumby (comp.), *Narrativa y control social*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997, pp. 163-190.

pectiva anticipada, que cuenta con la participación del receptor, se hace posible en cuanto recurre a nociones e imágenes compartidas por el receptor, que forman parte de los tópicos predominantes y permiten a los productores culturales desplegar elaboradas *economías de significación*: la presentación de significantes consabidos que cumplirán un papel en la historia y que ahorran a la trama muchas explicaciones y desarrollos considerados ociosos.

Al indicar que los medios construyen a los jóvenes como una categoría que representa oportunidades de consumo hay que incluir también el hecho de que la perspectiva mediática construye al consumidor cultural promedio. Los medios no sólo proponen el consumo, sino el estereotipo del consumidor: moldea y configura su propia retroalimentación.²⁰ Los jóvenes, desde el punto de vista de la perspectiva mediática, son consumidores en su forma más general; la operación mediática, por su parte, los transforma en consumidores de signos para que puedan serlo de todos aquellos objetos que participen activamente en el mundo de los signos.²¹

La forma en que los medios se aproximan a los jóvenes e intentan involucrarlos en su discurso se ha basado en la amplificación y extensión de determinados valores –presuntamente propios– de los jóvenes en el universo de la cultura de masas. De ahí el predominio en el discurso mediático de la proyección de una figura del joven estereotipada y atractiva; si esta tarea tiene suerte, esa figura acabará siendo introyectada por los jóvenes.²² La juventud paradigmática es la que se presenta con abundancia de símbolos en el plano mediático: deportiva, alegre, despreocupada, atractiva, portadora de la última moda, entre otras características.

La construcción social del mundo de los jóvenes tiene que ver con el hecho de que determinadas nociones e imágenes se constituyen en parte del sentido común, de lo incues-

²⁰ Cfr. Raymundo Mier y Mabel Piccini, *El desierto de espejos*, Plaza y Valdés-UAM Azcapotzalco, México, 1987.

²¹ Por eso en segmentos crecientes de la juventud no basta con comprarse un pantalón: ha de ser "de marca" (es decir, ha de pertenecer a la clase de pantalones que contiene un *plus* en cuanto signo). Si se emplea el esquema tradicional que considera en una mercancía un valor de cambio y un valor de uso, es posible añadir un valor de signo, toda vez que el consumo es una actividad que participa también de la construcción y reproducción de sentido en la sociedad. Véase Scott Lash, *Sociología del posmodernismo*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

²² Sin embargo, esto no ha de tomarse como un hecho fatal: depende de las estrategias de resignificación que transcurren en los ámbitos de recepción de los mensajes. Sobre la base de haber puesto en cuestión el supuesto de la adopción acrítica de los mensajes se ha erigido la escuela de los estudios culturales, preocupada en indagar las prácticas y los hábitos de la recepción de mensajes. Véase David Morley, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1998.

tionable. Éste es un trabajo continuo que demanda mucha paciencia y el empleo de todos los recursos a la mano para elevar la probabilidad de que las imágenes y nociones penetren en los sentidos vigentes en un periodo histórico. Por lo demás, debe señalarse que la distinción entre estas dos perspectivas objetivantes no supone que una de ellas domine y anule a la otra. La perspectiva mediática, según todo hace suponer, siendo la dominante, no implica que suprima a la otra perspectiva: el proceso incluye influencias y alimentaciones recíprocas, repuntes y descalabros, éxitos y fracasos.

CUADRO 2.1.
LA VIDA DE LOS JÓVENES Y LAS PERSPECTIVAS OBJETIVANTES

| <i>Perspectiva</i> | <i>Construcción</i> | <i>Conceptos clave</i> |
|--------------------|-----------------------------------|--|
| Institucional | Joven como referente de políticas | Estudiante, trabajador, ciudadano, adicciones, sexualidad, infractores |
| Mediática | Joven como consumidor | Diversión, moda, distinción, espectáculo |

Uno de los aspectos que más llama la atención es la discordancia entre los elementos que se emplean en las construcciones dominantes y las condiciones que muchos jóvenes enfrentan día con día. Se les interpela como estudiantes cuando las cifras oficiales señalan que un importante porcentaje de ellos ya no asiste a algún recinto educativo;²³ se les convoca a incorporarse a la vida productiva cuando el desempleo es una constante que acompaña a este sector de la población;²⁴ se les habla de participación cuando en las instituciones sociales prevalece una visión vertical y jerárquica en la toma de decisiones;²⁵ se les invita a ejercer su derecho a elegir a las autoridades políticas cuando los partidos políticos no ofrecen alternativas atractivas y conforme a sus necesidades;²⁶ se les seduce para adquirir los

²³ Véase Instituto Mexicano de la Juventud, *op. cit.*

²⁴ Véase J. Eatwell, *Global Unemployment: The Lost of Jobs in the Nineties*, Sharpe, Nueva York, 1996.

²⁵ Por ejemplo, en la escuela prevalece la idea de que el hecho de trabajar con jóvenes, y por ende con sujetos conflictivos e irresponsables, es motivo más que suficiente para sobrevalorar la norma para controlar su conducta.

²⁶ *Cfr.* Ricardo Becerra Laguna, "Participación política y ciudadana de los jóvenes", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *op. cit.*

más variados productos cuando su nivel de ingresos constituye un obstáculo para hacerlo. Habiendo suficientes elementos para indicar fenómenos de "disonancia cognoscitiva", de acuerdo con la expresión clásica de Festinger,²⁷ las construcciones siguen siendo dominantes. Por ello se afirma que la trayectoria "típica" de la juventud se ha quebrado en los hechos. Los circuitos de su transición a la plena inserción social (familia-escuela-empleo-participación) se han alterado.²⁸

Los discursos interpelan a los jóvenes desde ciertos significantes claves: estudiar, trabajar, participar, votar y consumir. Estos discursos proponen identidades diferentes. Así el joven es interpelado como estudiante, trabajador, participante, votante o consumidor. De tal repertorio algunos son visualizados con mayor intensidad. Es decir, en el proceso de su construcción identitaria, los jóvenes seleccionan los discursos que tienen mayor significación para ellos. En este proceso de interpelaciones múltiples, el discurso mediático se ha convertido en el de mayor aceptación entre este grupo poblacional. Es más común que cualquier joven se identifique como alguien divertido, desenfadado, que como votante o trabajador. Así puede afirmarse que el discurso mediático se ha convertido en el discurso que ofrece más elementos de identidad a la juventud. En el cuadro 2.2 se confirma claramente esa situación.

CUADRO 2.2.
LO QUE DEFINE AL JOVEN

| <i>Características</i> | <i>Porcentaje</i> |
|--|-------------------|
| La apariencia y la moda | 52.8 |
| El lenguaje, la música y los gustos | 17.7 |
| La conciencia, las responsabilidades y el compromiso | 11.9 |
| La fuerza y la agilidad | 10.8 |
| Los recursos económicos y la posesión de bienes | 6.8 |

Fuente: Encuesta Nacional de Juventud 2000, *op. cit.*

²⁷ Leon Festinger, "La teoría de la disonancia cognoscitiva", en Wilbur Schramm, *Las ciencias de la comunicación humana*, Grijalbo, México, 1982.

²⁸ "Quizá hasta la década de los setenta persistía en el imaginario social, que el tránsito de las nuevas generaciones hacia la adultez tenía que ver con el circuito que empezaba en la familia, continuaba en la escuela y de ahí al empleo y a la participación social y política. Si este meta-destino se producía sólo en ciertos sectores sociales o competía únicamente a un grupo muy particular de jóvenes, no importaba, en el horizonte significativo de la mayoría de la nación, se aceptaba que éste era el camino más adecuado de obtener certificación social. La década de los ochenta y la acentuación y sistematicidad de las crisis en los noventa, configuraron un panorama donde este imaginario se fue desdibujando para amplios sectores juveniles de la sociedad". Véase Instituto Mexicano de la Juventud, *Encuesta Nacional de Juventud. Documento marco*, mimeo, México, diciembre de 1998, p. 6.

De acuerdo con los datos, la construcción dominante de los jóvenes está relacionada con la portación de signos: más de la mitad respondió que la apariencia y la moda. Para un segmento importante de jóvenes, los signos-valores generados en el discurso mediático son parte importante de su proceso de construcción identitaria. El prototipo dominante de la vida de los jóvenes construido en los medios de comunicación (asociado a la alegría, a los deportes, a la despreocupación, a la belleza, a las ropas de moda, a los romances, entre otros elementos) se ha convertido en los hechos en la construcción hegemónica. Además si se toma en cuenta que el lenguaje, la música y los gustos siguen en orden de importancia, no quedan dudas del impacto que ejercen los medios entre la juventud.

Para acercarse provechosamente al mundo de los jóvenes ha sido preciso dar este rodeo, consistente en un conjunto de observaciones de segundo orden. La construcción dominante de la vida de los jóvenes se sitúa en la lógica de la producción de sentido de los productores culturales. Los discursos dominantes son materializaciones de perspectivas *objetivantes hegemónicas* que constituyen aquello que refieren; los discursos son, entonces, objetos de una cierta forma de apropiación: ingresan al circuito de los significados dominantes que se reproducen, en mayor o menor medida, en las prácticas cotidianas de las personas. El consumo cultural²⁹ de los jóvenes revela el proceso y los productos de generación de significados en un entorno de explosión de signos. Cuando los partidos políticos y los profesionales de la política son incapaces de interpelar con éxito a los jóvenes para que se interesen en la política, cuando las instancias gubernamentales advierten con impotencia su inoperancia para responder a las crecientes demandas de la juventud, cuando los metarrelatos y los metadestinos que prevalecieron y proporcionaron sentido a las trayectorias de la juventud han sido desdibujados, se impone plantear otros escenarios para entender la vida de los jóvenes y sus concepciones de la política, de lo social y en general de su imaginario colectivo.³⁰

Indice

²⁹ En el capítulo 3 se expone de manera amplia este concepto.

³⁰ El imaginario colectivo hace referencia al proceso de creación incesante y esencialmente indeterminado (social, histórico y psíquico) de figuras, formas e imágenes, y sólo a partir de éstas puede tratarse de algo. Véase Cornelius Castoriadis, *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, Barcelona, 1983.

El lugar de la política y lo cívico entre los jóvenes

Elementos para una reconstrucción histórica y conceptual

Es común encontrar la afirmación de que la política es una actividad que no genera entusiasmo ni adhesión entre amplios sectores de los países contemporáneos. Éste es un fenómeno que caracteriza lo mismo a regímenes democráticos de largo historial³¹ como a regímenes políticos que en las tres últimas décadas han transitado de situaciones autoritarias a condiciones competitivas y de alternancia en el poder.³² Esto significa que lejos de ser un fenómeno propio de los países recién ingresados (o en algunos casos reingresados) a la órbita democrática, es una situación que también priva en lugares con amplia tradición democrática. Pero cuando se emite tal juicio, ¿qué se entiende por política?

En general los datos que se han privilegiado para emitir tal veredicto consisten en la revisión de los índices de participación electoral, la desconfianza manifestada hacia las instituciones formales del quehacer político (principalmente los partidos) y la identificación negativa con los personajes visibles de la esfera política. La información que se emplea para obtener esta visión de conjunto se refiere al fenómeno político en el entendido de que se trata de un "quehacer", una práctica claramente diferenciada de otros ámbitos de la vida social. Debe suponerse, por tanto, que hay una comprensión intuitiva y dominante de la política, al igual que con "el mundo de los jóvenes". Si ya antes se ha argumentado en el sentido de que ese mundo es una construcción social y que dicho proceso está generado por perspectivas objetivantes que han reivindicado con éxito el establecimiento de un conjunto de imágenes y connotaciones en el sentido común, lo mismo vale para *la política*. Al igual que en el primer caso, la denotación aparentemente inequívoca de "la política" supone un acuerdo generalizado que se traduce en el hecho aparentemente ocioso de preguntar por lo que ese fenómeno simplemente "es". Pues no se trata de indagar esencias, sino de reconstruir, así sea de manera breve, el proceso de construcción y asentamiento de una cierta visión de la política.

En este punto puede no resultar ocioso recordar que el término, originalmente derivado del adjetivo *polis*, que significa lo referente a la ciudad –ciudadano, civil, público, así

³¹ Cfr. Joan Font, y Rosa Virós (eds.), *Electoral Abstention in Europe*, Institut de Ciències Politiques i Socials, Barcelona, 1995.

³² Larry Diamond y otros (eds.), *Democracy in Developing Countries: Latin America*, Lynne Rienner Publishers, Boulder, 1999.

como sociable y social—, se transformó paulatinamente hasta llegar a la actualidad como un concepto que hace referencia a la actividad o conjunto de actividades que de alguna manera tienen que ver con el Estado. De acuerdo con ciertas reconstrucciones históricas de la semántica moderna, lo social y lo político eran dos instancias que se encontraban originalmente unidas. El animal político era tanto el individuo que atendía los asuntos domésticos, como el ser que participaba en la plaza pública, espacio por excelencia de la democracia ateniense. No había una separación entre la vida privada y la acción pública. La política, pues, hacía referencia a todos los asuntos que tenían lugar en la *polis* (ciudad). Siglos después, esta noción amplia de política habría de sufrir un proceso de diferenciación y reducción interpretativa. En efecto, en la Edad Moderna el término perdió su significado original para circunscribirse únicamente a la *res publica* (la cosa pública). De esta manera se da una distinción entre lo privado y lo público, entre lo social y lo político, entre el interés particular y el interés general. La sociedad moderna, mediante ésta y otras distinciones, ha construido una visión de la política diferenciada de otros ámbitos, órdenes o sistemas, según el aparato conceptual que se utilice para designar este proceso de diferenciación.³³

En la sociedad contemporánea uno de los puntos a que ha llegado el proceso de diferenciación recientemente apuntado es el de la disputa interpretativa de la democracia. Ésta se ha formulado en dos vertientes: la visión prescriptiva y la visión descriptiva.³⁴ En su acepción normativa, la democracia es visualizada como una forma de vida que redunde en el pleno desarrollo de los individuos. La democracia está asociada a valores que permitan potenciar las virtudes de los ciudadanos en aras del bien común. Para los autores que asumen esta interpretación, la democracia es, o refleja, la situación general de la sociedad; el acento está puesto en la preocupación por el desarrollo humano y social.³⁵ La democracia, así, se concibe como el conducto que permite potenciar las virtudes y capacidades del hombre; es entendida como un *ethos* y como una forma de vida que redunde de manera

³³ El tópico de la diferenciación en términos prácticos es consustancial al despliegue de la sociedad moderna, especialmente de las teorías sociológicas. De Durkheim a Parsons y a Luhmann, entre otros más, los instrumentos cognoscitivos que se han utilizado ampliamente para comprender los procesos de la sociedad moderna han recurrido sistemáticamente a la noción de diferenciación.

³⁴ Véase entre otros a Giovanni Sartori, *Teoría de la democracia*, Alianza, México, 1991; Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, FCE, México, 1996; Danilo Zolo, *La democracia difícil*, Alianza, México, 1994; David Held, *Modelos de democracia*, Alianza, Madrid, 1991, y Umberto Cerroni, *Reglas y valores en la democracia. Estado de derecho, Estado social, Estado de cultura*, CNCA-Alianza, México (Col. Los Noventa, núm. 80), 1991.

³⁵ En este sentido John Stuart Mill afirmaba que "[...] la mejora que se espera (con la democracia) es un aumento de la cantidad de desarrollo de la propia personalidad de todos los miembros de la sociedad [...], el 'avance de la comunidad' en cuanto a intelecto, virtud y actividad práctica y eficiencia [...]"

favorable en el acontecer social. Esta visión de la democracia descansa en la premisa de que el desarrollo de las personas hasta convertirse en seres virtuosos, emancipados, capaces de autodeterminarse, integra la tarea y el único fundamento del gobierno democrático. Para ello, analiza todas las instituciones y los procesos existentes con la interrogación crítica de en qué medida obstaculizan o fomentan ese desarrollo.

Frente a esta postura normativa de la democracia, se ubica otra corriente teórica que enfatiza como elemento clave del sistema democrático la existencia de reglas claras y equitativas en el juego político. Lo importante aquí no son los ideales o propósitos que se alcanzan para el desarrollo humano, sino los procedimientos que permitan la constitución de un gobierno. La libertad, la igualdad, la felicidad, el bienestar son valores deseables en el entorno social; sin embargo, no pueden constituirse en elementos definatorios de la democracia. No es a través de la consecución de ideales como debe identificarse a un régimen democrático, sino que el camino que se elige para llegar al poder debe ser el criterio preponderante de la democracia. El medio, más que los fines, es el punto central de la visión descriptiva de la democracia.³⁶

La definición que sirve de punta de lanza a tal vertiente interpretativa de la democracia es la de Schumpeter, quien la concibe como el arreglo institucional para llegar a las decisiones colectivas, en donde los individuos adquieren el poder de decidir por medio de una lucha de competencia por el voto del pueblo.³⁷ Para este autor, la democracia no significa mejores niveles de vida, ni un desarrollo armónico del ser humano; únicamente representa un método para elegir a quienes habrán de tomar las decisiones. La democracia significa un conjunto de medios (*modus procedendi*) y no un conjunto de fines (justicia). Los hechos, la realidad observable y empíricamente verificable es la premisa de la cual parte para el estudio de la democracia. Este planteamiento no apela a un conjunto de valores con pretensión de validez universal y necesaria, sino que se encamina a la descripción del orden institucional y los procedimientos propios del sistema democrático.

Este rodeo permite establecer el trasfondo sobre el cual aparece la comprensión intuitiva de la política, señalada líneas arriba. Si en su operación el sistema político requiere indicadores precisos que permitan generar decisiones vinculantes, sean las de gobierno o las

³⁶ Entre los autores que se pueden señalar partidarios de esta interpretación se encuentran Schumpeter, *Capitalismo, socialismo y democracia*, Aguilar, Madrid, 1977; Sartori, *op. cit.*; Bobbio, *El futuro de la democracia*, FCE, México, 1996; Dalh, *La poliarquía. Participación y oposición*, Red Editorial Iberoamericana, México, 1993; Huntington, *La tercera ola. La democratización a finales del siglo XX*, Paidós, Barcelona, 1994.

³⁷ Joseph A. Schumpeter, *op. cit.*

que constituyen su formación, es comprensible por qué el enfoque procedimental, centrado en los métodos y las evaluaciones susceptibles de acuerdo, se emplea sistemáticamente para instituir el proceso de denotación dominante de los regímenes democráticos.³⁸ Al igual que en otros terrenos, en cuanto inicia la producción de connotaciones se abre un espacio en el que la disputa interpretativa cobra forma.³⁹

Al ser cuestionadas acerca de su percepción de la política, las personas emplean esquemas de categorización y clasificación que, quizá sin sospecharlo siquiera, actualizan una larga historia por la cual la sociedad ha procesado semánticamente las comprensiones actuales. En las democracias modernas, la visión dominante de la política se ha entendido e interpretado en su aspecto instrumental. *La dimensión política ha sido reducida a la existencia de partidos políticos, realización de elecciones libres y competitivas, a la actividad realizada por profesionales y al espacio ocupado por las diversas instituciones del Estado*, lo cual implica el predominio de una concepción instrumental.⁴⁰ Y precisamente esta política identificada en su manifestación institucional es objeto de cuestionamientos y críticas por parte de amplios sectores sociales, incluidos los jóvenes: que los partidos políticos han dejado de ser las instancias representativas que permiten transmitir y procesar las demandas de la población hacia las instancias gubernamentales, que las jornadas electorales registran índices crecientes de abstencionismo, que los ciudadanos no confían en las principales instituciones políticas, que los profesionales de la política están asociados a corrupción y engaño. De esta manera se construye la percepción mayoritaria de que la política es una actividad que genera desconfianza y desinterés.

³⁸ "Poco después de la Segunda Guerra Mundial tuvo lugar un debate sobre [las dos concepciones de la democracia], y un número creciente de teóricos se adhirieron al concepto de democracia de procedimientos, al modo de Schumpeter. Hacia 1970 el debate había terminado, y había ganado Schumpeter". Samuel P. Huntington, *op. cit.*, p. 20.

³⁹ Y esto mismo puede conducir a revisiones periódicas del acuerdo denotativo. Pero la operación de los regímenes democráticos supone ese acuerdo, y ello estimula la adopción de definiciones mínimas.

⁴⁰ En este sentido apunta la afirmación de Mouffe de que en las democracias se ha vuelto dominante una concepción instrumentalista de la política exclusivamente interesada en el acuerdo de conveniencia entre intereses previamente definidos. Chantal Mouffe, *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Paidós, Barcelona, 1999, p. 95.

El lugar de la política entre los jóvenes

El lugar que ocupa la política en la vida de los jóvenes es marginal. Ésta es una apreciación que se puede comprobar al revisar los resultados de los distintos trabajos de campo realizados en los últimos años. En efecto, los datos empíricos de seis estudios realizados entre 1994 y 2000 son concluyentes: para amplios sectores comprendidos en este grupo poblacional la política es motivo de rechazo, desinterés y desconfianza.⁴¹ La juventud mexicana, a pesar de los importantes cambios registrados en materia político-electoral, mantiene una actitud de alejamiento hacia las actividades enmarcadas en la esfera política. A continuación se presenta un breve resumen de los principales datos que reflejan el sentir de los jóvenes hacia la política.

En 1994 predominaban entre las percepciones de la juventud síntomas de preocupación, escasa credibilidad, alejamiento y evaluación negativa respecto a los actores y actividades identificados en la esfera política. Así, los partidos políticos y el gobierno ocuparon los últimos lugares como agentes generadores de credibilidad. Mientras los primeros tuvieron una calificación promedio de 5.5, el gobierno fue evaluado con 5.8. Otros dos indicadores que ilustraron el sentir de los jóvenes hacia la actividad política son los siguientes: 47% calificó la situación política de preocupante y 43% opinó que los asuntos englobados en la agenda de la Cámara de Diputados eran del interés exclusivo de los profesionales de la política.⁴²

Dos años más tarde, en febrero de 1996, se levantó otra encuesta para indagar sobre las percepciones de los mexicanos sobre la reforma electoral en curso. Entre la población de 18 a 25 años se detectaron algunas valoraciones hacia la política. En la escala de credibilidad, los partidos políticos y el gobierno continuaron en los últimos sitios (5.4 y 5.3 de calificación respectivamente); 87% de la juventud encuestada no participaba ni era miem-

⁴¹ Dichos estudios empíricos son: Ulises Beltrán y otros., *Los mexicanos de los noventa*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México, 1996; IFE-IIS-UNAM, *La reforma electoral y su contexto sociocultural*, México, 1996; Víctor Manuel Durand Ponte, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, Miguel Ángel Porrúa-Coordinación de Humanidades, UNAM, México, 1998; Julia Flores y Yolanda Meyenberg, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE-DECEYEC, México, 2000; Instituto Federal Electoral, *Consulta infantil y juvenil 2000*, mimeo, México, 2000; Instituto Mexicano de la Juventud-Secretaría de Educación Pública, *Encuesta Nacional de la Juventud (resultados preliminares)*, Centro de Investigación y Estudio sobre la Juventud, México, 2000.

⁴² Véase Ulises Beltrán y otros, *Los mexicanos de los noventa*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México, 1996. Los datos hacen referencia a las opiniones de la población de 18 a 25 años.

bro de algún partido político; 44.6% opinó que la política no era buena ni mala y 55.4% señaló que la política contribuye mucho para tener una mejor vida.⁴³

La visión en conjunto de las cifras revisadas indica que los cambios registrados entre 1994 y 1996 se reflejaron en las diferentes apreciaciones sobre la actividad política. Por ejemplo, la mayoría de los jóvenes consideró a la política como necesaria para el mejoramiento de las condiciones de vida; sin embargo, nueve de cada 10 jóvenes no participaban o militaban en alguna organización partidista. Asimismo la valoración, en términos de credibilidad, reportó un saldo deficitario.

Para 1997 la situación era similar. En la encuesta aplicada a alumnos de la Universidad Nacional Autónoma de México se consignaron los siguientes datos: prevalecía un escaso interés de los estudiantes universitarios por la política (41.2%); la gran mayoría (87.6%) opinó que el gobierno actuaba para favorecer los intereses de unos pocos; los partidos políticos eran considerados como organizaciones que dividen a las personas (48.8%), que defienden a los profesionales de la política (61.4%) y que dificultan la participación ciudadana (57.5%) El grado de confianza hacia los partidos políticos, el gobierno y los integrantes del Congreso de la Unión se ubicó entre los de menor aceptación.⁴⁴

En los resultados obtenidos por el Instituto Federal Electoral, por medio de un estudio efectuado en diciembre de 1999, se confirmó, una vez más, el juicio desfavorable y de mínima credibilidad y confianza de la mayor parte de la población joven hacia las actividades enmarcadas en el quehacer político. En efecto, 47% de los jóvenes señaló que la situación política del país era preocupante; el interés expresado por la política fue: 51% poco, 26.5% nada y 17.5% mucho. Los cambios en la política y el gobierno fueron valorados como negativos (52% y 55.5% respectivamente). Según la percepción de los jóvenes, los partidos políticos no se hacen responsables de las demandas de sus votantes (69%) y representan mínimamente sus intereses. El nivel de confianza que generan los partidos entre la juventud alcanzó resultados desfavorables (61.5% manifestó confiar nada o poco). El 66% de la población joven encuestada señaló que no hablaba en su casa de política y 67% que no organizaría una reunión en su hogar para apoyar a un candidato de algún partido. Asimismo, 49.5% de este segmento poblacional no se interesaba por los asuntos que se discuten en la Cámara de Diputados.⁴⁵

⁴³ Véase IFE-IIS-UNAM, *La reforma electoral y su contexto sociocultural*, México, 1996.

⁴⁴ Cfr. Víctor Manuel Durand Ponte, *op. cit.* Las opiniones comprenden al rango identificado en la categoría "menos de 25 años".

⁴⁵ Cfr. Julia Flores y Yolanda Meyenberg, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE, México, 2000. Los rangos de edad considerados son: 18 a 20 y 21 a 30 años.

Finalmente se presentan los resultados de dos estudios más: la Consulta Infantil y Juvenil aplicada durante las elecciones federales de 2000 y la Encuesta Nacional de Juventud 2000. En la Consulta se consigna que entre los jóvenes de 14 a 17 años prevalece el punto de vista de que los partidos políticos no toman en cuenta los intereses de la juventud (53.2%).⁴⁶ El segundo documento aporta más indicadores respecto a la valoración prevaleciente entre los jóvenes hacia la política. Los partidos políticos y el Congreso de la Unión se ubican como las instituciones menos confiables (el porcentaje de la población encuestada que manifestó confiar en dichas instituciones fue mínimo: 0.9 y 0.8). Este dato es por demás significativo, dado el carácter nacional de la muestra. Los personajes políticos también son objeto de desconfianza (55% de la población encuestada señaló que no confiaba en ellos). Entre los temas de conversación, la política ocupa un sitio marginal. De hecho, 56.4% de los jóvenes expresaron que las cuestiones políticas no formaban parte de sus charlas cotidianas.⁴⁷

El común denominador entre la mayoría de los jóvenes es la mínima confianza concedida a partidos políticos, gobierno y Congreso de la Unión (véase el cuadro 2.3),⁴⁸ el breve espacio que ocupan en sus charlas cotidianas las cuestiones políticas y el abierto desinterés hacia las actividades asociadas a la política (véase el cuadro 2.4). En la biografía de los jóvenes la política aparece del otro lado, en una zona donde es vista a distancia y con recelo.

⁴⁶ Cfr. Instituto Federal Electoral, Consulta Infantil y Juvenil 2000, mimeo, México, 2000. Valoración expresada por los jóvenes de 14 a 17 años.

⁴⁷ Cfr. Instituto Mexicano de la Juventud-Secretaría de Educación Pública, Encuesta Nacional de la juventud 2000 (resultados preliminares), Centro de Investigación y Estudio sobre la Juventud, México, 2000. Se refieren a las opiniones expresadas por la población joven de 12 a 29 años.

⁴⁸ Esta percepción de la juventud hacia las instituciones referidas no es privativa de México, sino más bien una constante mundial. Por ejemplo, la confianza que generan los partidos políticos alcanza apenas 2.9% entre los jóvenes latinoamericanos, 2.1% en los españoles y 5.0% en los portugueses. Véase Tomás Calvo Buezas, *Valores en los jóvenes españoles, portugueses y latinoamericanos. Problemas y esperanzas de los protagonistas del siglo XXI*, Libertarias, Madrid, 1997.

CUADRO 2.3.
CONFIANZA DE LA JUVENTUD EN LAS INSTITUCIONES

| <i>Instituciones</i> | <i>1994¹</i> | <i>1996²</i> | <i>1999³</i> |
|----------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Gobierno | 5.8 | 5.3 | 5.0 |
| Partidos políticos | 5.5 | 5.4 | 4.9 |
| Congreso | n.c. | 5.7 | 4.8 |

¹ *Los mexicanos de los noventa.*

² *La reforma electoral y su contexto sociocultural.*

³ *Ciudadanos y cultura de la democracia en México.*

En todos los casos se indica el porcentaje promedio de la creencia. La pregunta es: "en una calificación de 0 a 10 ¿qué tanto cree en lo que dicen los siguientes emisores?"

n.c.: no contemplada.

Fuente: elaboración propia con base en: Ulises Beltrán y otros, *Los mexicanos de los noventa*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México, 1996; IFE-IIS-UNAM, *La reforma electoral y su contexto sociocultural*, México, 1996, y Julia Flores y Yolanda Meyenberg, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE-DECEYEC, México, 2000.

CUADRO 2.4.
INTERÉS DE LA JUVENTUD EN LA POLÍTICA

| <i>La cultura política de los alumnos de la UNAM¹</i> | <i>Ciudadanos y cultura de la democracia en México²</i> |
|--|--|
| 50.9 | 51 |

¹ Indica el porcentaje de la población juvenil encuestada que se interesa "poco o nada en la política".

² Hace referencia al porcentaje de jóvenes que expresaron interesarse "nada por la política".

Fuente: elaboración propia con base en: Víctor Manuel Durand Ponte, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, Miguel Ángel Porrúa-Coordinación de Humanidades, UNAM, México, 1998 y Julia Flores y Yolanda Meyenberg, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE-DECEYEC, México, 2000.

Cabe advertir que la valoración acerca de las elecciones sí reporta cambios importantes, puesto que la sospecha de fraudes y demás actos ilegales asociados a las jornadas electorales es, tal parece, asunto del pasado. También es importante mencionar los datos siguientes: 84% señaló que tiene credencial de elector, 70% votó en las elecciones federales de 2000 y únicamente 6% manifestó que no votó porque no sirve para nada.⁴⁹ Este ámbito es quizás el único en que la dinámica democratizadora del régimen político ha reportado saldo positivo. La mayoría de este segmento poblacional tiene una visión favorable hacia las elecciones. ¿Cómo interpretar esta paradoja? Confían en el proceso electoral pero no en los principales actores de la contienda electoral (los partidos políticos).

La política que rechazan los jóvenes es aquella identificada en su parte formal; la desafección se enfoca en la definición social dominante de la política, aquella que asimila la política a las actividades e instituciones especializadas, a las que se atribuye un papel particular en la vida social. En resumen, el alejamiento de la juventud es hacia lo que el sentido común ha definido como política.

Lo cívico: acercamiento teórico-conceptual

Si la política –como se entiende por medio de la noción culturalmente dominante– es objeto de rechazo y desinterés mayoritario entre las y los jóvenes, esto no significa que esté cancelada cualquier posibilidad de convivencia política; que sea irremediable la situación. La política puede seguirse entendiendo como un ámbito o quehacer que, independientemente de cómo esté construida la imagen, las denotaciones y connotaciones, sigue siendo central para la sociedad. Esta segunda acepción hace referencia al hecho de que convivir y coordinar los diversos comportamientos y esferas de actividad constituye una condición necesaria para la vida en sociedad; sin ella, así se presume, ésta no sería posible.⁵⁰ El funcionamiento de la política supone actitudes cooperativas mínimas entre los integrantes de una unidad política. Supone, por tanto, que las instituciones están efectivamente *instituidas* en los miembros de la sociedad.⁵¹ Es posible utilizar la expresión *lo cívico* para designar el ámbito

⁴⁹ Instituto Mexicano de la Juventud, *op. cit.*

⁵⁰ El argumento clásico de Hobbes en *Leviatán* conduce a la necesidad del Estado, entendido como soberano que monopoliza los medios de coacción; pero bien puede entenderse en el sentido de que el proceso por el que se llega a esa conclusión es, por fuerza, constitutivo de la política.

⁵¹ Esto supone considerar que las instituciones no llegan a serlo cabalmente mientras sean percibidas, entendidas y vividas como algo externo. La visión objetivante de las instituciones, que se encuentra detrás de la mencionada desafección hacia la política, puede conseguir eficacia en plazos delimitados –que ciertos comporta-

en que con mayor o menor grado de éxito se consigue ese complemento de la política, habida cuenta del proceso de diferenciación señalado páginas atrás. "Cívico" es el adjetivo que se emplea para determinar aquellos comportamientos, ideas, creencias, discursos, entre otras muchas cosas, que contribuyen a la conservación y enriquecimiento de la vida colectiva, que entrañan civismo, esto es, como lo apunta la Real Academia Española, "celo y generosidad al servicio de los demás ciudadanos". Un acto posee "valor civil" o "valor cívico" cuando es, en algún sentido, ejemplar: si todos o la mayoría de una población los efectuaran cotidianamente, el mundo sería mejor.⁵² Lo cívico es el conjunto de prácticas y disposiciones que, de no existir, harían improbable –y acaso imposible– la vida de la *polis*, la existencia colectiva.

El alejamiento y desinterés por el contenido culturalmente dominante de la política no significa que la juventud sea apolítica o que se halle inmersa en un proceso de acendrado individualismo; puede considerarse, más bien, que la politicidad en las prácticas de los jóvenes se expresa de otras maneras y por canales diferentes. Lo cívico entre los jóvenes parece contener un reproche implícito: la política puede ser poco cívica. En la actualidad hay acuerdo de que se necesita ensanchar el concepto de política para dar cabida en él a la pluralidad de manifestaciones y expresiones que caracterizan a las democracias contemporáneas.⁵³ Existe un riesgo claro en mantener la construcción dominante de la política desde sus márgenes institucionales: que se profundice la brecha existente entre la política formal y la percepción negativa dominante entre las nuevas generaciones. La sociedad moderna se enfrenta a la proliferación de espacios políticos nuevos y diferentes que exigen el abandono de la idea de un espacio constitutivo único de lo político, propio de la democracia liberal. Esta orientación puede no deberse a que la vida pública se haya empobrecido, sino a que la vida privada se ha enriquecido.⁵⁴

Este proceso de enriquecimiento de la vida privada que caracteriza a la modernidad se relaciona estrechamente con la explosión de la cultura moderna por medio de una acelerada producción y divulgación de signos. Mientras en la concepción aún vigente ciudadano e

mientos ocurran y que otros no ocurran– pero no puede conseguirla indefinidamente. Para ello se requiere admitir que la institución es tanto un resultado como un proceso.

⁵² Esto puede interpretarse como una traducción operativa del imperativo categórico kantiano.

⁵³ Entre el amplio abanico de autores que plantean tal afirmación se pueden mencionar a Ulrich Beck, *La democracia y sus enemigos*, Paidós, Barcelona, 2000; Danilo Zolo, *La democracia difícil*, *op. cit.*; Claude Lefort, *La invención democrática*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1990; Chantal Mouffe, *op. cit.*

⁵⁴ *Cfr.* Will Kymlicka y Wayne Norman, "El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía", *Ágora*, núm. 7, invierno de 1997, pp. 5-42.

individuo constituían las dos caras de la moneda en que se pretendía captar la esencia del hombre moderno, y los espacios públicos y privados de la sociedad estaban diseñados para la actuación humana según lógicas distintas, la sociedad contemporánea ha multiplicado los espacios y las interpelaciones. Para los individuos de la actualidad probablemente sea demasiado estrecho seguir considerando el ámbito político como el espacio en que puede producirse una relación legítima con los demás. Mientras que en su dimensión pública la responsabilidad y la solidaridad se constituyeron en los ejes que articulaban la actividad de los ciudadanos, en los espacios privados lo que prevalecía era el egoísmo y el interés individual. Así, la vida pública y la vida privada tenían perfectamente definidos a sus actores (ciudadano e individuo), en tanto esferas autónomas del sistema.

En la actualidad los ámbitos en que las personas pueden construir relaciones interesantes y legítimas con los otros se han multiplicado y diversificado. Por razones como ésta la distinción que coloca a las personas en dos ámbitos claramente diferenciados, el público-político y el privado-íntimo, ha perdido paulatinamente vigencia y utilidad analítica. ¿Cómo seguir confinando la ciudadanía a un ámbito de acción en que el individuo es interpelado principalmente como votante y como destinatario de ciertas políticas cuando es interpelado simultáneamente por un innumerable conjunto de voces que representan *algo*, que son igualmente significativas? De hecho el estatus de ciudadanía es objeto de profundas reformulaciones a fin de trascender los márgenes a que había sido confinada. En este sentido deben considerarse las aportaciones orientadas a la construcción de la ciudadanía contemporánea, cuyos ejes temáticos de articulación están referidos a:

- Los fundamentos de una ciudadanía activa
- Ciudadanía universal y ciudadanía diferenciada
- Ciudadanía global y ciudadanía nacional
- La dimensión normativa de la ciudadanía⁵⁵

De esta manera, el limitado carácter jurídico del término ciudadano que estaba basado en un mero reconocimiento formal de un conjunto de derechos y obligaciones es cuestionado y desafiado por otras interpretaciones que intentan dotar de nuevos contenidos a esta categoría.⁵⁶

⁵⁵ Véase Juan Enrique Opazo Marmentini, "Ciudadanía y democracia. La mirada de las ciencias sociales", *Metapolítica*, vol. 4, núm. 15, julio-septiembre, 2000, pp. 52-79.

⁵⁶ Fenómenos tales como la globalización, la formación de nuevos estados en la parte oriental de Europa, los procesos de democratización ocurridos en Latinoamérica y el cuestionamiento a las democracias representativas han servido de punto de partida para la articulación de respuestas diversas a la construcción de la ciudadanía

En México también la cuestión ciudadana es motivo de formulaciones diversas. La construcción de prácticas ciudadanas acordes a las nuevas exigencias democráticas se ha convertido en un objetivo primordial. Si se considera que los *ciudadanos imaginarios* del siglo XIX⁵⁷ y los *ciudadanos subordinados*⁵⁸ de mediados del siglo XX se caracterizaban por un alto nivel de autocomplacencia política, junto con un bajo nivel de activación política, lo que resultaba funcional para los regímenes autoritarios prevaecientes, los ciudadanos de la transición democrática deben considerarse a la luz de las transformaciones que han ocurrido en el régimen político del país.⁵⁹

La civilidad es un atributo que puede encontrarse, en mayor o menor medida,⁶⁰ en los planos individual y colectivo. En el individual está relacionado con las actitudes, creencias y los valores que forman su comportamiento. Hay disposiciones dominantes acerca de la vida en sociedad. En el plano colectivo, la civilidad es un atributo que guarda relación con la capacidad de generar formas de producción de bienes públicos⁶¹ alternativos a los que produce la autoridad y de impedir que ésta genere daños públicos. En general, la participación política de los ciudadanos se suele entender como el concepto que expresa en forma sintética no sólo una actitud, sino en especial la capacidad de haber vencido la tendencia a

del siglo XXI. Esto ha generado una vasta literatura en las ciencias sociales que incluye obras de Martin Bulmer y Anthony M. Rees (eds.), *Citizenship Today: The Contemporary Relevance of T. H. Marshall*, Taylor & Francis, Londres, 1996; CEPAL, *Ciudadanía y derechos humanos desde la perspectiva de las políticas públicas*, Comisión Económica para América Latina, Santiago, 1997; Adela Cortina, *Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía*, Alianza, Madrid, 1997; Elizabeth Jelin y Erc Hershberg (eds.), *Construir la democracia: derechos humanos, ciudadanía y sociedad en América Latina*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996. Para una bibliografía amplia sobre el tema véase *Metapolítica*, vol. 4, núm. 15, julio-septiembre, 2000, pp. 166-170.

⁵⁷ Fernando Escalante, *Ciudadanos imaginarios. Memorial de los afanes y desventuras de la virtud y apología del vicio triunfante en la república mexicana –tratado de moral pública–*, El Colegio de México, México, 1992.

⁵⁸ Gabriel Almond y Sydney Verba, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, Fundación de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Madrid, 1970.

⁵⁹ En este sentido apunta la afirmación de Emilio Zebadúa (*La Jornada Semanal*, 26 de septiembre de 1999) de que "la educación cívica que se ha impartido tradicionalmente en México ha girado en torno al Estado nacional como actor central de la historia y de la política. Por ello, durante varias generaciones se puso tanto énfasis en las ceremonias y símbolos patrios, colocando al ciudadano en una relación de relativa subordinación frente a las autoridades. Durante mucho tiempo esto condicionó las actitudes pasivas de una amplia parte de la sociedad, incluyendo el abstencionismo, la apatía y, en general, el rechazo a lo político".

⁶⁰ Lo cual supone que resulta posible convertir este concepto en una variable, dado que se pueden determinar los *grados* de civilidad en una población o un individuo.

⁶¹ El concepto de bien público proviene de la economía política moderna y hace referencia a aquellos bienes, en el sentido económico de la expresión, que se caracterizan por la imposibilidad de excluir a alguien más de su consumo una vez que el bien ha sido producido, y por la ausencia de rivalidad en el consumo: el hecho de que lo consuma alguien más, no va en detrimento de ningún miembro de la sociedad. Véase, a manera de ejemplo, Paul Johnson, *Public Choice*, Westview, 1992.

la deserción, considerada dominante en la sociedad moderna.⁶² La participación política de los ciudadanos expresa un cierto grado de civilidad, en la medida en que supone un sentido cooperativo en acciones que se emprenden y un sentido destinado a corregir las pulsiones de las autoridades por excederse en sus atribuciones. La civilidad se manifiesta, por tanto, en cuestiones como la confianza, el compromiso cívico y el grado de involucramiento en los asuntos públicos. En el plano colectivo representa un atributo de las relaciones sociales en virtud del cual está más o menos reconocida la dignidad personal de los otros, sean conocidos e individualizados, o desconocidos y considerados colectivamente. La civilidad puede indagarse por medio de indicadores expresados en términos de creencias y valores, como se hace con la cultura política. Las creencias en la dignidad de la persona humana, en los efectos en los demás que implican las propias acciones, entre otras más, se articulan con los sitios que ocupan este tipo de cuestiones en la jerarquía de asuntos importantes.

El lugar de lo cívico entre los jóvenes

Mientras en lo que se refiere a la política los jóvenes muestran indicios inequívocos de desafección, en el terreno de lo cívico se observa que guardan una actitud de tolerancia y respeto hacia las prácticas de la convivencia pública. En los estudios anteriormente citados, realizados durante 1994-2000, se advierte una misma tendencia respecto a las percepciones en materia cívica. Por ejemplo en 1994, 40% señaló que el pueblo debe obedecer siempre las leyes, 49% desaprobó los canales no institucionales de protesta, 79% afirmó que las personas que no saben de política deben tener derecho a votar, 55% no estaba dispuesto a dar dinero para ahorrar tiempo en un trámite de gobierno, 53% aseveró que un partido de oposición sabría cómo gobernar si llegara a la presidencia, 62% afirmó que las costumbres de los indígenas no son un obstáculo para el progreso de las regiones, 56% se manifestó a favor de vivir con alguna persona de otra religión y 65% de vivir con un negro. El único porcentaje adverso en este sentido lo constituyó el rechazo a vivir con un homosexual en su casa (73%).⁶³ En conjunto se tuvo un panorama favorable en materia cívica.

⁶² Esta tendencia queda expresada en el concepto, también proveniente de la economía política contemporánea, de *free rider* o persona que se beneficia de la participación de los demás sin colaborar en ello. Véase Johnson, *op. cit.*

⁶³ *Cfr. Los mexicanos de los noventa, op. cit.*

El 54% de la población joven aseveró, en 1996, que sirve mucho reunirse con otras personas para resolver algún problema de la comunidad. En 1997 los alumnos de la UNAM se expresaron en los términos siguientes: 60% desaprobó que es mejor para el país la existencia de un solo partido político, 57% opinó que las personas que tienen ideas diferentes de las de la mayoría de la población pueden preservarlas e intentar convencer a los demás.⁶⁴ Los resultados parecen indicar disposiciones cívicas en la manera de evaluar los procesos políticos.

Según el estudio realizado en 1999, la juventud es favorable a los valores cívicos. Así, 75% opinó que es preferible que existan normas para regular el comportamiento de las personas, 66% expresó que deben participar todos los miembros de la comunidad en el momento de tomar decisiones importantes, 80% se manifestó a favor de que las decisiones relevantes las tomen todos los partidos, aunque tarden tiempo, 60% consideró que se debe obedecer una decisión tomada por la mayoría, aun cuando no guste, 61% afirmó que los mexicanos podemos construir una gran nación aunque tengamos ideas y valores distintos, 51% señaló que acudiría a proporcionar ayuda en caso de un desastre y 83% opinó que deben respetarse las costumbres de los indígenas. En relación con la tolerancia se obtuvo que la mayoría estaría dispuesta a permitir que en su casa vivieran personas de otra raza (67%), de otra religión (59%) y de ideas políticas distintas (62%). En cambio, manifestaron su rechazo a vivir con personas enfermas de sida (49%) y homosexuales (57%).⁶⁵

Por último, de acuerdo con la Encuesta Nacional de Juventud 2000, los jóvenes expresaron que estarían dispuestos a participar en actos por la paz (85%), por los derechos humanos (85%), por el respeto de los indígenas (87%), en defensa del medio ambiente (87%) y en contra del delito y la inseguridad (83%). También manifestaron su amplio desacuerdo en comprar algo robado (91%), evadir impuestos (87%) y aceptar sobornos (90%).⁶⁶

Una vez revisadas las anteriores cifras puede afirmarse que entre los jóvenes lo cívico está presente.⁶⁷ En el periodo contemplado la constante fue el respeto mayoritario a la existencia de las diferencias, el apoyo a la convivencia en la diversidad y la aceptación de los otros. Los resultados de las encuestas indican que la juventud es proclive a la solidaridad,

⁶⁴ Cfr. *La cultura política, op. cit.*

⁶⁵ Cfr. *Ciudadanos y cultura de la democracia, op. cit.*

⁶⁶ Cfr. Encuesta Nacional de Juventud, *op. cit.*

⁶⁷ Los datos que revelan acusados grados de intolerancia en el terreno de la sexualidad obligan a matizar esta proposición. Pero para llegar a puntos precisos se requeriría un análisis más minucioso.

la responsabilidad y la tolerancia. Las percepciones que reportaron saldo negativo fueron las referentes a vivir con un homosexual y un enfermo de sida (véase el cuadro 2.5). Estas posturas están estrechamente relacionadas con la escolaridad. A medida que aumenta el nivel educativo menor es el grado de rechazo a los homosexuales y a los enfermos de sida.

Si bien los jóvenes muestran un rechazo mayoritario a participar en los partidos políticos, los asuntos relacionados con la paz, el medio ambiente, los derechos humanos o la cuestión indígena generan actitudes favorables. Asimismo, el respeto a las leyes, a la existencia de los "otros" y del diálogo en términos de reciprocidad e intercambio constituyen principios rectores de la juventud.

CUADRO 2.5.
ACEPTARÍAN QUE LAS SIGUIENTES PERSONAS VIVIERAN EN SU CASA

| <i>Estudio</i> | <i>De otra religión</i> | <i>Homosexual</i> | <i>De otra raza</i> | <i>Enfermo de sida</i> | <i>De otras ideas políticas</i> |
|---|-------------------------|-------------------|---------------------|------------------------|---------------------------------|
| Los mexicanos de los noventa | 56 | 24 | 74 | n.c | n.c |
| Ciudadanos y cultura de la democracia | 59 | 38.5 | 67.5 | 44.5 | 62.5 |
| La cultura política de los alumnos de la UNAM | n.c | 63.5 | n.c | n.c | n.c |

Las cifras hacen referencia a porcentajes.
n.c.: pregunta no considerada.

Fuente: elaboración propia con base en: Ulises Beltrán y otros, *Los mexicanos de los noventa*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México, 1996; Víctor Manuel Durand Ponte, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, Miguel Ángel Porrúa-Coordinación de Humanidades UNAM, México, 1998; Julia Flores y Yolanda Meyenberg, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE-DECEYEC, México, 2000.

Por lo que se puede advertir de los datos anteriores, pese a que existe una opinión negativa entre los jóvenes de la política formal, hay, en cambio, en torno a los indicadores retomados de los estudios citados en materia de civilidad, una tendencia favorable para la interacción con los demás. Si se considera la operación política como un mecanismo de mediación entre una persona y los demás, que regula y determina esa mediación por medios jurídicos y que contribuye a la producción de ciertos bienes públicos básicos, la desafección hacia la política no puede ser interpretada como muestra de desafección civil. Los jóvenes se interesan por los asuntos que se desarrollan en la plaza pública, pero

desconfían de las prácticas políticas según la definición culturalmente dominante. Los jóvenes son tanto más democráticos cuanto menos se asocien sus actitudes con la política, como es entendida usualmente.

Es posible concebir lo anterior en el sentido del ascenso de formas emergentes de politicidad. Mientras eso no suceda o se profile con claridad, los indicios de un divorcio entre lo que culturalmente está definido como política y las disposiciones de los jóvenes ha de considerarse un hecho. Ahora bien, ¿es ésta una situación perdurable? Una de las características del capital social, entendido como "confianza", es su extrema fragilidad: la confianza se destruye y resulta muy costoso reconstruirla, como se sabe. Los indicadores prácticamente incontestables en el sentido de la desconfianza plantean un reto muy exigente a las instituciones encargadas de promover la actividad política de los ciudadanos, puesto que tienen que contrarrestar una imagen, también socialmente construida, según la cual la actividad política es intrínsecamente indigna de confianza.

| |
|--------|
| Índice |
|--------|

La construcción política de la apoliticidad entre los jóvenes

El desencuentro entre las instituciones políticas y los jóvenes ha sido interpretado como un rechazo a la política. Incluso no ha sido inusual caracterizar a los jóvenes como "apolíticos" por este hecho. Sin embargo, existen evidencias de que los jóvenes estarían dispuestos a participar probablemente por nuevos canales y códigos. Por ello, puede hablarse más de una distancia y desencuentro con las organizaciones partidistas tradicionales, y con lo identificado por la política, que de un desinterés por lo público.⁶⁸ En efecto, este segmento poblacional no es apolítico. No es indiferente a los asuntos de la plaza pública ni se ha refugiado en su caparazón individualista; al contrario, los datos revelan que los jóvenes asumen y practican su politicidad en otras vertientes.

Los jóvenes se identifican con la moda, la música, el lenguaje, los gustos; es decir, con los principales ingredientes que le ofrece el discurso mediático dominante. En la sociedad contemporánea el proceso de construcción identitaria juvenil pasa fundamentalmente por los mensajes de los medios de comunicación. La política ya no es una fuente de identidad colectiva. En las generaciones anteriores, por ejemplo, el eje izquierda-derecha fue un re-

⁶⁸ Véase Dina Krauskopf, "Cambios de paradigmas y participación política", *Jóvenes*, revista de estudios sobre juventud, año 4, núm. 11, abril-junio de 2000, Instituto de Estudios de la Juventud, México, pp. 142-157.

ferente para entender la relación de los jóvenes con la política. El movimiento de 1968 es clave en este sentido. Al paso de los años se configuraría otro escenario donde la política dejó de ser fuente de identidad. Incluso los jóvenes de la actualidad rechazan definirse como políticos.⁶⁹

En particular la identificación de los jóvenes como sujetos apolíticos proviene de la perspectiva institucional y de los profesionales de la política que dan por hecho que *debería existir un interés natural de la juventud por las cuestiones políticas*. La apoliticidad es una construcción más, en este caso procedente de las expectativas instaladas en una de las perspectivas objetivantes, reseñadas páginas atrás, que asumen un supuesto controvertido: que el estado "natural" de los jóvenes es el de interesarse, y que si no lo hacen ello constituye una anomalía. La construcción política de la apoliticidad de la juventud responde al desencuentro entre las expectativas de la perspectiva institucional y las prácticas de los jóvenes. Mientras las primeras estaban depositadas en la certeza de la inserción de los jóvenes en los espacios institucionales de participación política y en el genuino interés por involucrarse en la vida pública, las prácticas juveniles han seguido caminos diferentes.

Al respecto cabe señalar, por ejemplo, el fenómeno de la tribalización en el mundo contemporáneo,⁷⁰ mediante el cual se explica el comportamiento de agrupaciones que buscan una nueva vía de expresión, un modo de alejarse de la realidad que no les satisface y, sobre todo, un espacio simbólico y práctico que les permita interactuar cara a cara; reconocerse en el otro y, en este reconocimiento o encuentro, construir el nosotros, ya sea en términos generacionales, sociales o culturales.

Ni el Estado ni los partidos políticos han sido, en términos generales, capaces de generar discursos que puedan interpelar exitosamente a amplios segmentos de la juventud. De allí que la política ocupe un lugar secundario entre las cuestiones importantes de la vida

⁶⁹ "En México es notoria la gran fractura social que existe entre los jóvenes de los diversos estratos sociales, no obstante, los unen la despolitización y la apatía, la desconfianza del Estado, de los partidos y de la política [...] Más moderados que sus padres, sobre todo en el plano político, estos jóvenes manifiestan orientaciones radicales en el plano cultural, en donde se expresa una singular y contradictoria configuración de universalismo y solidarismo del grupo, aceptación del marco institucional y crítica de su funcionamiento concreto, orientaciones que combinan autorrealización y sentido de la comunidad, y crítica de los aspectos más destructivos de la sociedad moderna, pero una fuerte negativa a la participación política". Julia Isabel Flores, "La movilización de las identidades políticas: democracia y participación", en IFE, *Ciudadanos y cultura de la democracia en México. Resultados del análisis de la encuesta nacional en cuatro temas*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México, 2000, p. 55.v

⁷⁰ Véase Michel Maffesoli, *El tiempo de las tribus*, Icaria, Madrid, 1990, y Pere Oriol Costa *et al.*, *Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*, Paidós, Barcelona, 1996.

de los jóvenes. Si la política es una interpelación que ingresa al territorio donde se puede tener éxito o fracasar, entonces los partidos políticos y los profesionales dedicados a esta actividad han fracasado en su intento de interpelación. Que la política ocupe el último sitio entre los temas de conversación de los jóvenes, que la confianza en los partidos políticos sea mínima, que el desinterés en los asuntos catalogados en la esfera política constituya la norma, no es una anomalía: es un dato que admite una lectura diferente. La cuestión remite, una y otra vez, al consumo cultural, al proceso de apropiación –que define lo que habrá de ser "lo propio" y "lo ajeno"– de los signos, los significantes y los significados que, en continua explosión, están conectados con los jóvenes, a diferencia de una actividad –la política– que paradójicamente aspira a hacerse de todos y termina siendo convertida en "lo ajeno".

Indice

3. Las narrativas de los jóvenes

Narrativas para jóvenes: consumo y prácticas culturales

SE ENTIENDE POR NARRATIVA "los artificios, estrategias y convenciones que gobiernan la organización de un relato (de ficción o real) en una secuencia".¹ Referida usualmente al ámbito literario, la narrativa es también una práctica externa a la actividad de los profesionales de la literatura. Hay narrativa en la vida cotidiana cuando el padre de familia cuenta a su hijo lo que hacía a su edad; hay narrativa cuando alguien cuenta un chiste o cuando en un libro se relata la historia nacional. La narrativa es una práctica común y es usual encontrar personas competentes para poner en juego las dos categorías que forman los artificios y las estrategias de la narrativa: la trama y la narración. La primera se relaciona con la estructura de los hechos narrados; la segunda con los recursos que emplea el narrador para captar y mantener la atención del receptor. Mientras que la primera está asociada con la sustancia de un relato, la segunda se refiere a la manera en que esa sustancia se da a conocer.

En la vida cotidiana de las personas circulan historias o trozos de historias que se refieren a los más diversos ámbitos. Suelen estar inscritas ahí las categorías que organizan el mundo: la religión, la familia, la política, el trabajo; lo correcto y lo incorrecto. Es así como las realidades del mundo social adquieren el aspecto de naturalidad que más adelante llega a ser necesario desmontar para rehabilitar su carácter construido. Así, una institución que presenta ese aspecto de naturalidad, a la que es posible referirse en forma incontrovertible, la familia, está articulada con el hecho narrativo. Las familias existen en gran parte porque son constituidas por medio de historias que se cuentan las personas durante la noche en la cocina, por los álbumes familiares, por los recortes de periódicos y –como lo proponen los anunciantes de las cámaras fotográficas– por las fotografías.² Los pueblos son lo que son porque se cuentan historias que adoptan como supuesto la existencia del pueblo mismo: "aquí en San Ángel hace muchos años..." Mediante ese proceso se elaboran anécdotas que recuerdan a las generaciones venideras la existencia del objeto así constituido, historias protegidas por narradores que de esa manera no sólo cultivan y reproducen "la tradición", sino que conservan ese objeto delicado, y su identidad.

¹ Tim O'Sullivan *et al.*, *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997, p. 237.

² Kristin M. Langellier y Eric E. Peterson, "Las historias de la familia como estrategia de control social", en Dennis Mumby (comp.), *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

El pasado de una persona es algo que se narra. Ciertamente, es algo que se ha vivido, experimentado; pero si se es incapaz de narrarlo como historia, ese pasado no puede hacerse presente. En muchas ocasiones el acto de narrar es reflexivo, se refiere a sucesos pretéritos de quien narra; traer tales sucesos al presente no sólo ejercita los músculos de la memoria, sino que permite mantener la identidad entre lo narrado y quien narra, permite que el ser siga siendo. Por esa razón la pérdida de la memoria entraña problemas de identidad. Las narrativas son constitutivas de aquello que es objeto de narración. Como con las historias individuales, las historias colectivas –la historia nacional, por ejemplo– suponen, para su permanencia, la actividad narrativa. Las historias no son sólo el espacio de lucha en el que se trata de imponer una versión de los hechos, sino condición de existencia de esos hechos.

Las narrativas contienen creencias y nociones que se adoptan de manera irreflexiva. En forma similar a lo que se ha discutido en el capítulo anterior a propósito de los mensajes mediáticos, determinados supuestos, considerados incontrovertibles, ingresan al espacio de las comunicaciones entre las personas por medio de las estrategias narrativas. Esto no es exclusivo de la narrativa, puesto que una cantidad importante de discursos no articulados narrativamente opera del mismo modo. No obstante, esta adopción de supuestos es consustancial a tales estrategias. Al relatar una historia se requiere introducir un acontecimiento o un estado de cosas que rompa con lo considerado rutinario o normal. De no ponerse en marcha esta estrategia, lo más probable es que ocurra una ruptura en las expectativas del destinatario: "no sucede nada". Las narraciones de hechos verdaderos, como en las noticias, tienen que referirse a un acontecimiento que rompe con la normalidad, si no desean hacerse acreedoras a la reacción: "pero no hay noticia". Ahora bien, importa destacar que el narrador –o, en su caso, el productor cultural–, al desplegar la estrategia narrativa está orillado a reconocer lo que se considera normal, para entonces romper con ello. De esta manera el hecho narrativo pone en marcha los supuestos de normalidad, algunos de los cuales serán colocados en suspenso por las estrategias del narrador.³

Las narrativas generan la impresión de coherencia entre conjuntos de hechos verdaderos o imaginados y entre los significados que se atribuyen a esos hechos. Las narrativas dotan de coherencia a hechos distribuidos en el tiempo: primero sucede A y después B

³ Esto puede dar pie a que en el acto de la lectura esté inscrito un proceso de reproducción continua de supuestos de normalidad que contribuyen a que se reproduzca la comprensión dominante del mundo, esto es, como se ha discutido en el capítulo anterior, en tanto construcción hegemónica. Véase Pierre Bourdieu, *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Anagrama, Barcelona, 1995, en especial de la página 470 en adelante.

(luego, A es causa de B).⁴ Las narrativas representan construcciones en que se articulan realidad y ficción, se elaboran y consolidan significados, se interpreta el pasado, se anticipa el futuro y se ubica a narrador y destinatario en las coordenadas que fija la propia narrativa.

En el hecho narrativo, en paralelo con la historia que está siendo relatada, se genera una estructura social: hay una posición de narrador, que pone en juego las estrategias y los artificios constitutivos de la narrativa; hay un destinatario, que pone en juego sus saberes y experiencia en situaciones semejantes,⁵ y hay un productor cultural –o, en el caso de la literatura, un escritor, o, más en general, un autor– que se relaciona con el destinatario –o lector– y respecto al cual pone en marcha estrategias extranarrativas⁶ para ganar su interés y, dado el caso, adhesión. Esta estructura social tiene lugar en microambientes, como cuando una persona relata a otra lo que acaba de sucederle en su trayecto al trabajo, o en macroambientes, como lo que sucede con las historias que se presentan en la televisión o en las salas de cine.

Las narrativas circulan bajo la forma de bienes culturales y en muchos casos son públicas. En cuanto a lo primero, como hay una estructura de roles claramente delineada, es posible distinguir ámbitos especializados. Por un lado, es posible observar y someter a examen el proceso de producción de los bienes culturales en su modalidad narrativa. Al tratarse de aquellos que operan en los microambientes, en condiciones copresenciales, esto conduce a observar las prácticas de elaboración de historias dentro de los grupos;⁷ cuando se trata de macroambientes, la observación se traslada, por ejemplo, a la industria cultural, ámbito especializado en la generación de signos y en el manejo de las estrategias, artificios y códigos con que funcionan los mensajes, entre ellos los narrativos. También en lo que respecta a su tratamiento como bienes culturales, se hace posible observar las prácticas de consumo. El consumo cultural, que es también producción de sentido dado el proceso de significación de que consta, se relaciona más con los macroambientes comunicativos

⁴ Véase el capítulo 1 acerca de la falacia *post hoc, ergo propter hoc*, utilizada a menudo en las estrategias narrativas.

⁵ Véase Umberto Eco, *Lector in fabula*, traducción de Ricardo Pochtar, Lumen, Barcelona, 1981.

⁶ La introducción de imágenes y nociones convencionales, como las discutidas en el capítulo anterior, pueden ser consideradas estrategias del productor cultural, no del narrador. Estas estrategias extranarrativas están relacionadas con los propósitos externos al mero hecho narrativo. Como se verá, esta característica del hecho narrativo posee importancia para los propósitos del análisis de lo cívico y lo político en las narrativas.

⁷ Un ejemplo, citado en el capítulo 2, en Teun A. van Dijk, "Historias y racismo", en Dennis Mumby (comp.), *Narrativa y control social*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997, pp. 163-190.

—en condiciones de distanciamiento espacio-temporal— y suele traducirse en observación de los hábitos y comportamientos asociados a la recepción.

En cuanto al carácter público de las narrativas, la distinción entre los tipos de ambiente en que se cuentan las historias posee interés por dos hechos: primero, porque los "espacios públicos" que se producen en los microambientes se relacionan con formas alternativas de vida pública,⁸ y segundo por el potencial que poseen para desarrollar actitudes y hábitos que acaso lleguen a desplegarse en el espacio público político. Adicionalmente, este carácter público reviste importancia desde el punto de vista metodológico: las narrativas son susceptibles de ser investigadas con independencia de los procesos que se desatan entre los individuos que las producen, reproducen y consumen. El carácter público de una parte considerable de las narrativas otorga ocasión para establecer cuáles son los atributos de aquellas que obtienen recepción favorable. En este segundo caso, la narrativa puede llegar a concebirse como una práctica cultural que estimula o limita la constitución de las destrezas cívicas.

Es posible indagar en el seno de las narrativas algunos de los procesos que subyacen al estado de cosas descrito en el capítulo anterior, acerca de las percepciones y creencias entre los jóvenes sobre la vida cívica y política de México. No es ésta la única vía, por supuesto. Pero si resulta cierto que la mayor capacidad de interpelación y de constitución de identidades proviene de la perspectiva mediática, según se ha mostrado en el capítulo 2, entonces esta estrategia parece justificarse. Pues en las narrativas cobran forma los ámbitos de mayor importancia para los jóvenes: el trabajo, los estudios, el sexo, las drogas. De acuerdo con la línea argumental hasta aquí seguida, las narrativas no consisten en un mero "contar cuentos", como podría suponerse: a la vez que son constitutivas de aquello que es objeto de narración, también son formativas del proceso de significación.⁹ En las piezas narrativas se articulan los significados públicamente conocidos (ideas, conceptos, nociones compartidos colectivamente) y los significantes empleados (las palabras, las imá-

⁸ Jürgen Habermas, en la revisión de su célebre obra sobre la vida pública en la sociedad moderna (traducida como *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Gustavo Gili, Barcelona, sexta edición, 1999, especialmente el "Prefacio a la nueva edición alemana de 1990) admite que la existencia de una "publicidad plebeya" otorga una configuración diferente del ascenso de la publicidad burguesa y que "configura el trasfondo histórico para las formas modernas de comunicación pública" (p. 7). Parece clara la relación con las esferas públicas constituidas en los microambientes narrativos.

⁹ De acuerdo con la lingüística de Saussure, entre el significante (la imagen acústica o escrita que se reconoce como una palabra) y el significado (la idea o concepto que evoca quien percibe el significante) hay una relación de *presuposición recíproca*: el significante presupone la existencia de un significado, y el significado la del significante. De acuerdo con esto, la significación está constituida por esta relación.

genes, la música, las metáforas y demás tropos). Las narrativas, por tanto, ponen en juego un *saber común*, una integración cognoscitiva –y probablemente también en el campo de ciertos valores– que a su vez resulta constitutiva de la vida pública.¹⁰ Si esta última es el producto, cambiante y siempre sujeto a controversia, de la civilidad dominante, entonces las narrativas, esa tarea culturalmente ineludible, alimentan la vida de la *polis*, configuran el nutriente de la vida cívica.

La *civilidad* es una construcción que puede observarse en las narrativas que predominan entre diferentes segmentos de una categoría social. El lugar que ocupan *los demás*, las actitudes hacia ellos, la consideración que se tiene respecto a determinados grupos sociales (los ancianos, los niños, los otros desconocidos, los otros cercanos, las personas con alguna discapacidad, entre otras posibilidades), el papel de las propias conductas en relación con el bienestar de los demás, entre otras cuestiones, están construidas narrativamente: proceden como historias realmente vividas dentro de las cuales cada persona desempeña un papel. A veces uno mismo se desempeña como villano, víctima, héroe o mero espectador. El hecho es que las historias se cuentan de diferentes maneras, y ciertas voces consiguen con éxito definir el sitio de las personas en las historias; ese sitio implica una determinada relación con los demás: implica una cierta *civilidad*. El padre de familia que reprueba la conducta y las amistades del hijo mayor encuentra su réplica en alguna historia que circula socialmente: es un *tipo* de persona que representa un *tipo* de papel en un cierto *tipo* de historia. Las narrativas *anticipan* las historias por las que en promedio cruzan los jóvenes; al hacerlo, prefiguran las creencias y actitudes con que habrán de enfrentarse. Se diría, a la manera de Wilde, que la realidad imita a las narrativas. En efecto, las historias "realmente vividas" pueden preverse en las narrativas dominantes y que ejercen un efecto tipificante en las personalidades y las historias que éstas viven.

Es improbable que una narrativa destinada a los jóvenes no se refiera a las relaciones con los otros. Los demás merecen respeto o constituyen una oportunidad para hacer un chiste; los demás son observables en función de si comprenden a los jóvenes o no lo hacen; los demás son los que deben financiar los estudios de los jóvenes o no; los demás son ciudadanos con todos los derechos o meros depositarios de los deseos propios, los que

¹⁰ Se suele emplear la expresión *intersubjetivamente compartido* para designar esta característica de estados de cosas que todos conocen y que reconocen como conocidos por los demás. Puede ser útil, por motivos de economía de exposición, utilizar este término, siempre que se mantenga la reserva de los problemas lógico-conceptuales que la expresión entraña. Algunas de estas dificultades en Niklas Luhmann, *Complejidad y modernidad: de la unidad a la diferencia*, Trotta, Madrid, 1998.

deberán soportarlo a uno. Entre los demás hay seres a los que se puede amar y con quienes se puede forjar una relación constructiva, o no los hay. La vida cívica es el resultado del conjunto de actitudes que predominan acerca de la relación con *los demás*. El supuesto adoptado a lo largo de este capítulo es que esa relación con *los demás* está inscrita en las narrativas dominantes, y que indagar sobre lo que sucede dentro de ellas puede resultar de utilidad para explorar el mundo de los jóvenes.

Si las narrativas son productos o bienes culturales, la construcción social del mundo de los jóvenes tendría que estar atravesado por la producción cultural, debido al proceso de diferenciación señalado en el capítulo anterior. El hecho de que sea parte del sentido común el que ahora pueda señalarse sin mayor problema ese mundo de los jóvenes supone que ha tenido éxito a lo largo del tiempo una diferenciación que a su vez se ha incorporado en la operación de la producción cultural. El "mundo de los jóvenes" no es sólo una construcción, como se ha mostrado en el capítulo 2: es cada vez con mayor claridad un objeto cultural, un significante en vías de estabilizar determinados significados. Lo joven se mueve continuamente a la categoría de signo; adquiere la forma de un producto cultural.

Los productos culturales son aquellos que expresan directamente actitudes, opiniones, ideas, valores y creatividad artística; proporcionan entretenimiento, información y análisis relacionados con el pasado y el presente. Se incluyen en esta definición tanto los productos dirigidos al público en general como los productos culturales que normalmente tienen una audiencia limitada, como los libros de poesía, revistas literarias o discos de música clásica.¹¹

Se engloba dentro de la categoría de los productos o bienes culturales no sólo la producción artística tradicional –literatura, pintura, música, teatro y equivalentes– sino también el conjunto de bienes y servicios relacionados tanto con lo que se ha llamado "alta cultura" como lo que resulta de las industrias culturales o cultura de masas –radio, televisión, prensa, videos, entre otros–, de la cultura popular o cultura folclórica –artesánías, eventos populares del tipo ferias– y de las diversas instituciones culturales –casas de cultura, museos, galerías–. Estos productos son específicamente portadores y transmisores de información, conocimiento o significados sociales; comprenden toda clase de soportes materiales de la escritura (libros, revistas, periódicos, pasquines, folletos) y toda clase de medios de almacenamiento (discos compactos, acetatos, película fotográfica). Se consideran también parte de los bienes culturales todos aquellos aparatos e instrumentos que sirven para usar,

¹¹ INEGI, *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte*, INEGI, México, 1997, p. 273.

desplegar, recuperar o producir información: videograbadoras, televisores, radios, computadoras, reproductoras, cámaras, imprentas, fotocopiadoras.

La importancia del estudio de los productos culturales es tal en el mundo contemporáneo que organismos como el Sistema Económico Latinoamericano (SELA), la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), entre otros, están ocupándose de realizar evaluaciones y diagnósticos.¹² La cultura ha dejado de ser un ámbito secundario y reservado a las expresiones del espíritu; ahora se concibe como parte importante del desarrollo económico.¹³ En Estados Unidos el sector cultural representa 6% del producto interno bruto y emplea 1.3 millones de personas, en tanto que en varios países europeos las actividades culturales alcanzan 3% del producto interno bruto. Asimismo se advierte que las industrias culturales tienen un mayor crecimiento que otras áreas de la economía y generan más puestos de trabajo año tras año.¹⁴

Sin embargo, la importancia del sector cultural no se reduce a su impacto económico, sino que va más allá. En efecto, la cultura es un campo en donde tienen lugar múltiples articulaciones y expresiones de la vida cotidiana. En plena época de globalización se ha detectado con claridad el papel relevante de la cultura como eje articulador de conocimientos recíprocos, integración y también segregación. La "hibridación" cultural¹⁵ expresa la articu-

¹² Cfr. Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Grijalbo, México, 1999.

¹³ "En un contexto de globalización de la economía, la comunicación y la cultura, y de transición hacia sociedades de información y de conocimiento, el desarrollo sostenido de la industria cultural se perfila como eje privilegiado de articulación. En América Latina y el Caribe la cultura atraviesa, desde hace al menos tres décadas, un proceso acelerado de exposición creciente a los medios de comunicación de masas. La industrialización de la producción cultural es el factor decisivo de muchos cambios culturales que viven nuestras sociedades. Más aún, la industria cultural se está convirtiendo en un factor de importancia estratégica de la competitividad, el empleo, la construcción de consensos, el modo de hacer política y la difusión de información y conocimientos". CEPAL, *La industria cultural en las dinámicas de desarrollo y la modernidad: nuevas lecturas para América Latina y el Caribe*, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, 1994.

¹⁴ Néstor García Canclini, "Políticas culturales: de las identidades nacionales al espacio latinoamericano", en Néstor García Canclini y Juan Carlos Moneta, *op. cit.*

¹⁵ En términos generales se puede señalar que este fenómeno se expresa mediante la disipación de las fronteras entre lo propio y lo ajeno. Bien podría entenderse culturalmente como el tránsito de identidades nacionales y modernas, de base territorial, a otras de carácter transterritorial, como las posmodernas. Son identidades que se estructuran desde los mercados, operan mediante la producción de la industria cultural, la comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de bienes. Los mensajes, productos y bienes simbólicos que se consumen no se generan en la nación donde se vive, sino en redes masivas y simultáneas, sin importar decisivamente el lugar de origen para millones de habitantes del planeta. Néstor García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México, 1990.

lación que se establece entre lo tradicional y lo moderno en la dinámica globalizadora. Día con día se generan múltiples significados y símbolos culturales que dan sentido a la vida cotidiana de los individuos.¹⁶ Tanto en el plano propiamente económico como en el simbólico, la producción de bienes culturales representa un campo de acción de creciente importancia.¹⁷

El sector cultural en México no presenta, es cierto, un perfil como el de los países desarrollados. Pero algunos indicadores, además, arrojan luz tanto sobre las prácticas culturales que acompañan al sector de la producción cultural, como sobre el peso de este sector, que en el segundo capítulo ha sido identificado como uno de los que poseen mayor capacidad de interpelación respecto a los jóvenes.

CUADRO 3.1.
ESPACIOS PÚBLICOS POR NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS Y ASISTENCIA

| <i>Categoría</i> | <i>Establecimientos</i> | <i>Asistencia (millones)</i> |
|---|-------------------------|------------------------------|
| Bibliotecas ¹ | 11 850 | 130.6 |
| Museos ² | 444 | 39.8 |
| Zonas arqueológicas ² | 172 | 9.5 |
| Monumentos naturales y artísticos ² | 118 | 0.7 |
| Salas cinematográficas ² | 1 659 | 88.8 |
| Teatros ² | 248 | 4.4 |
| Otros espacios recreativos ² | 223 | 8.1 |

¹ Información de 1997.

² Información de 1999.

* Comprende casas de cultura, estadios deportivos, plazas de toros, auditorios, centros deportivos, arenas, lienzos charros, gimnasios, salas de concierto y otros.

Fuente: INEGI, *Estadísticas de cultura. Cuaderno número 4*, México, 2000.

¹⁶ Por ejemplo Ulrich Beck, *¿Qué es la globalización?*, *op. cit.*, y Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos...* *op. cit.*, afirman que la dimensión cultural de la globalización introduce una importante brecha en los estados y sus poblaciones, al permitir comparar formas de vida y establecer comunicaciones transculturales, portadoras de imágenes, valores y contenidos que afectan las identidades, antes limitadas básicamente al ámbito nacional.

¹⁷ Scott Lash en su *Sociología del posmodernismo*, *op. cit.*, desarrolla la tesis de que la época actual se distingue de otras específicamente en el plano de la cultura. Para ello analiza la condición de la producción cultural por medio de una estrategia analítica centrada en el concepto de *régimen de significación*.

CUADRO 3.2.
MEDIOS IMPRESOS POR TÍTULOS Y EJEMPLARES

| <i>Medios Impresos</i> | <i>Títulos</i> | <i>Ejemplares (millones)</i> |
|--|----------------|------------------------------|
| <i>Publicaciones periódicas (1997)</i> | <i>648</i> | <i>328.7</i> |
| Periódicos | 25 | 122.3 |
| Revistas y boletines | 545 | 182.6 |
| Historietas, fotonovelas y comics | 74 | 23.8 |
| Otras | 4 | 0.0 |
| <i>Libros (2000) *</i> | <i>Nd.</i> | <i>87.6</i> |
| Texto | | 35.5 |
| Infantiles y juveniles | | 8.6 |
| Ciencia y técnica | | 4.9 |
| Ciencias sociales y humanidades ¹ | | 3.5 |
| Religión ² | | 12.8 |
| Literatura ² | | 7.1 |
| Arte ³ | | 0.6 |
| Enciclopedias y diccionarios | | 6.4 |
| Prácticos ⁴ | | 5.4 |
| Fascículos | | 2.0 |
| Otros | | 0.8 |

* Sumados novedades, reediciones y reimpressiones.

Nd.: no disponible.

¹ Incluye historia, derecho, economía, geografía, sociología, psicología, política, lingüística y civismo.

² Incluye novela, cuento, poesía, teatro, ensayo literario, historia literaria y crítica literaria.

³ Incluye también libros de lujo.

⁴ Incluye guías, horóscopos, atlas, recetarios, libros de superación, de pasatiempos y manuales.

Fuente: para publicaciones periódicas, INEGI, *Estadísticas de cultura. Cuaderno número 4*, México, 2000.

Para libros, www.campus-oei.org

CUADRO 3.3.
 MEDIOS ELECTRÓNICOS:
 ESTACIONES CONCESIONADAS Y PERMISIONADAS, 1999

| <i>Medios electrónicos</i> | <i>Concesionadas</i> | <i>Permisionadas</i> | <i>Total</i> |
|----------------------------|----------------------|----------------------|--------------|
| Estaciones radiodifusoras | 1 146 | 223 | 1 369 |
| Estaciones televisoras | 461 | 132 | 593 |

Fuente: INEGI, *Estadísticas de cultura. Cuaderno número 4*, México, 2000.

Los cuadros anteriores muestran el amplio espectro en que se inscribe el sector cultural del país. Comprende lo mismo monumentos históricos y artísticos (ex conventos, capillas, fuertes, castillos y baluartes) que salas cinematográficas. También incluye a los medios de comunicación impresos y electrónicos, referidos a la producción de libros y publicaciones periódicas y a estaciones radiodifusoras y televisoras. Los museos, las bibliotecas, las revistas, los libros, los aparatos de radio y televisión sirven de conducto para la circulación de bienes culturales. En especial interesa destacar el lugar que ocupan los medios de comunicación masiva: en ellos tienen lugar las principales actividades culturales, las que producen y divulgan información y entretenimiento a las mayorías. Los aparatos de radio y televisión, las publicaciones periódicas, las salas cinematográficas se han constituido en los principales ejes de articulación de la red por la que circulan los bienes culturales.

Las familias mexicanas se relacionan estrechamente con el sector de la producción cultural. El monto del gasto familiar promedio destinado a las actividades enmarcadas en el renglón de los bienes culturales representa 17% del ingreso corriente monetario: de cada 100 pesos que ingresan a las arcas familiares, 17 se asignan a la compra o alquiler de algún componente del sector cultural.¹⁸ El dato es por demás significativo, ya que este rubro se ubica solamente por debajo de las categorías de alimentos, bebidas y tabaco y de transporte (véase el cuadro 3.4). Así el binomio educación/cultura ocupa el tercer lugar en importancia en la vida de las familias, medido en términos de la proporción del gasto que destinan.

¹⁸ Este monto varía en función del nivel de los ingresos totales, pues mientras las familias de más bajas percepciones (ubicadas en el decil I) asignaron a este rubro casi seis pesos de cada 100, en las familias de los estratos medios (decil V) la relación fue 10 de cada 100 y en las familias más pudientes (decil X) la relación fue de 27 de cada 100.

CUADRO 3.4.
COMPOSICIÓN DE LOS GRANDES RUBROS DEL GASTO (MILES DE PESOS)

| <i>Rubro</i> | <i>Monto</i> | <i>%</i> |
|---|--------------------|------------|
| Alimentos, bebidas y tabaco | 110 422 944 | 29.9 |
| Vestido y calzado | 21 246 814 | 5.7 |
| Vivienda, servicios de conservación, energía eléctrica y combustibles | 30 630 490 | 8.3 |
| Artículos y servicios para la limpieza y cuidados de la casa, enseres domésticos, muebles, cristalería, utensilios domésticos y blancos | 30 163 263 | 8.2 |
| Cuidados médicos y conservación de la salud | 13 235 643 | 3.6 |
| Transporte, adquisición, mantenimiento y accesorios para vehículos y comunicaciones | 65 658 725 | 17.8 |
| Servicios y artículos de educación y esparcimiento, paquetes turísticos y para fiestas, hospedaje y alojamiento | 64 067 413 | 17.4 |
| Artículos y servicios para el cuidado personal, accesorios y efectos personales | 33 670 974 | 9.1 |
| Total | 369 096 266 | 100 |

Fuente: elaboración propia con base en INEGI, *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares*, México, 2001.

Ahora bien, si se observa dentro del rubro "Servicios y artículos de educación y esparcimiento, paquetes turísticos y para fiestas, hospedaje y alojamiento", las actividades relacionadas con el sistema educativo representan más de la mitad de dicho rubro. Las propiedades significantes asociadas a estos gastos tienen que ver con la obligatoriedad del servicio educativo (al menos en el nivel básico) y con la construcción estatizante de los signos que circulan en ese ámbito. En contraste, las familias, en promedio, destinan una cuarta parte de su gasto mensual (dentro de este rubro) a objetos culturales, por decirlo así, desestatizados, liberados de las propiedades significantes de corte oficial; como una proporción elevada de estos objetos son importados, cobra relevancia la tesis de la "hibridación cultural": los jóvenes y sus familias están inmersos en un océano de signos considerados anteriormente "ajenos" y ahora cada vez más "propios" (véase el cuadro 3.5).

CUADRO 3.5.
GASTO CORRIENTE MONETARIO EN SERVICIOS Y ARTÍCULOS DE
EDUCACIÓN, ESPARCIMIENTO, PAQUETES TURÍSTICOS Y PARA FIESTAS,
HOSPEDAJE Y ALOJAMIENTO (MILES DE PESOS)

| <i>Objeto del gasto</i> | <i>%^a</i> | <i>%^b</i> |
|--|----------------------|----------------------|
| Servicios de educación | 5.7 | 32.7 |
| Artículos educativos | 3.7 | 21.3 |
| Transporte escolar | 0.1 | 0.4 |
| Artículos de cultura y recreación | 0.9 | 5.1 |
| • Enciclopedias y libros | 0.2 | 1.1 |
| • Periódicos | 0.2 | 1.4 |
| • Revistas | 0.1 | 0.5 |
| • Audiocasetes, discos, discos compactos y otros artículos de recreación | 0.4 | 2.1 |
| Servicios de esparcimiento | 2.0 | 11.8 |
| • Cines | 0.4 | 2.6 |
| • Centros nocturnos | 0.5 | 2.9 |
| • Lotería y juegos de azar | 0.1 | 0.3 |
| • Servicios de televisión por cable, satélite, pago por evento y paquetes | 0.4 | 2.3 |
| • Otros gastos de recreación | 0.2 | 1.3 |
| • Renta de casetes | 0.1 | 0.3 |
| • Otros servicios de esparcimiento | 0.3 | 2.1 |
| Artículos de esparcimiento | 1.2 | 7.1 |
| • Equipo audiovisual | 0.9 | 5.4 |
| • Equipo fotográfico y de video | 0.1 | 0.6 |
| • Otros artículos de esparcimiento | 0.2 | 1.1 |
| Paquetes para fiestas | 0.5 | 3.0 |
| Paquetes turísticos | 3.0 | 17.3 |
| Hospedaje y alojamiento | 0.2 | 1.2 |
| Total | 17.4 | 100 |

^a Este porcentaje se mide respecto al monto total del gasto corriente monetario.

^b Este porcentaje se mide respecto al monto del gasto corriente monetario asignado a este rubro específico.

Fuente: elaboración propia con base en INEGI, *Encuesta nacional de ingresos y gastos de los hogares*, México, 2001.

La adquisición de bienes culturales ocupa un sitio importante en el consumo de las familias. Se ubica al lado del consumo socialmente construido como necesario; de ahí que no sea excesivo suponer que los productos o bienes culturales ocupen ese sitio más por el valor de signo¹⁹ que comportan que por su importancia económica en sentido estrecho. La ubicación de este sector en el amplio espectro del mercado corre paralela con la capacidad de instalarse en los procesos de producción de significados. La cultura ha dejado de ser una parcela secundaria, subordinada o "superestructural" del acontecer social. Dada esta posición de la producción de bienes culturales, es válido hacer la pregunta ¿cuál es el papel que han desempeñado los bienes culturales expresamente producidos y puestos en circulación para el segmento de los jóvenes en la construcción de su proceso identitario, especialmente en el campo de lo político y lo cívico?

La importancia creciente de las industrias culturales en la construcción y reconfiguraciones constantes del sujeto juvenil es un hecho que sale al paso de cualquier observador. El vestuario, la música y ciertos objetos emblemáticos constituyen hoy una de las más importantes mediaciones para la construcción identitaria de los jóvenes, elementos que se ofrecen no sólo como marcas visibles de ciertas adscripciones sino fundamentalmente como los publicistas llaman con gran sentido "un concepto, un estilo". Un modo de entender el mundo y un mundo para cada necesidad, en la tensión –identificación-diferenciación–. Efecto simbólico –no por ello menos real– de identificarse con los iguales y diferenciarse de los otros, especialmente del mundo adulto.²⁰

Se puede aventurar la afirmación de que los bienes culturales que consumen diariamente los jóvenes –entre ellos, las narrativas– tienen un impacto en la formación de sus mapas cognitivos y en la puesta en práctica de sus modos de vida, los patrones socioculturales, el aprendizaje y en la interacción social. Los programas de televisión y radio, la música que escuchan, las revistas que leen, las películas que ven, en fin todo lo que compone su consumo cultural, son objetos de mediación que sirven a los jóvenes para reconocerse comunes entre sí y configurar ámbitos de agregación propios.

Los sujetos en parte construyen la realidad que viven y configuran su identidad individual y social de manera relacional. Los individuos se apropian de los discursos circulantes en su realidad social y contexto cultural, atribuyéndoles un nuevo sentido; es decir, intervienen activamente en sus procesos de socialización, construyendo y resignificando las ideas, creencias, valores y normas circulantes.²¹

¹⁹ Véase el capítulo 2, acerca de las relaciones entre valor de cambio, de uso y de signo.

²⁰ Rossana Reguillo, *op. cit.*, p. 23.

²¹ Gabriel Medina, "La vida se vive en todos lados. La apropiación juvenil de los espacios institucionales", en *op. cit.*, p. 83.

En la última década del siglo pasado García Canclini advertía que las personas encontraban en el consumo privado muchas de las respuestas que supuestamente tendría que ofrecer la práctica de la ciudadanía.²² Al paso de los años esta tendencia, lejos de desdibujarse, ha adquirido mayor claridad y fuerza. Como se ha establecido en el capítulo anterior, para la mayoría de la población joven la política es una actividad que merece el mínimo interés, en tanto que sus prácticas cívicas se expresan fuera de lo institucional. Para los jóvenes que viven cotidianamente en los esquemas globalizantes, que crecieron en escenarios de crisis estructurales, que advierten el desgaste de los metarrelatos dominantes, que dan la espalda a los emblemas políticos aglutinadores, que asimilan la implosión creciente de las tecnologías de comunicación, la construcción de su ser político y cívico transita por otros ámbitos. La política no es un sistema rígido de normas para los jóvenes; es más bien una red variable de creencias, un *bricolage*²³ de formas y estilos de vida, estrechamente vinculada a su universo simbólico cultural. La política, la vida en la *polis*, está constituida por ese "mar de relatos" de los que habla Bruner²⁴ y que son, asimismo, constitutivos de identidad.²⁵

La narrativa política es para los jóvenes un hecho mediático. El narrador es una especie de sistema virtual que expone el estado de cosas que sucede en esa construcción llamada "la política". La mayoría de este segmento poblacional ingresa a las cuestiones políticas a través de un medio de comunicación.

²² Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1995. La referencia ha sido hecha en el capítulo 1.

²³ Con este término se designa al proceso cultural de improvisación o adaptación mediante el cual signos o prácticas pasan a sistemas de sentido y ambientes culturales diferentes y son, como resultado de ello, resignificados. Véase Tim O'Sullivan *et al.*, *op. cit.*, pp. 48-49.

²⁴ Jerome Bruner, *La educación, puerta de la cultura*, *op. cit.* Véase el capítulo 1 para la referencia al "mar de relatos".

²⁵ En el primer capítulo se han multiplicado las referencias a la biografía como un caso especial de narrativa. Ahora bien, si la propia biografía es el soporte de la propia identidad, se sigue que aquello que no ingresa a la narrativa personal pertenece a una esfera excluida de la identidad, a lo no identitario. El animal político no es una sustancia, sino una conquista narrativa.

CUADRO 3.6.
 MEDIOS POR LOS QUE SE ENTERAN LOS JÓVENES
 DE ACONTECIMIENTOS POLÍTICOS (PORCENTAJES)

| <i>Estudio</i> | <i>Periódico</i> | <i>Radio</i> | <i>Televisión</i> | <i>Otro</i> |
|--|------------------|--------------|-------------------|-------------|
| Ciudadanos y cultura de la democracia en México | 11 | 11 | 61 | 17 |
| Encuesta Nacional de Juventud | 22 | 6 | 66 | 6 |
| La reforma electoral y su contexto sociocultural | 11 | 15 | 63 | 11 |

Fuente: elaborado con base en: IFE-IIS-UNAM, *La reforma electoral y su contexto sociocultural*, México, 1996; Julia Flores y Yolanda Meyenberg, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE-DECEYEC, México, 2000; Instituto Mexicano de la Juventud-Secretaría de Educación Pública, *Encuesta Nacional de Juventud 2000 (resultados preliminares)*, Centro de Investigación y Estudio sobre la Juventud, México, 2000.

Este universo mediático está presente en la vida de los jóvenes y es en la actualidad su principal punto de referencia. Se trata de una fuente inagotable de mensajes, centro de inspiración y formación de gustos. No ingresar en el universo del consumo cultural de los jóvenes es tanto como situarse en el espectro de lo externo.

"El consumo cultural –dice García Canclini– es el conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica".²⁶ Consumo es apropiación y uso; cuando un objeto se consume se hace propio, se constituye como parte de lo que uno tiene y –probablemente– es. Hay consumo de objetos en el que importa la forma material que adopta esa apropiación: se consume una televisión viéndola, una camisa llevándola puesta, un automóvil usualmente conduciéndolo. Hay, en cambio, consumo en el que lo que importa no es la forma material, sino la simbólica: el consumo material de llevar puesta una camisa no resuelve el hecho de que portar una de

²⁶ Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural...op. cit.*, p. 34. El consumo cultural hace referencia al reconocimiento/apropiación de bienes culturales, en los diversos subcampos de la cultura, con el propósito de entender las dinámicas de la recepción; esto es, los procesos individuales y sociales de decodificación y recodificación de sentidos transmitidos, la formación de públicos y su segmentación, el desarrollo de pautas y estilos de consumo, el funcionamiento del mercado de los bienes culturales, la interacción entre contextos diversos y orientación del consumo, entre otras cuestiones.

esa marca, de ese color, en esa situación específica, significa algo: emite, por decirlo así, un significado.

Además, circula una serie de objetos o productos que, resultado de la diferenciación de la sociedad moderna, son ampliamente reconocidos como culturales (una ópera, un libro, una pintura), es decir, construidos a lo largo de un prolongado proceso de autonomización y especialización de los que producen esos objetos, los productores culturales. Esos objetos, al igual que cualquier otro, son susceptibles de expresar significados; pero lo que resulta decisivo es que predomina en ellos su valor de signo, el hecho de que la apropiación y el uso de esos objetos sea equivalente a introducirse en un mundo en donde lo que está en juego son las propiedades significantes de tales objetos. Ahora bien, siempre podría utilizarse una pintura para decorar una sala o para ocultar las cicatrices de la pared, pero se habrá de aceptar que en tales condiciones hay un código que ha sido violentado. Pues la expectativa dominante debe suponer que es el hecho de que su valor de uso (usarse en la pared) está subordinado a su valor de signo, o valor simbólico. El consumo, según sea el grado de durabilidad del objeto, supone algún desgaste de lo consumido. En el consumo cultural, en el plano en que se despliegan las propiedades significantes del objeto, no hay desgaste, sino crecimiento continuo: el consumo cultural es, por definición, producción continua de sentido. Una novela no sufre desgaste; sobrevive al de su soporte material por medio del continuo despliegue de sus propiedades significantes.

El consumo cultural, que se ha convertido en un criterio para la distinción social, no sólo expresa disposiciones estéticas sino, además, cumple funciones de identidad y discriminación. El consumo constituye el lugar de la distinción social y simbólica entre los grupos. Los hábitos y gustos por sintonizar determinado programa de televisión, escuchar este o aquel género musical, asistir a algún evento artístico, adquieren relevancia en virtud de que el consumo es el área para construir y comunicar las diferencias sociales. El joven que escucha rock, que asiste a conciertos y viste ropa casual de última moda, se presenta a los demás como alguien que desea ser identificado a partir de esos significantes. Desea que se le identifique y reconozca como un personaje con tales características. Esos bienes culturales transmiten información sobre él y sobre las relaciones que espera se establezcan con los demás. Los significantes que emplea en su vida cotidiana lo acercan o lo separan de otros segmentos: no se identificará con los muchachos que prefieren la música tropical o la norteña, o acaso lo haga como una nueva estrategia de distinción ("me gusta el rock, pero por qué no me ha de gustar la grupera").

Consumir un bien cultural es ingresar a un terreno en el que una dimensión del valor de uso de los bienes, el soporte material —el libro-objeto, el *walkman*-objeto, el videocasete-objeto—, funciona como significante —y tal vez como signo—²⁷ en diferentes interacciones. Estos objetos se utilizan como soportes de los significantes que se ponen en marcha en el momento de su actuación; simultáneamente el objeto opera como significante inteligible en el marco de las convenciones en el interior de su grupo. Los jóvenes mexicanos portan estos signos materiales en los ambientes de cercanía, en la familia. Los aparatos electrónicos forman parte de su consumo cultural en el marco del uso general que les da la familia; en este caso se encuentra el uso de la televisión, la radiograbadora y el reproductor de discos compactos. En paralelo, los jóvenes se relacionan con estos soportes por medio de un uso exclusivo, en los que destacan también la radiograbadora, la televisión y el reproductor de discos compactos.²⁸

Los bienes culturales son objeto de un consumo en el que el usuario o consumidor está inmerso en las propiedades significantes del bien. La radiograbadora soporta una comunicación poblada de significantes que presuponen significados públicamente estandarizados. Las narrativas forman parte de este proceso. La dimensión propiamente narrativa se consume por medio de un proceso de significación: el consumidor se adentra en una trama, es colaborador implícito de las estrategias y los artificios empleados por el narrador, reconoce significantes y significados que se presuponen recíprocamente. La letra de una canción dirigida al referente amoroso supone la participación activa del receptor; éste tiene que imaginar la situación narrada por el texto de la canción o imaginar una situación análoga que consiga funcionar como significado instantáneamente construido de los significantes emanados de la canción: "ésa me gusta porque habla de mí". El análisis de narrativas que este trabajo se propone está dirigido a explorar los significados cívicos y políticos de las narrativas y los significantes que desatan significaciones a este respecto. A tal propósito está destinado el tercer apartado de este capítulo. Antes de llegar a esa exposición, en lo que sigue se desarrolla una visión de conjunto del consumo cultural de los jóvenes, a fin de elaborar una selección juiciosa de las narrativas sujetas a análisis.

Indice

²⁷ Ha de cuidarse de emplear estos dos términos de manera intercambiable. Pueden conceptuarse como significantes en el entendido de que hay una expectativa razonable de que presuponga un significado, pero tiende a ser indeterminado o sujeto a discrepancia ("usar ese estilo de ropa es de fresas"); resulta apropiado concebirlo como signo si el significado presupuesto es inequívoco y si, al mismo tiempo, ese significado presupone tal significante. En todo caso, se trata de sutilezas susceptibles de discusiones pormenorizadas en otros contextos.

²⁸ Encuesta Nacional de Juventud, *op. cit.*, p. 17.

Hacia un perfil de la fuerza cultural de las narrativas

Por lo que se ha expuesto hasta aquí, la población joven está en contacto cotidiano con los medios de comunicación. En mayor o menor medida, el consumo de bienes culturales es una constante en la vida de los jóvenes. De acuerdo con las cifras de la encuesta publicada por el diario *Reforma*, los jóvenes de 16 a 17 años ven televisión frecuentemente (96%), escuchan radio (86%), asisten al cine (63%) y usan computadora (53%). La población comprendida entre los 18 y 29 años se manifestó en similares porcentajes, lo cual contrasta con actividades como la lectura de libros, revistas y periódicos, que ocupan los últimos lugares entre las preferencias de este segmento poblacional.²⁹ Los medios están ya inscritos en las biografías de los jóvenes; y éstos en las de los medios.

El consumo cultural está organizado en forma de gustos o preferencias. En el espectro formado por esos gustos es donde hay que buscar los procesos en que se despliegan las propiedades significantes de las historias. Los gustos son el cedazo de la significación narrativa. Los tipos de música que más prefieren los jóvenes son el rock y la llamada música gruperá; después de estos dos se ubican tres géneros musicales más: romántico, tropical y ranchera.³⁰ De acuerdo con el sexo, el rock, la ranchera y la música tecno son los géneros musicales consumidos mayoritariamente por los hombres. Los otros tipos de música reciben mayor aceptación de las mujeres.³¹ Los programas de televisión preferidos son los noticiarios, los deportivos y las telenovelas. Aquí también la variable sexo es importante: entre los hombres es abrumadora la preferencia por las series deportivas, en tanto que las telenovelas tienen entre las mujeres a su público mayoritario. Las películas de acción, suspenso y comedia constituyen el conjunto de géneros que con mayor frecuencia se consumen. A su vez, los programas de radio más escuchados son los musicales, noticiosos y de entrevistas. En el caso de internet, el entretenimiento, la música, y la ciencia y educación son las páginas de mayor demanda.³²

De acuerdo con lo anterior, el consumo cultural de los jóvenes está abrumadoramente volcado a los soportes desarrollados a partir de las revoluciones tecnológicas recientes. Las industrias electrónicas de comunicación han venido desplazando las formas tradicionales de producción y circulación de la cultura. En la misma línea, el consumo cultural privado y

²⁹ *Reforma*, 14 de abril de 2001, p. 2c.

³⁰ *Idem*.

³¹ *Idem*.

³² *Idem*.

en el propio domicilio (radio, disco, televisión, video, internet) desplaza el consumo de los equipamientos públicos (teatros, cines, bibliotecas, casas de cultura y salas de conciertos). Las tecnologías avanzadas marcan la diferencia en el consumo cultural, especialmente en función de cuál sea el estrato social al que se pertenezca.³³

El consumo de los bienes es una práctica y está asociado a cierta forma de ejercer el oficio de consumidor. Consumir un automóvil supone la práctica de conducirlo, consumir literatura supone la práctica de la lectura, consumir películas supone la práctica de asistir a la sala de cine. Si entre las principales actividades que realizan los jóvenes en su tiempo libre están ver la televisión, convivir con la familia y escuchar música,³⁴ el consumo en su dimensión simbólica tendría que proceder como una apropiación probablemente asociada con procesos de reinterpretación en sus grupos inmediatos, la familia y, probablemente, los llamados grupos de pares. Para abundar un poco más en esta línea, de acuerdo con ciertos datos, los jóvenes dedican más horas a estar con sus familiares, con la novia o novio, a ver televisión y escuchar música.³⁵ La disponibilidad de los jóvenes para participar en procesos colectivos de resignificación –búsqueda de significados para significantes emergentes, combinaciones de signos consolidados, búsqueda de significantes para significados que les salen al paso en su quehacer cotidiano– ocurre en el mundo que ellos tienen "a la mano", en contextos copresenciales;³⁶ mientras el consumo y las prácticas culturales entre la mayoría de los jóvenes se caracterizan por estar articulados en torno a la industria cultural de los medios de comunicación, los significantes con que interactúan en una parte del proceso de consumo son "locales", "interactivos", ligados a procesos de producción de sentido con personas presentes.

³³ En general ésta es la misma tendencia que prevalece al menos en los países latinoamericanos. Amplios sectores sociales se incorporan a la cultura global mediante el acceso exclusivo a la primera etapa de las industrias audiovisuales: los entretenimientos y la información que circulan en radio y televisión de acceso gratuito. En tanto que algunos grupos minoritarios participan en una segunda etapa de los medios comunicacionales, que incluye los circuitos de televisión por cable e información a través de videos. Y únicamente una reducida elite, empresarial, política y académica, es la que está conectada a las formas más activas de la comunicación de hoy, es decir a esa tercera etapa que incluye fax, correo electrónico, internet, parabólicas, filmación de videos de aficionados y la construcción de redes virtuales de tipo horizontal. Véase entre otros a Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos, op. cit.*; Néstor García Canclini y Carlos Juan Moneta, *op. cit.*, y Gregorio Recondo, *Mercosur. La dimensión cultural de la integración*, Ciccus, Buenos Aires, 1997.

³⁴ *Reforma, op. cit.*

³⁵ Encuesta Nacional de la Juventud, *op. cit.*, p. 17.

³⁶ Debe recordarse, para estos efectos, que el consumo cultural es simultáneamente una nueva producción de sentido; a diferencia del consumo material, la significación no implica desgaste alguno: hay una renovación y circulación continua de signos, significados y significantes. Véase Tim O'Sullivan, *et al.*, *Conceptos clave...*, *op. cit.*, pp. 284-285.

A partir de aquí la tarea siguiente consiste en presentar cuáles son las narrativas que bajo la forma de bienes culturales circulan entre los jóvenes y tienen mayor aceptación. Se obtendrá de ello un inventario de las narrativas más exitosas entre la juventud. El éxito, sin embargo, no sólo es un fenómeno susceptible de ser conceptualizado en cuanto a cantidad de discos vendidos o como *rating*. Se puede adoptar el supuesto de que aquellos objetos culturales que predominan en las preferencias y el consumo de un segmento de la población poseen lo que puede denominarse mayor *fuerza cultural*. Dado que el consumo cultural transcurre como un proceso de continua reelaboración y reorganización de significados, signos y significantes, cualquier cosa puede decirse de ello excepto que el consumidor sea un pasivo receptor de mensajes; una imagen así supone un aparato teórico-conceptual fundamentalmente inadecuado e insuficiente. La actividad del receptor del mensaje ha de darse por hecho. Si esto es así, la continua renovación de las propiedades significantes de los relatos supone al menos un proceso de *apropiación colectiva de las narrativas* por medio de innovaciones en su significación. Algunas narrativas, algunos artificios, algunas creencias consiguen, por algún motivo, mayor éxito que otras; y ello, si lo dicho anteriormente tiene sentido, entraña una mayor fuerza cultural.

Se sabe que los jóvenes no ven, escuchan ni leen todas las narrativas con que tropiezan cotidianamente; pero no se sabe con precisión qué consumen, ni bajo qué principios estéticos, culturales o ideológicos realizan sus elecciones de narrativas. Tampoco se sabe de qué se apropian una vez consumidas las narrativas o, incluso, si efectivamente hay un nivel de apropiación. Finalmente tampoco se conocen las consecuencias del consumo de narrativas de este segmento de la población. ¿Se consumen narrativas únicamente para entretenerse, o se busca satisfacer otro tipo de necesidades (información, aprendizajes diversos, recibir consejos, aceptación del grupo, entre otras)?

En la línea argumental seguida hasta aquí, la fuerza cultural de las narrativas es un atributo razonablemente articulado al espectro de signos con que los jóvenes organizan el mundo y su propio lugar dentro de él. ¿Qué narrativas poseen mayor fuerza cultural en la actualidad?³⁷

³⁷ La "actualidad" es un atributo de las narrativas que está destinado a desaparecer. Al responder a la pregunta ha de tenerse presente que los gustos y las preferencias, al igual que el éxito y el *rating*, pertenecen al universo de lo efímero (Gilles Lipovetsky, *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona, 1996). Lo que se presenta a continuación es un "retrato", no una secuencia de ese conjunto de narrativas; ¿hay atributos que permanecen detrás de la continua movilidad de los contenidos narrativos? Se pone a discusión este punto en la tercera parte de este capítulo y en el cuarto.

CUADRO 3.7
LOS PROGRAMAS TELEVISIVOS DE MAYOR *RATING*

| <i>Canal</i> | <i>Programa</i> | <i>Rating* %</i> |
|--------------|--------------------------------------|------------------|
| 2 | <i>Amigas y rivales</i> (telenovela) | 25.3 |
| 2 | <i>Cero en conducta</i> | 25.0 |
| 2 | <i>La hora pico</i> | 24.4 |
| 2 | <i>Diseñador ambos sexos</i> | 21.9 |
| 2 | <i>Los comediantes</i> | 21.2 |
| 5 | <i>Otro rollo</i> | 13.2 |
| 7 | <i>Picante y caliente</i> | 11.5 |
| 7 | <i>Como en el cine</i> (telenovela) | 11.3 |
| 13 | <i>Gente con chispa</i> | 10.9 |
| 7 | <i>Los Simpson</i> | 8.8 |

* Se refiere al porcentaje de hogares (o personas) con la televisión encendida en un canal y una hora específicos en relación con el total de TV hogares (o personas consideradas). Cada punto de *rating* equivale a 387 960 personas o a 92 137 hogares. Así, los 25 puntos de *rating* de la telenovela *Amigas y rivales* significan 9.6 millones de personas o 2.3 millones de hogares de audiencia promedio.

Fuente: elaboración propia con base en www.ibopeagb.com.mx. Los porcentajes de *ratings* se calcularon con base en los reportes de la primera semana de los meses comprendidos en el periodo enero-septiembre de 2001.

A su vez, el consumo radiofónico está enfocado a los géneros musicales del rock, grupería, pop y rancheras. Entre las estaciones preferidas por los jóvenes se encuentran: Radioactivo, Órbita, la Z, Stereo Joya, Digital, Radio Uno, WFM, Alfa Radio, Vox.³⁸ En internet, el consumo más significativo está dirigido a la búsqueda de portales (87%), telecomunicaciones y servicios (80%), negocios electrónicos y *software* (59%), entretenimiento (51%) y comunidades en línea (50).³⁹ Las películas de acción, suspenso y comedias constituyen los géneros preferidos entre la población joven.⁴⁰

Este breve acercamiento a los bienes culturales de mayor fuerza cultural entre los jóvenes indica que existe una preferencia por las narrativas en que predomina el entretenimiento, la diversión, el melodrama y la comedia. Lo que caracteriza a las narrativas de

³⁸ Véase Instituto Mexicano de la Radio, *Voces en el aire. La revista de la radio*, junio de 2001. Estos resultados corresponden al estudio sobre medición de *rating* elaborado por INRA entre jóvenes de 18 a 24 años de edad.

³⁹ Véase Nielsen/Net Ratings, agosto de 2001

⁴⁰ *Reforma*, *op. cit.*

mayor consumo es la mezcla de temas, objetos, símbolos, situaciones e historias fácilmente reconocibles en los que los jóvenes hallan goce y significación en distintos niveles.

Para la gran mayoría de los jóvenes son este tipo de narrativas articuladas en los bienes culturales las que forman su universo de saberes y significaciones. Su relación con las narrativas es de asiduidad, de interés en los contenidos y de precisión en su manejo. Son este tipo de narrativas, este universo de símbolos y mensajes lo que más les resulta significativo, lo que constituye el centro de su interés. Lo que fundamenta, en alguna medida, sus disposiciones estéticas y sus prácticas culturales; la materia de sus conversaciones y preocupaciones; la fuente de muchos de sus saberes y objetos de deseo. En suma, los fascina, cautiva e interpela con mayor éxito.

Ahora bien, de acuerdo con lo expuesto a lo largo de este trabajo, el narrador o productor cultural⁴¹ adopta un cierto número de supuestos acerca de su destinatario. Ciertos saberes, ciertos prejuicios, ciertos estados de normalidad actúan como presuposiciones que incorpora el narrador a fin de que pueda poner en juego los artificios y las estrategias de la narración. Para los propósitos de este trabajo debe asumirse que el productor cultural o narrador adopta una cierta concepción de *la política*⁴² y –lo que es aún más relevante– pone en juego determinados supuestos acerca de cuanto aquí se ha denominado *lo cívico*. No importa, por tanto, la corrección teórico-conceptual de lo que asume el productor cultural, sino *la manera como tiene construido al destinatario* –en este caso a los jóvenes o al joven promedio– en materia cívica. ¿Por qué es relevante esta suposición? Porque, independientemente de que tenga o no razón en su percepción de cuál es la noción o las actitudes dominantes entre los jóvenes acerca de lo cívico, las nociones o imágenes asumidas por el narrador *se introducen en el hecho narrativo como hechos de la normalidad*. Por consiguiente, hechos que comunicativamente pasarán a formar parte del saber convencional de los destinatarios.

En el apartado que se expone a continuación, por tanto, la *textualidad* de la narrativa está sujeta a observación dado que se supone que representa la significación cívica y políti-

⁴¹ En el ámbito semiológico o narrativo estas dos expresiones no son intercambiables. El narrador es un componente de la ficción, mientras que el productor cultural –o autor– es una persona que pertenece al mundo real. Pero desde el punto de vista aquí adoptado, tanto la voz narrativa (el narrador) como los artificios y las estrategias que pone en juego, como las suposiciones que adopta, forman parte de las estrategias comunicativas del productor cultural.

⁴² Con excepciones, el productor cultural no es –ni tiene por qué serlo– un teórico de la política ni experto en los últimos desarrollos de las discusiones entre eruditos. Lo más probable es que adopte la noción culturalmente dominante de *la política*, como se ha discutido en el capítulo 2.

ca que subyace al hecho narrativo. ¿Qué sucede con el receptor, qué estrategias adopta para reelaborar la significación de lo que se le presenta como objeto cultural, qué hábitos despliega para resistir o para reafirmar la explosión de signos de que es objeto? Tales preguntas, de enorme interés, suponen un trabajo pormenorizado que reconstruya los procesos que subyacen a la recepción de las narrativas.

| |
|--------|
| Indice |
|--------|

Lo cívico y la política en las narrativas para jóvenes

En este apartado se presentan los resultados del análisis aplicado a un conjunto de productos culturales ampliamente consumidos por una cantidad considerable de jóvenes mexicanos. Las piezas de consumo han sido seleccionadas conforme a un criterio de fuerza cultural, considerado páginas atrás. En el anexo 1 se presenta la relación de las 25 historias sometidas a análisis.

Sobre la construcción narrativa de lo público

Al observar el conjunto de objetos culturales que consume la mayor parte de los jóvenes, lo primero que salta a la vista es la ausencia casi total de cuanto en este estudio se ha llamado *la política*. En sólo cuatro de los productos culturales sometidos a análisis se introduce un asunto inequívocamente político.⁴³ Considerando que las narrativas examinadas están concebidas para jóvenes, esto significa que desde el punto de vista de los productores culturales los temas políticos representan un territorio de escaso interés para los destinatarios. Si el productor cultural creyera que se trata de un ámbito capaz de interpelar a los jóvenes, sería utilizado; pero la construcción dominante de lo que es la política —en la que participan en buena medida los propios productores culturales— en este caso termina dominando a sus propios productores y divulgadores. El lugar que ocupa la política en la juventud es el mismo que los productores culturales le asignan en las narrativas dirigidas a esa población. La desafección de la juventud por la política es la misma que los productores culturales plantean en sus narrativas y atribuyen a sus destinatarios.

⁴³ "Inequívocamente político", se entiende, dadas las características de la concepción dominante de la actividad política, como un "círculo cerrado" al que tienen acceso privilegiado los políticos. La predominancia de esta concepción es lo que hace inequívoco el carácter del tópico.

En estrecha relación con lo anterior, el productor cultural da por sentado que el destinatario de los mensajes es lego en materia política: para el destinatario basta con emplear ciertos lugares comunes que no hagan sino reproducir los entendimientos existentes en la materia.⁴⁴ El estereotipo —esa características de ciertos tratamientos discursivos que vuelven innecesaria la observación atenta— se emplea a manera de una continua reiteración de determinados rasgos con exclusión de otros: se presenta como lo que pertenece al campo de lo sabido por todos. El tratamiento de la política, de por sí escaso, que puede encontrarse en los productos culturales se presenta como una reiteración de una especie de sabiduría convencional que asigna a la política supremacía en cuanto a mentira y demagogia. De esta manera, el destinatario queda exento de examinar por sí mismo no tanto lo que ocurre en "esa" esfera, sino su propio papel en ella.

Por otra parte, los casos en que se aborda un tópico "inequívocamente político", de manera invariable es usual que se haga mofa de él o que se deslice un comentario desaprobatorio. Es posible señalar algunos ejemplos de esto. En el filme *Y tu mamá también*, el padre de uno de los protagonistas es un alto funcionario público, quien según todos los indicios posee una fortuna cuantiosa. Cerca del final de la historia, cuando el contexto da a entender que los dos protagonistas jóvenes se están hablando con sinceridad —esto es, se están exponiendo pensamientos hasta entonces no explicitados y revelando acciones en contra de su amistad—, uno de ellos hace ver al hijo del funcionario que la fortuna del padre proviene de actos de corrupción. El productor cultural emplea este recurso para dar a conocer que durante su amistad el joven ha creído eso —y probablemente también el destinatario de la historia—, pero que sólo lo hace saber en un momento especial.

Por tanto, la escena introduce una ruptura de lo que en la historia funciona como asunto consabido —es una complicación, según la terminología de van Dijk—;⁴⁵ pero esto último

⁴⁴ Claro que podría refutarse en el sentido de que los jóvenes no tienen por qué ser expertos en la materia. Y podría añadirse: máxime si en ese periodo de la vida uno despierta a cosas como el amor, el sexo, la transgresión de normas, entre otras. Debe insistirse, sin embargo, en que, primero, ello no explica las opciones adoptadas por el productor cultural (que se han de mostrar más adelante) y, segundo, como se ha defendido en el capítulo 2, que esos "intereses naturales de la juventud" (amor, sexo, drogas) no tienen nada de "natural". El enriquecimiento de la vida privada, expresado en esos "intereses naturales", es producto de ciertas opciones adoptadas a lo largo del tiempo por gobiernos, por las propias organizaciones estatales; son elecciones educativas, elecciones en materia de comunicación masiva; incluso de opciones de escala civilizatoria. Es, para ponerlo en los términos de una distinción conceptual-política en boga, producto de opciones más "liberales" que "republicanas". Pero, se insiste una vez más, eso no tiene nada de natural; tales elecciones están asociadas al carácter histórico de la sociedad. Y son esas elecciones, una vez naturalizadas, las que explican que se convierta en natural el que los jóvenes sean vistos como comprensiblemente legos en materia política.

⁴⁵ Teun van Dijk, *op. cit.*

no consiste en que el padre sea corrupto (la narración no lo establece), sino que tal es lo que el joven cree. Al narrarse la creencia del joven, la tesis sobre el carácter corrupto del padre⁴⁶ queda colocada en el terreno de lo indiscutido.

En una de las narraciones de *Otro rollo*, hecha por Adal Ramones, se recurre al chiste para abordar el tema de la política. Se imitan grotescamente el tono de hablar y los ademanes de quien se supone es un diputado o político, para provocar risa entre los espectadores. Un recurso semejante se emplea en la serie *Cero en conducta*, en la que uno de los alumnos –un adulto disfrazado de menor– "habla como político" (es decir, es grandilocuente, ampuloso) y, como algo obvio, su forma de hablar recibe, entre risas, desaprobación; de nuevo, la interpretación en la forma de metonimia (la forma de hablar por el contenido de lo hablado) conduce a que "hablar como político" constituya una representación de "mentir" o, más aún, de "no decir nada".

El tópico político no es objeto de un tratamiento que sorprenda. Uno de los recursos que utilizan los productores culturales (en su forma transfigurada: como narradores) consiste en crear lo que podría denominarse personajes-oxímoron, es decir, que contienen aspectos contrapuestos en su personalidad o caracterización. Así que no es inusual encontrarse personajes, ahora ya estereotipados, como el "bandido de nobles sentimientos", el "profesor universitario que se transforma en un asesino en serie", la "prostituta espiritualmente virginal" o algo parecido. En lo que se refiere a las historias sometidas a estudio, el manejo estereotipante de los personajes (y, por sinécdoque, el todo) conduce a que no se pongan en tensión las características de la política; de acuerdo con esa lógica podría introducirse, por ejemplo, un personaje que a la vez fuera político y honesto o de palabra mesurada; si este recurso no es empleado (y es probable que ni siquiera llegue a considerarse), lo más probable es que se deba a que el productor cultural lo considere ineficaz. La política está marcada e ingresa a la sabiduría convencional rodeada de comprensiones simplificadas.

Como resultado, la política acaba siendo presentada como un ámbito invadido por hábitos y comportamientos censurables, a la vez que esto se ofrece como algo normal. Lo primero podría ser discutido –una vez determinados qué comportamientos ingresan a esa categoría– en cuanto a su contenido de verdad; lo segundo es un juicio valorativo de los productores culturales. La construcción prototípica de los personajes públicos está asocia-

⁴⁶ Esta tesis podría interpretarse como una sinécdoque: el padre, un funcionario que se desenvuelve en el ámbito de la política, es corrupto, *como todo en ella*.

da a la corrupción, al engaño, a la codicia, a las intrigas, entre otras cosas. En la construcción culturalmente dominante de la política es común que, en lo que respecta a las narrativas destinadas a los jóvenes, los "profesionales de la política" estén contruidos a la manera de seres moralmente censurables.

Desde el punto de vista del productor de las historias –un productor cultural que se dirige a jóvenes–, la política es un tópico que, si llegara a tratarse con seriedad, terminaría ahuyentando al auditorio. Un tratamiento así, que se basa en estereotipos y supone un auditorio poco exigente en el tratamiento de estos temas, contribuye a la construcción del tópico político como un ámbito que incorpora sólo a cierto tipo de personas. Cabría esperar de ello efectos desmovilizadores ampliamente difundidos. Los resultados de la encuesta aplicada por el Instituto Federal Electoral apoyan esta conexión (que, sin embargo, no habrá que considerar probada).

CUADRO 3.8.
ÍNDICE DE MOVILIZACIÓN POLÍTICA POR RANGO DE EDAD*

| | <i>Nulo</i> | <i>Bajo</i> | <i>Medio</i> | <i>Alto</i> |
|-----------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| Jóvenes | 25.1 | 48.0 | 18.1 | 8.8 |
| Adultos jóvenes | 21.4 | 50.5 | 18.8 | 9.1 |
| Adultos mayores | 17.5 | 45.5 | 24.2 | 12.7 |
| Tercera edad | 11.4 | 55.1 | 28.0 | 5.3 |

* Las cifras han sido modificadas para corregir las inexactitudes con que se había elaborado esta tabla en la versión disponible.

Fuente: Instituto Federal Electoral, *Ciudadanos y cultura de la democracia en México*, 2000.

En las cuatro categorías por grupos de edad, según la clasificación del estudio de donde provienen estos datos, los mayores porcentajes se presentan en el índice bajo de movilización política; los jóvenes son un caso particular de un fenómeno general. Ahora bien, al observar únicamente la categoría de los jóvenes se pone en claro que 73% de ellos se ubica en los rangos nulo y bajo de movilización política; al examinar los datos referentes a los grupos de adultos mayores y los de tercera edad, se presentan los más altos porcentajes en los niveles medio y alto de movilización. Son muy pocos los jóvenes con alta movilización política (8.8), pero siguen constituyendo un caso especial dentro de un fenómeno general. Establecidos estos parámetros, conviene preguntarse: ¿cuáles son los factores determinantes generales de la desmovilización y cuáles por cada rango de edad? En

el terreno del consumo cultural hay una hipótesis que podría explorarse posteriormente, si se considera oportuno profundizar en los procesos de construcción de significados de los asuntos públicos entre los jóvenes.

Los productores culturales ponen en juego un cierto entendimiento de la distinción culturalmente establecida entre lo público y lo privado. La forma convencional de establecer esta distinción adopta, en primer lugar, un criterio jurídico: lo público está formado por los asuntos que manejan los actores autorizados para ello, los políticos y responsables de oficinas de gobierno; lo privado es todo lo que está fuera de esa definición. En segundo lugar, si bien supone poner en cuestión el predominio de la categorización jurídica, la distinción se aplica por un criterio de *incumbencia*: estén o no jurídicamente indicados como públicos, aquellos asuntos que incumben a todos o la mayoría se entienden como públicos, y los que incumben sólo a una persona o a un grupo, como privados. Al observar este aspecto en las historias sometidas a análisis es posible encontrar el manejo narrativo de esta distinción. ¿Constituye el poner en tensión este entendimiento convencional una estrategia para captar la atención, para interpelar con éxito al auditorio?

Algo menos de la mitad de las historias analizadas transgreden o ponen en cuestión el distingo público/privado. No es inusual acudir a este recurso para captar la atención de los receptores. Una de las maneras que adopta esta estrategia consiste en invadir el espacio de incumbencia que las convenciones culturales adscriben a lo privado. En las entrevistas a los famosos se suele utilizar el recurso de construir públicamente sus historias privadas. Artificio empleado desde tiempo atrás, el auditorio es convocado a conocer las historias en que una persona figura como protagonista (de telenovelas, de películas y como intérprete de canciones) y a conocer la historia de su vida personal. Las revistas destinadas al público joven (se analizó *TV y Novelas*) utilizan con insistencia este recurso. Sin embargo, no se acude a él sólo en el ámbito de los famosos.

En los programas radiofónicos destinados a los jóvenes se emplea el recurso de transgredir la distinción público/privado. Los productores radiofónicos que se dirigen a los jóvenes suelen construir historias sobre la base de esta transgresión. En una de las emisiones estudiadas los jóvenes del auditorio eran convocados a hacer una broma a un familiar, para lo cual conducían la situación a que se difundieran aspectos de la vida personal de los involucrados. "Sed del otro", define el productor cultural Federico Wilkins (conocido por las series genéricamente denominadas como *talk shows*) la motivación que justifica estos

objetos culturales; convendría precisar: sed *ilegítima* del otro, según las distinciones convencionalmente aceptadas de lo público y lo privado conforme al criterio de la incumbencia.⁴⁷

Las narrativas por lo común introducen una complicación o ponen en juego un problema. Éste puede concernir a una de las categorías en que se han organizado, para este estudio, *los demás*. La puesta en juego de problemas que repercutan en círculos cercanos pueden interpretarse como alusivos a una publicidad y civilidad escasas o precarias, a diferencia de las referencias a problemas que atañan a desconocidos o lejanos, característicos de la ciudadanía en la sociedad compleja. La referencia más frecuente es la de problemas que atañen a los propios jóvenes; derivados –con alta probabilidad– del interés de los productores culturales por introducirse en el campo de incumbencia de su auditorio, las narrativas consumidas por los jóvenes asumen que entre ellos la capacidad de verse interpelados por problemas colectivos que trasciendan su "mundo" es escasa; en todo caso, para eso tendrán que refugiarse en los diarios, las revistas no dirigidas a jóvenes y los noticieros; tendrán que "adultizarse".

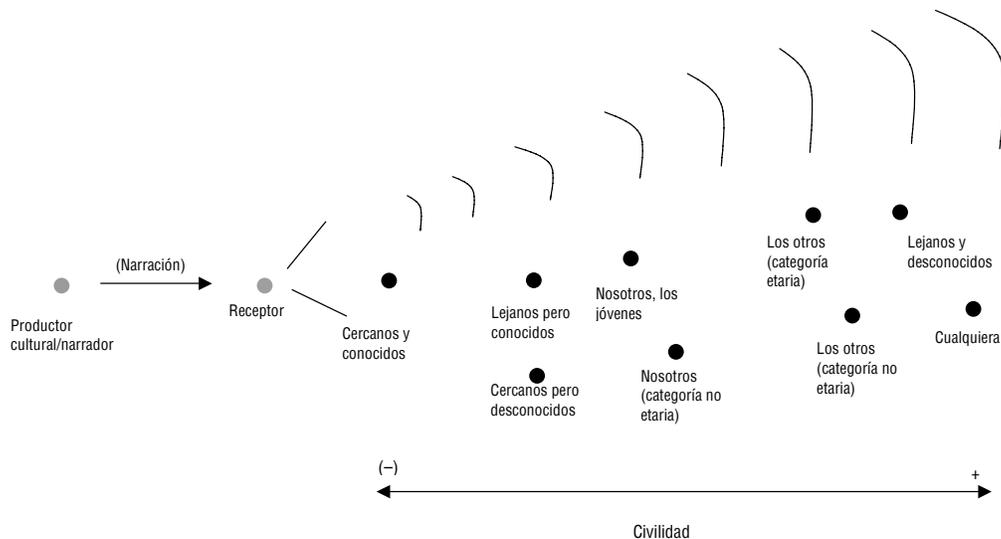
Lo expuesto hasta aquí ha versado sobre la construcción dominante de los asuntos públicos por parte de los productores culturales. Las narrativas poseen un fuerte componente desmovilizador, independientemente de propósitos políticos, como los que se utilizan en ciertas estrategias de campaña. Esto es particularmente claro en la forma de encuadrar y construir la noción de *la política*; los jóvenes que deseen acercarse a ésta tendrán que hacerlo por medio de los noticieros (que no forman parte de los productos de mayor interés para ellos). El manejo de la distinción entre lo público y lo privado, que tiende a manejar el criterio de la incumbencia, admite interpretaciones variadas y probablemente controvertidas. En todo caso, el transgredir la distinción por medio del expediente de infundir interés en los asuntos privados de los demás conduce a una relación con lo público basada en una invasión del espacio de los demás y a una práctica sustentada en la carencia de respeto por los derechos del otro.

⁴⁷ La referencia de Federico Wilkins se encuentra en <http://www.telenet.com.mx/entrevistas/wilkins.html>.

Recursos narrativos en la construcción de la civilidad

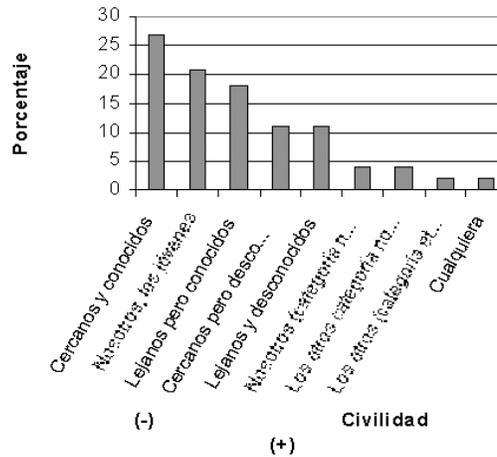
Ahora bien, desde el punto de vista de los productores culturales, ¿qué lugar ocupa lo cívico en los jóvenes? Para abordar esta cuestión, las narrativas han sido analizadas según la forma en que se construye la relación del receptor –el joven– con los demás. Para tales efectos, los demás, desde el punto de vista de un individuo, pueden organizarse según criterios de cercanía/lejanía y conocimiento/desconocimiento. Los demás van desde los cercanos y conocidos –típica, si bien no exclusivamente, familiares– hasta seres lejanos y desconocidos: aquellos que forman el espectro, amplio y difuso, de lo indeterminado; e incluso, más allá, a "cualquiera", el referente más abstracto posible, el "otro" que supone la teoría moderna de la ciudadanía, esto es, sencillamente un ser humano, con prescindencia de su ubicación geográfica y temporal. Diríase que cuanto más cercanos y conocidos sean los otros a que los jóvenes conceden importancia y consideración –celo y generosidad, indica la Real Academia a propósito del civismo– menor civilidad estará en juego. Y viceversa, cuanto más consideración merezcan aquellos con los que no se ha formado una relación como la familiar, basada en normas internas, afectos y solidaridades, es decir, cuanto más lejanos y desconocidos o bien cuanto más tiendan a poner en consideración a "cualquiera", mayor civilidad cabría concebir. La siguiente gráfica tiene por objetivo ilustrar esta relación.

GRÁFICA 3.1.
LA CIVILIDAD COMO FUNCIÓN
DE LA CERCANÍA Y CONOCIMIENTO DE LOS OTROS



El análisis arroja que los productores culturales emplean recursos narrativos de civilidad precaria. La gráfica 3.2. presenta en una visión de conjunto este perfil.⁴⁸

GRÁFICA 3.2.
PERFIL DE LA CIVILIDAD EN LOS
PRODUCTOS CULTURALES DE MAYOR CONSUMO



La gráfica muestra que el productor cultural asume que el joven receptor dará importancia a los cercanos y conocidos. Las historias y los mensajes en general crean situaciones en que el receptor es interpelado de manera tal que el mundo le resulte familiar. Las historias para el consumo de los jóvenes se forman por tramas cuyas principales cuestiones son las que, se supone, afronta un joven "promedio", el mismo que se forma mentalmente el productor cultural. ¿Cuáles son esas cuestiones? Si es una canción, la historia que se cuenta es, por ejemplo, la de un hombre –probablemente joven, si bien no necesariamente– que

⁴⁸ Los productos culturales analizados no constituyen una muestra representativa de lo que se produce en México o en el exterior, sino un conjunto de bienes culturales que en cierto periodo han sido consumidos por amplios segmentos de población y que, dadas las definiciones convencionales, pueden considerarse "para jóvenes". El instrumento de recolección de los datos se enfoca a detectar una serie de aspectos de las obras que requieren algún grado de interpretación. La objetividad de este tratamiento sólo puede determinarse por medio de la disponibilidad de los instrumentos y el que las interpretaciones incorporadas en ellos sean susceptibles de discusión por parte de otros interlocutores.

vive un episodio de desamor. Si es una telenovela, son los problemas que enfrenta con su pareja, con los jefes en el trabajo o con las parejas de las y los amigos. El realismo, entendido como reproducción "fiel" —e incluso, en ocasiones, "cruda"— de los sucesos objeto de narración, es también una estrategia adoptada por el productor cultural; en muchos otros casos, sin embargo, las historias fantásticas —que suponen un cierto "contrato narrativo" con el destinatario pero que al mismo tiempo operan en el espacio de la imaginación— consiguen con éxito contar la historia.

En estrecha relación con lo anterior, los productores culturales asumen también —a veces indistintamente— que el interés del destinatario está depositado en alguien como él/ella. La categoría "nosotros los jóvenes" indica aquellos casos en que la narrativa interpela al receptor en el supuesto de que su interés está en alguien de condición similar; condición que a su vez se entiende desde el punto de vista de la edad. Esta estrategia narrativa contribuye, a su vez, a construir sistemáticamente ese artefacto cultural denominado "mundo de los jóvenes".

Los jóvenes también son interpelados sobre la suposición de que su interés está en los lejanos pero conocidos. Típicamente éste es el caso de los famosos: para un joven, las historias de su artista favorito son las de alguien a quien conoce (sus aventuras y desgracias son difundidas con amplitud) pero que le resulta lejano (es improbable que llegue a frecuentar a esa persona en su vida cotidiana). Este punto, como se podrá notar, está relacionado de cerca con las transgresiones a la distinción público/privado señaladas líneas arriba. Introducidos a historias de personas que se mueven en un espacio en que se ha borrado la distinción entre lo "verdadero" y lo "ficticio", los jóvenes habitan, en esas ocasiones, en una ciudad, una *civitas*, donde lo interesante consiste en estar al tanto de las venturas y desventuras de unos *otros* individualizados y continuamente recordados. ¿Hay algo que pueda acreditarse como cívico en un hábitat cultural así?

Algunos productores culturales asumen que el interés del destinatario está puesto en los lejanos y desconocidos, lo que parecería conllevar mayor civismo; pero en la forma en que es empleado el recurso esta suposición se echa por tierra. Por ejemplo, en ciertos programas radiofónicos los mensajes se elaboran de manera tal que el escucha se introduce a la vida de una persona con la que seguramente jamás tropezará en su vida y el interés que se desata en la emisión analizada gira alrededor de cómo se debe "robar un beso". Las personas que llaman a la estación para abordar el asunto en ocasiones opinan, en otras narran una anécdota relacionada con el tema a que se ha convocado. El interés del escucha está

centrado, como puede colegirse de lo anterior, en la manera como se ha de forzar una situación –un beso– que probablemente la otra persona no desea –hay que "robarlo"–; los escuchas son interpelados por las argucias de quienes llaman para conseguirlo. Lejanos y desconocidos, aquellos que son objeto de interés por parte del escucha son como "cualquier otro"; incluso podría ser el escucha mismo.

Los demás ocupan, desde el punto de vista del productor cultural, una cierta centralidad. Al organizar las relaciones con los otros, cada persona otorga centralidad a cierta categoría de personas: ¿Quiénes están en el centro de las relaciones con los otros? Tomando en cuenta que las cifras no son estadísticamente representativas, es posible hacerse una idea de la forma en que los productores culturales conciben el modo en que los receptores de sus mensajes, a su vez, organizan las relaciones con los demás.

Para los productores culturales, los jóvenes organizan sus relaciones otorgando centralidad a los cercanos y conocidos, a los propios jóvenes y a los lejanos pero conocidos; las demás categorías quedan colocadas por debajo. Si se atiende al punto de vista de los productores culturales, los jóvenes son personas que se relacionan con los demás de manera tal que el centro de su atención lo ocupan aquellos con quienes mantienen relaciones copresenciales, familiares y amigos cercanos.

Junto a esta concepción coexiste una que confiere a los jóvenes el pertenecer a un mundo formado por otros jóvenes: pueden no conocerse, pero desde la perspectiva de los productores, los jóvenes forman una comunidad, hermanados por el hecho de compartir una edad.

La tercera categoría que constituye el centro de atención de las relaciones que los jóvenes entablan con los demás es la de los lejanos pero conocidos. Esta categoría pertenece al "mundo de los jóvenes" por intermediación de sistemas comunicativos que deslocalizan las interacciones: los medios de comunicación. Los productores culturales adoptan la suposición –no desmentida– de que en la vida de sus receptores la posición de personas conocidas si bien lejanas, esto es, con las que no se habrá de tropezar por la vida, ocupa alguna centralidad. En forma preponderante, las narrativas tejidas en torno a esta categoría de individuos –principalmente los famosos– hacen ver un tejido cívico formado por lo efímero: las estrellas mediáticas se constituyen, se mantienen, desaparecen, se involucran en un escándalo o participan en un programa donde cuentan aspectos desconocidos de su vida (que pasan a formar parte de lo conocido). No sería en absoluto claro qué puede significar que los jóvenes confieran centralidad a personas conocidas pero en cierta medi-

da inaccesibles, de no ser que se considere el papel de la imaginación. Los jóvenes conocen a estas personas de manera mediada, y por lo común sólo podrán conocerlos de manera no mediada por una vía imaginaria. Los productores culturales construyen un mundo –que no es sólo de los jóvenes– en el que la "sed del otro" se convierte en nicho de mercado.

Sin embargo, para los productores culturales resulta claro que los jóvenes enfrentan dificultades para otorgar centralidad a seres que no tengan más característica que ser simplemente humanos, independientemente de la edad, la cercanía o características de personalidad. Esta destreza para forjar vínculos con seres considerados en abstracto no aparece en las operaciones narrativas de los productores culturales; esto último puede obedecer a dos tipos de factores: o bien no la consideran algo interesante para incrementar su eficacia comunicativa o bien en forma llana la suponen inexistente en su auditorio y como tal narrativamente inviable.

Ahora bien, a la centralidad es posible añadir el criterio del tratamiento cívico: el productor cultural concibe la relación del receptor con los otros de manera tal que los derechos de estos últimos y en general su condición humana puede ser concebida en forma positiva, negativa o puede asumirse que el tratamiento que el receptor otorga a los otros es de indiferencia. El siguiente cuadro resume los resultados a este respecto.

CUADRO 3.9.
CENTRALIDAD Y TRATAMIENTO CÍVICO OTORGADO
A LAS CATEGORÍAS DE LOS OTROS

| <i>Categoría</i> | <i>Tratamiento</i> | | | <i>Total</i> |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|-----------------|--------------|
| | <i>Positivo</i> | <i>Indiferente</i> | <i>Negativo</i> | |
| Cercanos y conocidos | 5 | 7 | 3 | 15 |
| Lejanos pero conocidos | 2 | 6 | 2 | 10 |
| Desconocidos pero cercanos | 1 | 2 | 3 | 6 |
| Lejanos y desconocidos | 1 | 4 | 1 | 6 |
| Cualquiera | 1 | - | - | 1 |
| Nosotros, los jóvenes | 2 | 8 | 2 | 12 |
| Los otros (categoría no etaria) | 1 | - | 1 | 2 |
| Nosotros (categoría no etaria) | - | 1 | 1 | 2 |
| Los otros, los no jóvenes | - | - | 1 | 1 |
| Total | 13 | 28 | 14 | 55 |

En los tres casos más frecuentes –"ceranos y conocidos", "nosotros, los jóvenes" y "lejanos pero conocidos"– el tratamiento que predomina es cívicamente indiferente. Desde el punto de vista de los productores culturales, en las operaciones narrativas se asume que al construir el destinatario relaciones de centralidad con ciertas categorías de los otros, incorporará en ellas un tratamiento cívico basado en la indiferencia, esto es, un tratamiento en que lo cívico de su relación queda en estado de indeterminación.

Lo anterior es consistente con otra característica que aparece en las narrativas de los jóvenes. Si el productor cultural tuviera que enunciar la palabra "nosotros", ¿a quiénes incluiría y a quiénes excluiría? Esta pregunta, incluida en el análisis aplicado a la selección de narrativas, se enfoca a caracterizar las estrategias de inclusión y exclusión del productor o el narrador. Los artificios narrativos son notoriamente incluyentes con la categoría "nosotros, los jóvenes". Esta estrategia suele emplearse para introducir la idea de pertenencia, de formar parte de una comunidad y, acaso, de complicidad.

Una estrategia semejante es la que se emplea para introducir a los receptores como parte de una comunidad que sin ser necesariamente jóvenes tienen en común algún rasgo, a menudo de personalidad. Así, por ejemplo, los productores culturales emplean estrategias de inclusión en las que el acto narrativo se encuentra rodeado por un "nosotros virtual" en el que están incluidas categorías como la de los entrometidos o curiosos (especialmente con los productos culturales que se encargan de divulgar la vida de los famosos) o de los festivos y joviales (características que hay que asumir como imputaciones del productor con respecto a su auditorio). En consonancia con esto, las narrativas excluyen a los no jóvenes –todos aquellos que no pertenecen a ese producto mediático llamado "mundo de los jóvenes"– o a los no entrometidos –que no comparten las bromas y mofas que despliegan los productores–.

En la construcción narrativa de lo cívico los productores culturales también asumen determinadas actitudes de los destinatarios respecto a los derechos de los otros. Si se organizan los otros en cinco categorías (es decir, todos aquellos no jóvenes) y se establece cuál es la actitud supuesta en el destinatario, éste puede asumir que los derechos de cada categoría pueden ir desde no ser respetados en todos los casos hasta el ser respetados en todos los casos (con tres posibilidades intermedias). Respetar los derechos de los otros en todos los casos supone mayor civilidad, mientras el no reconocerlos nunca entraña mayor incivilidad. El cuadro siguiente presenta los resultados obtenidos en el análisis.

CUADRO 3.10.
SUPOSICIONES DE ACTITUDES CÍVICAS EN LOS DESTINATARIOS
DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL PRODUCTOR CULTURAL

| <i>Categorías</i> | <i>Actitud presupuesta del destinatario</i> | | | | |
|----------------------------|--|--|-----------------|--|--|
| | En ningún caso se deben reconocer sus derechos | En general, no se deben reconocer sus derechos, pero se podrían reconsiderar | Soy indiferente | En general se deben reconocer sus derechos, pero se podrían reconsiderar | En todos los casos se deben reconocer sus derechos |
| Cercanos y conocidos | - | 6 | 11 | 6 | 3 |
| Lejanos pero conocidos | 1 | 2 | 20 | 2 | 1 |
| Desconocidos pero cercanos | 1 | 1 | 20 | 3 | 1 |
| Lejanos y desconocidos | 3 | 1 | 21 | 1 | - |
| Cualquiera | 3 | 1 | 21 | 1 | - |
| Total | 8 | 11 | 93 | 13 | 5 |

Como se puede observar, los productores culturales parecen haberse formado la imagen de un joven que la mayor parte de las veces es cívicamente indiferente en cuanto a los derechos de los demás. Pero no suponen que el joven tenga una actitud hacia sus cercanos y conocidos en que no se deban respetar sus derechos en ningún caso; predomina la suposición de indiferencia y dos actitudes que suponen cierta disposición a reconsiderar, la "moderadamente cívica" y la "moderadamente incívica" ocupan los siguientes lugares. En todos los demás casos el productor cultural asume abrumadoramente que el receptor del mensaje es cívicamente indiferente.

Las narrativas que constituyen la parte nuclear del consumo cultural de los jóvenes parecen proceder de una cierta proclividad que podría denominarse "liberal", de acuerdo con la forma en que han sido analizadas en este trabajo. Los productores asumen que la construcción de ciudadanía es un proceso que se genera fuera de las operaciones narrativas, alimentado por la riqueza cultural de la "sociedad civil": las familias, las experiencias mundanas dentro de los grupos sociales. Ahora bien, es probable que así esté ocurriendo: los

resultados de las encuestas expuestos en el capítulo 2 muestran que está difundida una propensión cívica entre los jóvenes, si bien más adelante⁴⁹ se retoma este punto para ulteriores matices. ¿Cómo hacer compatible tales resultados con lo presentado aquí? Hay, por lo menos, tres posibilidades:

La primera, que sencillamente debe desecharse el supuesto de que la construcción de lo cívico en los jóvenes proviene de –o está influida por– las narrativas culturalmente dominantes. Si éste es el caso, carece entonces de sentido buscar en el consumo cultural alguna pista de lo que sucede en la vida política contemporánea, pero esto es incompatible con el hecho de que uno de los instrumentos de la política pública encaminada a la construcción de la ciudadanía emplea campañas mediáticas y en varios casos recursos narrativos.

La segunda: es probable que los significados generados en las narrativas dominantes sean objeto de una resignificación en los círculos en que los jóvenes interpretan y vuelven a narrar las historias. Si éste es el caso, se requiere un amplio programa de investigación para determinar cómo son, dónde están y cómo operan esas comunidades de interpretación en las que se insertan los jóvenes. Además, para propósitos de la política pública sería decisivo determinar el papel que juega el consumo cultural en la orientación de dichas comunidades y el papel tanto de líderes de opinión mediáticos como los que movilizan y constituyen el centro de las comunidades de interpretación.

La tercera posibilidad: que los jóvenes manifiesten públicamente (por ejemplo en una entrevista, en una encuesta) actitudes y valores cívicos, a sabiendas de que ésa es la respuesta "correcta" a las interrogantes de los encuestadores; entre tales respuestas y lo que forma su comprensión del mundo tendría que existir, según esto, por lo menos una diferencia. Ciertos controles metodológicos pueden contribuir a reducir ese sesgo; pero, en todo caso, de ser cierto que existe esa inclinación, ello puede constituir información valiosa puesto que implicaría que está ya, en alguna medida que se debería determinar, la aceptación tácita del valor de lo cívico, su poder simbólico, independientemente de que se encuentre o no incorporado en la práctica del entrevistado.

En lo que se refiere a los productores culturales, ¿supone todo lo anterior que hay una voluntad cívicamente precaria e, incluso, desmovilizadora, desplegada en las narrativas culturales destinadas a los jóvenes? Éste es el lugar para introducir una consideración al respecto. El comportamiento de los productores culturales no supone necesariamente que deseen escamotear los tratamientos cívicos de las narrativas o que se orienten de manera

⁴⁹ Véase el capítulo 4, donde se presentan resultados de haber examinado información adicional.

voluntaria a desmovilizar la civilidad y politicidad de su auditorio. Pero el hecho de que no se requiera lógicamente como condición necesaria no implica tampoco que no pueda haber ese componente volitivo. Sin embargo, es improbable. Es bastante plausible que la construcción dominante de la vida pública y de los jóvenes se introduzca en las concepciones con que los productores culturales seleccionan los tópicos, las estrategias y las suposiciones de las narrativas.

Pero mientras este comportamiento puede obedecer a las características con que opera la producción cultural contemporánea, la proclividad cívica –en la que predominen rasgos narrativos enérgica y claramente orientados a desarrollar civilidad– *tendrá que ser un objetivo perseguido*, movido por intención y voluntad. Si lo expuesto a lo largo de este estudio es razonable, al conjuntarse la construcción dominante del "mundo de los jóvenes" y la construcción también dominante de la vida pública, en especial de *la política*, al conjungarse, pues, la imagen de lo juvenil como lo propio de cuanto es divertido y desenfadado, junto con *la política* como aquello cercano a la mentira y la corrupción, el resultado esperable es este *efecto desmovilizador* y su concomitante precariedad cívica en la producción narrativa.

Características fundamentales de las narrativas para jóvenes

Los jóvenes-signo

Una de las características sobresalientes de la era contemporánea es el surgimiento de los jóvenes-signo: la desencadenada construcción de una imagen de los jóvenes basada en la producción y proliferación de signos, las más de las veces anexados a los cuerpos. Los peinados, los cosméticos, las marcas de ropa y las señas integradas a la propia piel son algunas de las expresiones que adopta el mundo de los jóvenes en la actualidad. En las narrativas para jóvenes los personajes contienen, en el carácter de signo de su presencia, otros significados. En la sabiduría convencional de este tiempo, los personajes son portadores de significados transportados por significantes integrados al cuerpo: para tipificar o caracterizar a un personaje, es decir, para crear las expectativas acerca de lo que ocurrirá en una historia con uno de ellos, el lenguaje incorporado al cuerpo contribuye a producir las historias.

Las narrativas para jóvenes emplean profusamente ese complejo de signos en que aquellos se han convertido. La inclusión de "atractivo visual", como se denomina al recurso de reunir personajes con los cuerpos legítimos, los mismos que han sido estereotipados como inherentes a la juventud (atléticos, exuberantes), no sólo parece obedecer a la estrategia de mantener constante la atención del auditorio, sino también a completar la estructura de las propias narrativas. Así, de un joven con cuerpo atlético en una telenovela puede crearse la expectativa de que tendrá una relación amorosa con la protagonista, cuando no se acude al recurso del personaje-oxímoron: el joven-guapo-que-seduca-muchacha.

Las historias realistas, relacionadas con sucesos narrados "crudamente", pueden emplear el recurso del cuerpo-signo para establecer situaciones narrativas en que se va a contar la historia de una persona "como cualquier otra", es decir, como la del propio receptor. Aun en estos casos, el cuerpo sigue operando como signo, pero esta vez a modo de indicación: no habrá nada que imaginarse, será contada una historia sin fantasías. Es posible que este tipo de estrategia narrativa luche en el plano de los significados contra la preponderancia de los estereotipos formulados abstractamente para "la juventud"; con todo, debe tomarse en cuenta que la situación sigue siendo disputada y que los productores culturales dedicados a una estereotipación como ésta no necesariamente están comprometidos con una homogeneización de los signos; de no ser así no resultaría comprensible que en la producción de signos se haya introducido con fuerza la idea de una producción cultural "globalizante" que no para mientes en estilizar su oferta al mezclarse con repertorios locales, como lo hace la cadena MTV o el movimiento de la *World Music*.⁵⁰

Al lado de los signos corporales las narrativas explotan la capacidad narrativa del lenguaje que emplean los personajes. Los personajes que ponen en juego los significados de lo juvenil recurren a expresiones y entonaciones convertidas en señales comunes. En este terreno también opera la mecánica estereotipante del productor cultural: la pronunciación de la joven rica difiere de la que caracteriza a la chica humilde. La construcción del "nosotros" y "los otros" está atravesado por el estilo adoptado para hablar. El supuesto del productor cultural es que los jóvenes organizan sus comunidades de amigos en función de su estilo "fresa" o "naco" para hablar.

Hace tiempo Bourdieu argumentó con claridad que el uso del lenguaje obedece a estrategias de distinción entre las comunidades de hablantes.⁵¹ Mientras los productores

⁵⁰ Néstor García Canclini, "¿Rescribir El capital en el siglo XXI?", *Hoja por hoja* 55, Suplemento de libros de *Reforma*, 1 de diciembre de 2001, pp. 12-13.

⁵¹ Pierre Bourdieu, *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*, Akal, Madrid, 1985.

culturales despliegan estrategias para encontrar la piedra filosofal que les permita encontrar el "lenguaje de los jóvenes" con el cual maximicen sus alcances comunicativos y narrativos, se les revela necesario establecer distinciones: con razón, asumen que no habla igual una chica universitaria de la ciudad que una campesina atrapada en la pobreza y el atraso. Al unificar por medio de un estereotipo basado en la edad, se ven arrastrados a duplicar los estereotipos por la modalidad lingüística que corresponde a cada estrato social.

Al relacionar lo dicho arriba con el perfil que adquiere lo cívico y la política en las narrativas para jóvenes, tratado con anterioridad, se hacen evidentes las dificultades que conlleva definir una estrategia para desarrollar, en el terreno de las narrativas, las disposiciones cívico-políticas de los jóvenes. No parece haber un conjunto de signos, corporales o lingüísticos, que codifiquen una historia subyacente en que adquiera forma lo cívico o el propio papel de los receptores en la vida pública. Los signos "crudamente realistas" de la "verdadera juventud" no presentan más perfil propositivo que el de combatir los estereotipos homogeneizantes de los cultivadores de la cultura global. Pero las "tribus juveniles" no parecen ofrecer un conjunto de signos que puedan traspasar las barreras de estrato que conllevan ni parece que puedan articular una "juventud cívica", precisamente por su carácter culturalmente aislante.

Considérese, para observar la complejidad del asunto, la narrativa construida en torno a la telenovela *Amigas y rivales*, una de las analizadas y con mayor éxito entre el público joven del país.

Sinopsis de la telenovela *Amigas y rivales*

La historia gira alrededor de cuatro bellas jóvenes de 21 años que provienen de estratos sociales diferentes. La primera de ellas, Laura, es una chica de clase media, seria, sensible y estudiosa, que puede estudiar informática en una universidad privada porque ganó una beca. Ahí conoce a Jimena de la O, hija de un empresario millonario. Al principio, habrá muchos roces entre las dos, pero poco a poco se formará entre ellas un fuerte lazo de amistad. Jimena es la típica niña rica, disipada e irresponsable, para quien el sexo es sólo otra manera de divertirse. Ofelia es la mejor amiga de Jimena. Como ella, es rica y lleva un estilo de vida de diversión y frívolos placeres. Sin embargo, la tragedia marcará su destino y le abrirá los ojos a una dura realidad: el sida. La cuarta protagonista es una muchacha de extracción humilde llamada Nayeli, quien trabaja como sirvienta en casa de Jimena. El sueño de Nayeli es convertirse en estrella de Hollywood, como su ídolo, Salma Hayek. Este sueño la llevará a entrar en Estados Unidos ilegalmente y vivir experiencias

muy amargas. Otro personaje central es Roberto, el hermano mayor de Jimena, quien estudia la carrera de derecho. Nayeli va a la universidad a pedirle ayuda a Roberto para irse a Hollywood y ahí conoce a Laura. De inmediato simpatizan y se hacen amigas, pero su amistad entra en crisis cuando ambas se descubren atraídas por Roberto. Sin embargo, los sentimientos de Laura se verán divididos entre Roberto y el padre de éste, don Roberto de la O, quien ha contratado a Laura para que le enseñe a usar las nuevas computadoras de su empresa. Su personalidad firme y decidida atrae a la muchacha, quien inconscientemente lo compara con su propio padre, un hombre débil y sin carácter. Roxana, la segunda esposa de don Roberto, es una mujer sumamente bella, que tras la máscara de la esposa ideal esconde un alma criminal y sin escrúpulos. Roxana desea apasionadamente al hijo de su marido, y estará dispuesta a utilizar cualquier medio para hacerlo su amante. *Amigas y rivales* es una apasionante telenovela que nos hará cuestionar los más arraigados prejuicios, y que nos mostrará los peligros a los que se enfrentan los jóvenes en un mundo moderno, donde los valores pueden perderse ante la tentación del dinero, el poder y los placeres del momento.⁵²

Se advierte inmediatamente que se trata de una historia "de jóvenes" —es decir, que versa sobre seres que poseen una característica en común: la de compartir una cierta edad— y además "para jóvenes" —esto es, concebida para que se convierta en objeto de consumo de ingentes cantidades de jóvenes—. Esta disposición inicial, este contenido aglutinado en significantes y significados que interpelan de inicio a todo receptor preparado para aceptar los términos de este "contrato narrativo", funciona como una especie de frase introductoria que crea las expectativas típicas que la narrativa desplegará.

La historia está basada en estereotipos que —así lo supone el productor cultural— serán admitidos por el receptor: "[...] Laura, es una chica de clase media, seria, sensible y estudiosa"; "Jimena es la típica niña rica, disipada e irresponsable, para quien el sexo es sólo otra manera de divertirse"; "la cuarta protagonista es una muchacha de extracción humilde llamada Nayeli, quien trabaja como sirvienta en casa de Jimena". El productor anticipa algunas de las estrategias narrativas que habrá de desplegar en la historia: dedicará escenas y situaciones para caracterizar a cada uno de estos personajes. Esto conlleva artilugios para

⁵² www.esmas.com/espectaculos/televisión/

poner en juego signos corporales y lingüísticos que contribuyan a establecer tales caracterizaciones.

Establecida la situación general sobre la que habrán de desarrollarse los acontecimientos, la narración introduce las principales complicaciones: una de las chicas contraerá el sida y se presentarán situaciones en que personajes de edades diferentes explorarán relaciones eróticas culturalmente sancionadas como "prohibidas". El productor cultural mezcla, de este modo, componentes narrativos dirigidos a la fantasía de los receptores, a la vez que los enfrentará a situaciones crudamente realistas (sida, relaciones más o menos incestuosas).

Sobre la base de un tejido narrativo como éste, al productor cultural sólo le resta desplegar su ingenio para mantener la atención y el interés de la audiencia. El planteamiento inicial no garantiza éxito (eficacia comunicativo-narrativa), pero al combinar el despliegue de cuerpos legítimos ("atractivo visual") con nudos o complicaciones que hagan "avanzar la historia" y las mixturas de realismo y fantasía, los productores culturales elevan la probabilidad de que su producto obtenga aceptación. Con todo, no debe perderse de vista el papel crucial que desempeñan las disposiciones narrativas de los destinatarios, decididos a aceptar determinadas convenciones, que a los ojos de muchos pueden parecer simplistas.

Si se acepta que la anterior es una narrativa representativa de la producción cultural destinada a los jóvenes, por lo menos para los mexicanos, puede observarse que la eficacia comunicativo-narrativa está asociada con una diligente búsqueda de interpelación.⁵³ La narrativa concita la inquietud de ser un joven, según la construcción dominante de la "juventud"; *ser sujeto* de una práctica con contenidos cambiantes (por tanto, no al servicio de un proyecto histórico o de un metarrelato, a la manera de Lyotard), tantos como el consumo cultural vaya generando.

La interpelación convierte al receptor en partícipe de un mundo ordinario que cobra un sentido especial en cuanto se asocia con significantes que a su vez evocan otras historias. Las letras de canciones populares representan casos característicos de historias que, por

⁵³ En la propuesta teórica de Althusser la interpelación constituye el proceso mediante el cual "la ideología 'llama' a los individuos como a su sujeto". Véase Tim O'Sullivan, *et al.*, *Conceptos clave...*, *op. cit.*, pp. 198-199. Lo que en el capítulo 2 se ha denominado la "perspectiva mediática" es concebible como una instancia incluida en el *orden del discurso* con la capacidad suficiente para convertir al interpelado en sujeto (hacedor, responsable, portador) del "mundo de los jóvenes", producto simbólico también generado por la perspectiva mediática. En este estudio se adopta una perspectiva similar, con la diferencia de que las narrativas desarrollan funciones interpelantes que requieren una operación teórica ulterior para articularlas con la ideología y, como se ha discutido en el capítulo anterior, sin que presuponga una teoría conspirativa. Véase el anexo II.

su brevedad, debido a las restricciones impuestas por el medio utilizado (unos cuantos minutos y el uso de estribillo, usualmente basados en la repetición), incluyen cuanto más una complicación con la capacidad de incluir al destinatario. El productor cultural genera una historia en la que la voz narrativa expone sus estados internos: se dirige a la persona amada que lo ha abandonado. La situación presente se introduce desde el principio:

Me duermo abrazado a tu recuerdo
porque no me he podido acostumbrar
a estar sin la tibieza de tu cuerpo
a estar sin ti, ahora que no estás.

La historia, iniciada *in media res*, establece que el narrador está solo, que recuerda a alguien; éste, en la narrativa, opera como segunda persona. Enseguida, se alude a la complicación:

Ya no doy un paso por mí mismo
porque tú me enseñaste a caminar
a quitarme las piedras del camino
y sin ti caí y hoy vuelvo a tropezar.

La complicación consiste en que el narrador tiene construida una relación –por lo menos– solidaria con su interlocutor(a): "tú me enseñaste a caminar / a quitarme las piedras del camino". No es sólo una historia de soledad, según se observa en lo anterior, sino que contiene también ingredientes de gratitud. De este modo, el narrador vive en el presente, donde inicia la narración, condiciones infelices, no producidas por el abandono, sino, probablemente, por una inclinación del narrador: "sin ti caí y hoy vuelvo a tropezar". La letra de esta canción está rodeada de sonidos –significantes con algún grado de indeterminación– que evocan la vida del segmento de población ligado culturalmente con esta historia: trabajadores del norte del país,⁵⁴ en donde no es inusual que las compañeras de las relaciones amorosas sean también trabajadoras, integradas por tanto a los avatares de una vida donde las dificultades son cotidianas. Con esta composición de factores narrativos es muy probable encontrar destinatarios de la historia que la encuentren expresiva de casos reales, como los suyos. Si a ello se añaden los componentes característicos de una pieza popular –es bailable, con estribillo y con sonidos que evocan una identidad cultural, como la "norteña"–,

⁵⁴ El género de este objeto cultural podría denominarse "Banda norteña"; el intérprete de la pieza es la conocida Banda del Recodo.

cuyo consumo es practicable en espacios especialmente dedicados a ello (bares, fiestas con presentación de intérpretes en vivo), la historia terminará siendo imaginariamente *vivida*: pasa de narración a experiencia, será acompañante de nuevas relaciones amorosas entre personas que identifiquen una historia personal análoga con la que estén experimentando en esos casos. Al consumir una narrativa inevitablemente se produce una historia, sujeta a posteriores tratamientos narrativos.

La construcción narrativa del interés

A diferencia de una historia como la anterior, cuya simplicidad permite o favorece posteriores tratamientos narrativos en la biografía de las personas (las canciones son "evocadoras", se dice), las producciones que requieren el desarrollo de más recursos narrativos enfrentan el problema del interés. Al contar una historia, el narrador está exigido a poner en juego artilugios que coloquen al destinatario en posición de interrogarse "y luego, ¿qué pasó?". En una historia simple como la estudiada líneas arriba, la complicación es sólo una; pero si se trata de una telenovela, un filme o un reportaje, se requieren más recursos.

Una historia es "interesante" cuando consigue introducir al destinatario en un planteamiento que anticipa una serie de posibilidades, cada una de ellas con capacidad de poner en tensión algunos de los supuestos culturales que comparte el receptor. Una historia es "entretendida" cuando esa expectativa no se ve contrariada: cuando los incidentes sometidos a narración van introduciendo pequeñas complicaciones o "nudos" respecto a los cuales las acciones de los personajes son indeterminadas. Si el personaje de la telenovela ha contraído el sida, la complicación siguiente es lo que ocurrirá en cuanto otro personaje se entere, puesto que de ello dependen muchas cosas en la historia. El productor cultural, transfigurado en narrador, enfrenta el reto de introducir nudos o giros narrativos que mantengan el interés y que consigan conservar "entretenido" al destinatario; el productor ha de tener presente que el receptor de la historia, al consumirla, está renunciando al consumo de otro objeto cultural: si la chica dedica una hora a ver la telenovela, es la misma hora que no ve MTV; es su *costo de oportunidad*. La habilidad para conservar el interés del receptor se relaciona con el riesgo de que el consumidor modifique su conducta, que acuda al control remoto y ponga en marcha su soberanía de consumidor televisivo y, sencillamente, cambie de canal.

Según lo anterior, uno de los puntos críticos radica en las pequeñas complicaciones (o nudos) que se emplean para atrapar al receptor. La telenovela *Como en el cine* introduce acciones o acontecimientos inesperados, extraordinarios o impredecibles. Cuando todo hace suponer que la pareja principal de la trama ha alcanzado la felicidad, surge, invariablemente, un tercero en discordia que se esforzará por provocar el rompimiento de la relación.

Parece razonable suponer que los tratamientos narrativos establecen relaciones con procesos extranarrativos o "reales", como se ha mostrado a propósito de la canción pensada para "gente del norte". Las construcciones de las tramas señalan una relación con ciertos rasgos de las condiciones en que se desenvuelven los jóvenes. No se recurre a construcciones lineales, que dan por sentado la dificultad de los receptores para entender cambios drásticos de escenarios o de tiempos. El manejo audaz de la secuencia de sucesos, mediante el juego de historias paralelas, o bien que conjuga el pasado y el presente e incluso el futuro en una misma trama parece acomodarse con receptores inmersos en la vorágine del consumo cultural, por definición global; seres que buscan estar en sintonía con las múltiples hibridaciones que ocurren en su vida cotidiana. Bien se evoque el pasado de una relación amorosa, o bien se aventure un posible escenario futuro de felicidad y riqueza, en las construcciones narrativas destinadas a los jóvenes parece existir una eliminación de los tiempos lineales y simples.

Los productos culturales destinados a los jóvenes también incluyen momentos "terapéuticos". Dado que se ha naturalizado la suposición de que los jóvenes "van" en dirección de los adultos, requieren consejos, advertencias (si bien al mismo tiempo son continuamente instados a que los desoigan). Por eso, la estrategia más apropiada consiste en elaborar piezas en que la voz narrativa dé consejos, pero que no se parezca a la de los padres. La voz narrativa que, por ejemplo, en las revistas, cuenta al lector lo que le va a suceder según lo dictan las estrellas, interpela al joven con un grado mínimo de formalidad en el registro discursivo, esto es, con palabras "de jóvenes". Al mismo tiempo lo interpela como "su" sujeto ¿De qué? De los productos culturales atravesados por lo efímero, lo cambiante; la voz "terapéutica" o "pedagógica" ("cuídate el peinado para él", "descubre tu potencial informático", "no pierdas la oportunidad, aprende inglés") llama al receptor cultural para dar alivio a las incertidumbres que, según lo visto en el capítulo 1, ocupan grandes espacios en las biografías juveniles. Una parte del consumo cultural se presenta como paliativo de la incertidumbre: al mismo tiempo que ayuda a enfrentar los "pequeños problemas" de los jóvenes, mitiga los efectos de la condición actual.

Lo expuesto hasta aquí permite observar que las estrategias narrativas se desplazan, continuamente y en ambos sentidos, de referencias globales, homogeneizantes o abstractas a referencias localizadas, evocadoras de experiencias "a la mano". De "joven" a secas las estrategias desarrollan referencias a "joven urbano de clase media y trabajador": según signos de estrato social o regionales. La disputa por el tiempo dedicado al consumo de historias engendra una implacable competencia en el despliegue de recursos narrativos. Los jóvenes son objeto de estrategias comunicativas que aprovechan todas las vías por las que puede canalizarse información –visual, auditiva, emocional, sensorial, entre otras–, y en cada una de ellas desarrollan aptitudes para concentrar diversos mensajes –no siempre consistentes entre sí–. El conjunto de la estrategia narrativa parece estar dirigido a mantener el *interés* en sus múltiples facetas; por vía indirecta, se lleva al receptor a una *naturalización* de su condición juvenil. El campo propicio para la reproducción al infinito del consumo cultural.

Una dinámica como la anterior conduce a que las estrategias narrativas clásicas se vean constantemente sometidas a innovación. No es el caso que los destinatarios de las historias se vean sometidos a un ejercicio de *imaginación* del tipo que los lleve a pensarse como lo que *no son*. Alonso Quijano representa el caso –no extraño en la historia de las estrategias narrativas, como lo muestra *Madame Bovary*– de un ser que se imagina "otro", precisamente don Quijote. La narrativa en este caso consiste en poner en tensión una realidad tan transparente como la propia identidad; pero la crudeza y realismo de muchas historias ya no permiten mantener el modelo narrativa-imaginación-otredad. "Ésta es una historia que trata de ti", podría sostener como rótulo alguna de las historias aquí estudiadas. Pero no se trata de una estrategia condenada al olvido.

La narrativa despliega estrategias de identificación, esto es, con miras a conseguir que el individuo combine ingredientes de la identidad de otra persona con la propia. Desde el punto de vista estratégico, es decir, pensando en el mediano y largo plazos, los productores culturales enfrentan el reto de conseguir la lealtad del auditorio: las oportunidades de consumo cultural son variadas, existen las posibilidades de desplazar el consumo de manera instantánea y prácticamente sin costos, y la competencia entre los productores en cuanto a artilugios narrativos es inflexible; en tales condiciones, puede suponerse que el productor cultural empleará estrategias dirigidas a reducir la incertidumbre que representa la volatilidad del consumo cultural. En ese punto intervienen las estrategias de identificación, que además pueden organizarse según el grado de violencia que ejerzan y según el grado de

lealtad que puedan concitar. Es posible señalar tres estrategias de identificación típicas, no excluyentes entre sí, que pueden pasar a formar parte de las estrategias narrativas.

1. *Identificación por metonimia*: "soy el tipo de persona que consume este tipo de bien cultural". Genera un mínimo grado de violencia, pero asume máxima volatilidad del consumidor. La metonimia consiste en derivar la identidad por medio de un cierto tipo de consumo.
2. *Identificación por símil o analogía*: "soy como –por decir algo– Lucerito, Luis Miguel, Bart Simpson o cualquier otro". Genera un mayor grado de violencia, si bien en rangos culturalmente tolerables; pero disminuye la volatilidad del consumidor. El símil o la comparación mantiene la identidad del consumidor cultural que, sin embargo, combina ingredientes de quien se toma como símil.
3. *Identificación por metáfora*: "soy Lucerito, Luis Miguel, Lisa Simpson" o el mencionado Alonso Quijano (soy don Quijote). Genera el grado máximo de violencia: la persona que experimenta la identificación ya no mantiene su identidad, sino que ésta se encuentra absorbida e incluso confundida con la de otra persona; pero de obtenerse esta identificación se produce la mínima volatilidad del consumidor o, más sencillamente, "lealtad".

Las estrategias de identificación, practicadas en las operaciones narrativas, representan uno de los instrumentos de que echa mano el productor cultural para reducir el costo de oportunidad del consumidor, para que no sienta un sacrificio dejar de ver MTV durante la hora en que se transmite la telenovela. Es claro que el costo de oportunidad decrece en la medida en que uno se mueve de la identificación por metonimia a la identificación por metáfora: en este último caso, el costo de oportunidad es prácticamente nulo. Pero si todos los productores culturales adoptan esta estrategia, de nuevo todo se resuelve en la competencia para desplegar estrategias narrativas. Ése es el lugar de constitución de lo cultural-político, de los cimientos en que opera la movilización y la desmovilización posibles.

Los jóvenes mexicanos parecen interpelables en parte por lo que son y en parte por lo que no son. Si las narrativas los interpelan como "sus sujetos" con referencia a contenidos tan variados y cambiantes como los que ofrecen las narrativas más consumidas (una materialización inesperada del fin posmoderno de los metarrelatos), también hay que observar que las interpelaciones posibles sí cuentan con un "gran relato", precisamente el de la democratización y la construcción ciudadana, el ser cívico –que también es, en alguna

medida, un desear ser-, frente al que los productores culturales conservan, imbuidos por la dinámica del consumo global y las exigencias de mantener al receptor "entretenido", una postura cívicamente precaria.

Indice

4. La recepción narrativa y las disposiciones cívico-políticas

La disponibilidad estructural de la recepción narrativa

SI ES VERDAD QUE LOS JÓVENES organizan su vida en forma narrativa, hay un conjunto de situaciones que prácticamente todos viven y que representan hitos en la vida de la inmensa mayoría. Ingresar al trabajo, casarse, ser padre o madre por primera vez, entre otras, representan transiciones críticas en la vida de toda persona. Ser joven significa encontrarse en el periodo en que esas transiciones, con la mayor probabilidad, habrán de ocurrir.

La forma en que las personas viven estas transiciones repercute en las áreas vitales, donde se definen las oportunidades que tienen a su disposición para mejorar sus condiciones de vida, como los ámbitos educativos, los laborales o los círculos de la vida social que habrán de frecuentar.

Si es cierto que más de uno de cada tres jóvenes del país (35.9% de la población que se ubica entre 15 y 24 años) vive en hogares en situación de pobreza,¹ y que debido a esto sus condiciones lo mantienen en las preocupaciones más acuciantes, resulta de ello que las disposiciones cívico-políticas tienen menos probabilidades de desarrollarse; si, como es el caso, en tales condiciones se vuelve muy difícil acumular calificaciones y destrezas necesarias en el mercado laboral,² con mayor razón es improbable que acumulen aquellas que se requieren en la vida cívico-política y sobre todo en el ámbito político-electoral.

Dentro del conjunto de los jóvenes que viven en condiciones de pobreza, las transiciones vitales ocurren como pérdida de oportunidades, debido a las dificultades que las familias pobres tienen para transmitir capital educativo y oportunidades laborales. Ser joven y pobre hace una diferencia sustancial en la probabilidad de abandonar la escuela; y ser mujer lo hace aún más probable, en especial entre los 12 y los 15 años. Los hijos varones de familias pobres ingresan más pronto al mercado laboral, por medio de una actividad remunerada: la mitad de los varones de familia pobre comienza a trabajar a los 16 años. La probabilidad de que una mujer integrante de una familia pobre inicie su vida marital antes de los 18 años es el doble que la de una mujer perteneciente a una familia no pobre.³

¹ Consejo Nacional de Población, *Situación actual de las y los jóvenes en México. Diagnóstico sociodemográfico*, Conapo, México, 2000, p. 20.

² *Ibid.*, p. 21.

³ Conapo, *op. cit.*, p. 28.

Estas transiciones, además de ser decisivas en cuanto a las oportunidades con que habrá de contar a lo largo de su vida, producen ciertas condiciones estructurales del consumo cultural, y especialmente de la recepción narrativa. Quien ha vivido esas transiciones de manera dolorosa, cabe suponerlo, difícilmente será indiferente a historias que relaten precisamente situaciones de ese tipo: el primer amor, la vida laboral o escolar. Pero indiferente no equivale a indicar que será de su agrado; una historia que sea la mera repetición de lo que ha sucedido a la chica tendrá menos oportunidades de captar su interés si no es capaz de poner en juego recursos narrativos que trasciendan el horizonte de su propia vida.

Los jóvenes mexicanos, especialmente los que transitan del modo señalado, representan el segmento que predomina como consumidores de la producción cultural de masas. Son los consumidores de aquellos bienes culturales que tienden a ser indiferenciados y multitudinarios, los consumidores que están exigidos a adaptarse a lo que se les ofrece en la producción cultural de masas. Los productores culturales que se dirigen a ese segmento de población han desarrollado habilidades para atrapar la atención y el interés de los grandes conglomerados, como se ha expuesto en el capítulo 3.

En este segmento de población el consumo cultural es masivo; las personas que son lanzadas a ese ámbito de consumo no requieren ser elevadamente exigentes en cuanto a creatividad y calidad de las propuestas culturales. Tales son, al menos, los supuestos que adoptan los productores culturales, como quedó también de relieve en el capítulo 3.

Quienes permanecen en la escuela, el espacio privilegiado de disponibilidad para los discursos cívicos, no llegan necesaria ni abrumadoramente con disposiciones positivas para tales discursos. En la Encuesta nacional de cultura política y prácticas ciudadanas, auspiciada por la Secretaría de Gobernación y aplicada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI),⁴ los entrevistados se manifestaron acerca de su disposición a que los maestros hablen de política en el aula. Las respuestas pueden considerarse indicativas de ciertas disposiciones cívicas, especialmente si el análisis se circunscribe al grupo de edad entre los 18 y los 24 años (que tienen una vida escolar o podrían tenerla). Por su parte, en las entrevistas realizadas para el presente estudio, este aspecto apareció, si bien no de manera frecuente. Una joven del Distrito Federal manifestó lo siguiente a propósito de su disposición para escuchar temas políticos dentro del aula de clase:

⁴ Disponible en formato electrónico en www.segob.gob.mx.

[...] en la escuela [...] que si hay algún maestro que me haga reflexionar, hay dos; siento que son muy importantes: uno se llama Alejandro y nos da política. Nos platica qué onda más o menos con el gobierno. Es una persona que está al tanto de todo. Llega y te habla, pero te fundamenta lo que dice. Te dice que las cosas en México están mal, te dice el porqué, te dice cantidades, te dice que en *La Jornada* salió esto y en el *Reforma* esto otro, baja información de internet, que Fox dijo esto. Entonces es una persona que te sorprende porque está al día de todo lo que pasa.⁵

El siguiente cuadro presenta los resultados obtenidos a este respecto en la mencionada encuesta.

CUADRO 4.1.
DISPOSICIONES CÍVICAS BÁSICAS EN JÓVENES DE 18 A 24 AÑOS

| | <i>Hombre</i> | <i>Mujer</i> | <i>Total</i> |
|-----------------------|---------------|--------------|--------------|
| Dispuestos | 47.1 | 48.0 | 47.6 |
| Indispuestos | 47.2 | 43.9 | 45.5 |
| No sabe o no contestó | 5.7 | 8.1 | 6.9 |
| Total | 100 | 100 | 100 |

Fuente: Secretaría de Gobernación, Encuesta nacional de cultura política y prácticas ciudadanas, México, 2002.

Las disposiciones están prácticamente divididas a favor y en contra, así como por sexo en ese grupo de edad, no obstante que entre las mujeres hay una diferencia favorable a la disposición cívica sin que resulte significativa. Puede decirse, de acuerdo con ese indicador, que la disposición cívica forma parte de la mitad de los jóvenes mexicanos, y que parece ser independiente del sexo. Ahora bien, el análisis se puede refinar un poco más.

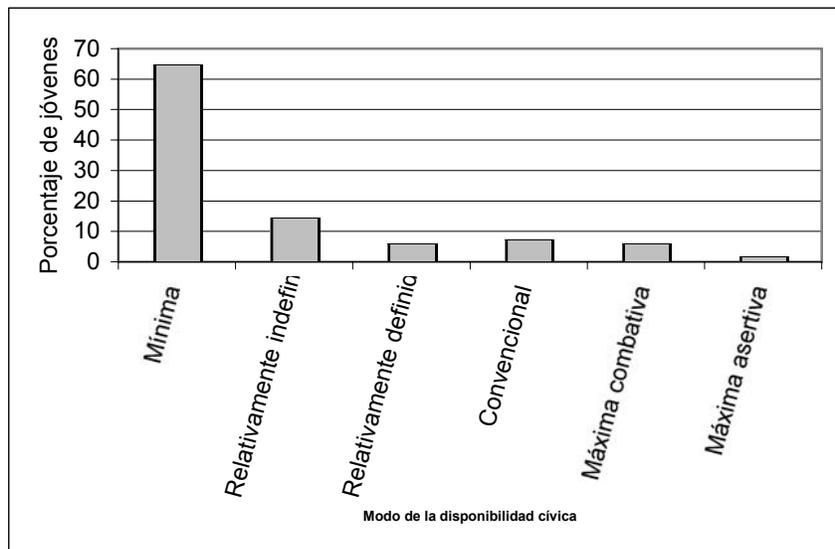
De quienes respondieron afirmativamente, es decir, que aseveraron tener disposición para que se emplearan las aulas para hablar de política, esto es, para ocupar ese espacio público de forma tal que se relacionara con la vida de la comunidad o del país, la mayor parte manifestó que la razón para sostener esa postura tenía que ver con cuestiones principalmente de orden pedagógico: debería ser parte de la educación general de los estudiantes.

⁵ Entrevista realizada el 19 de julio de 2002 en la ciudad de México a una joven comprendida en el grupo de edad de 18 a 24 años, de estrato sociolingüístico bajo (ES1). Para los detalles de la forma en que se seleccionaron los entrevistados, véase el anexo II.

La respuesta pudo tener mayor contenido cívico, pudo indicar determinantes mayormente cívicos que esa determinación educativa general. Si se ordenan dichas razones por su grado de contenido cívico, se puede observar que a mayor contenido cívico de la respuesta (por ejemplo, las respuestas referidas a que los jóvenes aprendan a defenderse del mal gobierno o de malos políticos, postura denominada en el gráfico *máxima combativa*, o para que conozcan los derechos políticos, denominada aquí *máxima asertiva*), menor es la cantidad de jóvenes que se pronuncian en ese sentido. En contraste, mientras menor es el contenido cívico o el grado de indeterminación cívico-política de la respuesta (por ejemplo, la *relativamente indeterminada*, referida a las "cuestiones del país" o la *relativamente definida*, referida a las respuestas sobre "la política", como "hay que saber de política o del gobierno", entre otras), mayor es la cantidad de jóvenes que se adhiere a una razón así.

La gráfica siguiente presenta el modo de la disponibilidad cívica de quienes mostraron disposición para que se emplee el espacio público escolar en ese sentido.

GRÁFICA 4.1.
MODOS DE DISPONIBILIDAD CÍVICA DE LAS POSTURAS FAVORABLES
AL APROVECHAMIENTO DE LOS ESPACIOS PÚBLICOS ESCOLARES



Fuente: Secretaría de Gobernación, Encuesta nacional de cultura política y prácticas ciudadanas, México, 2002.

Quienes responden son jóvenes. Se colige de esto, por ende, y sin incurrir en redundancia, que la determinación cívica de las disposiciones cívicas es la de menor fuerza. Quiere decir que los jóvenes que muestran una aptitud para manifestarse a favor de la ocupación cívica de espacios públicos susceptibles de ser aprovechados para enriquecer la vida de la comunidad muestran el menor contenido cívico en las razones que esgrimen para defender su postura. Esto puede ser a su vez un síntoma de la precariedad con que cuentan los argumentos cívicos en la vida social, por lo menos entre los jóvenes.

| |
|--------|
| Indice |
|--------|

La naturalización del interés: limitaciones de la recepción relacionada con lo cívico-político

¿Qué vías existen para que los jóvenes incorporen en su vida componentes cívicos? Si ha de convertirse en una forma de ser integrada en sus prácticas cotidianas, esa vía tendría que ser continua y permanente, y tendría también que obrar como una "naturalización", es decir, como un estado de cosas que el joven o la joven consiguen ver como parte de lo que es normal o frecuente. Para un joven típico es perfectamente natural que los miembros de su generación tengan ciertos gustos, disposiciones e incluso experiencias "de jóvenes", es decir, propios de ese vasto y variado conjunto poblacional. Una consideración elementalmente crítica deja ver que ello no tiene nada de "natural", aunque así sea creído no sólo por los jóvenes, sino incluso por muchos que se acercan al campo temático de los jóvenes sin las suficientes prevenciones metodológicas y epistemológicas.

Si lo anterior es correcto, entonces la pregunta ha de modificarse: ¿qué vías hay para que con algún grado razonable de éxito pueda esperarse que los jóvenes consigan integrar en su práctica cotidiana, en su desenvolvimiento continuo, lo cívico?

Con los datos presentados arriba –que no deben ser considerados conclusivos– es posible formarse una imagen de la debilidad que existe en la práctica discursiva –que para tales efectos ha de considerarse como fundamentada en razones– dirigida a defender una visión cívica del mundo. Están erigidas capas de desconfianza e incredulidad que limitan el acceso de las razones cívicas, a pesar de que hay un trasfondo de disposiciones, que sin embargo debe aprovecharse.

Los jóvenes pueden incorporar en su práctica cotidiana los rudimentos y componentes de lo cívico y especialmente de lo cívico-político, por la adquisición de aptitudes y habili-

dades suficientes que les permitan identificar, captar e involucrarse en la vida comunitaria. Los programas de los organismos públicos pueden contribuir a desarrollar esas habilidades y aptitudes, si bien ello requiere un trabajo sumamente intenso a fin de que lleguen a "naturalizar" la condición cívico-política. El trabajo continuo, el crear o participar en círculos donde esos puntos de vista no estén culturalmente sancionados, contribuye a mantener el impulso que lleva a conservar un interés compartido y por tanto en reproducción continua.

Esta naturalización de lo cívico o, en una fase más avanzada, lo cívico-político está irremediablemente orientada a competir con el consumo cultural. Dicha competencia opera en varios frentes o ámbitos:

- En cuanto al interés que pueden concitar; sujeto a las estrategias que los productores culturales despliegan no sólo para despertarlo, sino para mantenerlo, como —a propósito de las narrativas— se ha mostrado en el capítulo 4.
- En cuanto a la intensidad de la atención y del interés que se consigue que presten al campo temático, usualmente multiplicada por la presencia de espacios donde se hace disponible enterarse e involucrarse en las prácticas que están asociadas con esta intensidad de la atención.
- En cuanto a un conjunto de prácticas disponibles para materializar en ellas el interés (de grados variables) que se ha logrado concitar. La disponibilidad de esas prácticas no es algo "natural", sino hecho disponible por los productores culturales. Un joven intensamente interesado en lo que le sucede al club América de fútbol acudirá a los entrenamientos, recolectará autógrafos, coleccionará estampitas de sus jugadores predilectos, escuchará los programas de comentarios y verá los juegos, ya sea por televisión o irá al propio estadio; lo decisivo es que la intensidad es inequívocamente traducible a prácticas que están culturalmente catalogadas como manifestación empírica de un interés intenso. Ahora bien, lo determinante es que los productores culturales han creado los espacios de disponibilidad para que esas prácticas ocurran y han conseguido "naturalizar" la conexión entre ese tipo de prácticas y la intensidad del interés, a propósito de lo cual hay que recordar que tampoco tienen nada de "natural", sino que operan como un espacio generado por estrategias de construcción del auditorio apropiado para el consumo cultural del fútbol.
- En cuanto a las fuentes de información. El joven del ejemplo anterior puede ser un experto en la materia, conoce la alineación del equipo, sabe cuáles cambios ha hecho el entrenador, cuántos puntos necesita para calificar, entre otras más, información hecha disponible como cabía esperarlo, por los mismos productores cul-

turales. A lo anterior hay que añadir la posesión de signos y símbolos que contribuyen a crear la *identidad* en que deriva ese interés y esas prácticas. El joven interesado en su equipo de fútbol tiene a su disposición una serie de "identificadores" que no sólo funcionan como publicidad para el productor cultural, sino –y esto es lo principal en este punto– como letreros o señales que anuncian datos fundamentales de la identidad del portador: "soy americanista, y a tal grado que traigo una camiseta con su emblema". Ello contribuye a establecer la idea de que –siguiendo este mismo ejemplo– los jóvenes "son así", "locos", "atrabancados", "les gusta el fútbol", "les gusta el deporte", "son sanos"... Las cadenas que asocian ideas son innumerables.

En este sentido, puede rescatarse la siguiente cita de un joven entrevistado en la ciudad de Chihuahua, quien manifiesta su saber "experto" en lo relacionado con su artista favorito:

¿Por qué me gusta Fey? No sé, a lo mejor por los ritmitos [...], aparte cuando la empecé a escuchar yo era un niño en ese entonces. Yo tenía 10 años, casi todo el mundo se identificaba con ella. Mi primer casete y mi segundo casete fueron de Fey [...]; mi primer CD fue el de Fey, *El color de los sueños*. Ahorita el CD más reciente que compré es de Fey y, de hecho, aquí traigo un *discman* donde lo escucho. Fey ha tenido una hiperrevolución, ahora ella compone sus canciones, viene muy electrónica.⁶

Al menos en esas tres áreas de la competencia del consumo cultural, lo cívico y lo cívico-político está claramente en desventaja en relación con los ámbitos mucho más fácilmente identificados con "el mundo de los jóvenes". Los jóvenes –al igual que resto de la población– se enteran mayoritariamente de la política por la televisión, que da un trato al campo muy de acuerdo con la idea de que las personas, a lo más, conseguirán elaborar un juicio moral sobre la política (esto es, desde el punto de vista de Luhmann, con el código digno de aprecio/indigno de aprecio, donde "bueno" y "malo" remiten a la actitud que se supone es apropiada para tal juicio).⁷ Esto se encuentra muy lejos de las competencias y habilidades que supone un ciudadano, es decir, un individuo con dotaciones para desempeñarse en el terreno cívico-político. No tiene nada de extraño, por ello, adoptar como supuesto que la desafección tiene como origen la dominante perspectiva *moral* de la políti-

⁶ Entrevista realizada el 26 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a un joven comprendido en el grupo de edad de 14 a 17 años, de estrato sociolingüístico alto (ES2).

⁷ Niklas Luhmann, *Complejidad y modernidad. De la unidad a la diferencia*, Trotta, Madrid, 1998.

ca,⁸ a diferencia de la perspectiva cívica o cívico-política de la misma, que por supuesto no conduce a determinar cuestiones de ser digno o indigno de aprecio.

Esta visión moral sobre la política se refleja en las siguientes citas:

No tengo muy claro lo que viene siendo político, como que tengo muy vaga la idea [...] Hay personas que tienen buenas intenciones para cambiar el país, pero a mí se me figura que el poder los impone. A lo mejor no tendrán las intenciones de robarnos, pero estando ahí, "cómo voy a dejar la oportunidad de ser millonario!" [...]⁹

Todos [mis amigos] dicen que no; la política no les agrada, que no sirve de nada. [Opinan que] los políticos únicamente los quieren comprar [a los votantes] dándoles animales [...] Que si ellos quieren ganar... °pero no haciendo tranza!¹⁰

La política no me agrada nada. Siento que todos prometen y prometen y no cumplen.¹¹

Ha habido buenos presidentes: hasta Carlos Salinas de Gortari tuvo cosas buenas. °Qué lástima que se nos quedaron las cosas malas! [...] Pero [yo] paso; de la política, paso.¹²

Los cuatro jóvenes entrevistados expresan sus puntos de vista mediante la adopción de un esquema basado en la diferenciación moral: la política agrada o no por las implicaciones morales de lo que sucede en su interior. La mentira, el robo, lo malo, entre otras cuestiones, constituyen el catálogo dominante de su perspectiva de la política.

Las prácticas disponibles para construir al consumidor de los bienes culturales cívico-políticos apenas se han ido edificando recientemente. Por supuesto, no se puede contar con el apoyo irrestricto de los productores y divulgadores de los bienes culturales masivos. No parecen estar plenamente asentados signos o símbolos que permitan crear la "identidad" del joven cívico especialmente si se relacionan con el terreno electoral, ni símbolos y signos que contribuyan a naturalizar la existencia de esos jóvenes. Debido al carácter ultraminoritario de los jóvenes cívico-políticos, no es sorprendente que resulten "extraños" en muchos

⁸ Que no debe confundirse con la perspectiva moralizante, pues esta última impulsa o apoya lo que debe llevarse a cabo para hacerse digno de aprecio; la perspectiva mediática o más específicamente televisiva, se conduce de manera que sea el auditorio el que resuelva cuál es la postura que hay que adoptar, pero una postura que parece incapaz de determinar que los juicios de los ciudadanos a propósito de la materia política suponen un punto de vista concernido con el interés público, no con el aprecio. De nuevo el productor cultural supone un público carente de competencias para formarse un juicio cívico-político sobre la política, y ello puede contribuir a que esas competencias no se desarrollen.

⁹ Entrevista realizada el 26 de julio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a una joven comprendida en el grupo de edad de 18 a 24 años, de ES1.

¹⁰ Entrevista realizada el 11 de julio de 2002 en la ciudad de México a una joven comprendida en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES1.

¹¹ Entrevista realizada el 26 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a un joven comprendido en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES1.

¹² Entrevista realizada el 26 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a un joven comprendido en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES2.

ámbitos. La credencial de elector ha sido postulada como el "signo" del joven cívico-político (maduro, responsable, lo que, con todo, no quita lo divertido). Sin embargo, la relación entre lo cívico y lo político, principalmente lo que sucede en el terreno electoral, es, según lo que se ha visto, especialmente problemática, si bien no sólo para los jóvenes. El código de la moral, profusamente empleado por los productores televisivos de "la política para las masas" (es decir, en especial, de los noticieros), obstruye la construcción de la *perspectiva cívica de la política*, esto es, aquella que se forma por las habilidades para razonar desde el punto de vista de alguna definición de interés público.

En contraste, el consumo cultural en que los jóvenes están mayoritariamente volcados se forma por una serie de espacios y prácticas con capacidad de reproducirse, todo lo cual, además, ha conseguido con éxito refrendar el carácter legítimo de su presencia, carácter que en muchos casos ha migrado a la categoría de lo "natural". Es legítimo divertirse, enfrentar problemas de identidad, acudir a sitios "para jóvenes", explorar cuestiones que constituyen ritos de iniciación en la sociedad moderna, como las incursiones en la vida sexual, erótica, laboral y escolar. En el estereotipo dominante se pierde fácilmente de vista que amplios segmentos de los jóvenes mexicanos cruzan por esas transiciones de manera traumática y arroja a inmensos contingentes de jóvenes al consumo de masas, poco exigente y homogeneizante. Sin embargo –y aquí se encuentra un aspecto de enorme interés para los propósitos de este estudio– a pesar de que el consumo de masas es, desde el punto de vista de cualquier observador, notoriamente homogeneizante (es decir, mucha gente consume los mismos bienes), las personas consiguen resolver cuestiones identitarias (de identidad) con ese consumo (cuestiones que involucran una elaboración compleja a partir de diferencias y semejanzas).

Es común advertir en las entrevistas realizadas a los jóvenes que a través de su consumo cultural opera una suerte de proceso identitario. Las y los jóvenes se sienten o quieren ser como las figuras del deporte o del medio artístico, principalmente:

Entrevistador: Y cuando ves bailar a los negros, ¿te gustaría bailar así?

Entrevistado: Sí

Entrevistador: ¿Te imaginas ser alguno de ellos?

Entrevistado: La verdad sí muchas veces [...] Le digo a mi amigo que por qué no fuimos negros.

Nos gustan muchas cosas que ellos hacen, el básquet, los carros que tienen, la música. [...] Yo creo que todos de repente pensamos que somos alguien que nos gusta, un artista [...]¹³

El joven que porta la camiseta del América lo hace del mismo modo que lo hacen miles de otros jóvenes, y sin embargo ello le reporta una utilidad identitaria. ¿En qué radica el secreto? En el signo. El signo (la camiseta) incluye un significante (el color, el águila, alguna palabra) y un significado (las connotaciones y asociaciones que se consiguen introducir y establecer). Pero su éxito no depende de eso, ya que todos los signos comparten esa combinación de significante y significado. Para que el signo consiga resolver esas cuestiones ha de poseer lo que puede denominarse fuerza o violencia simbólica, es decir, la capacidad de evitar que se formulen preguntas acerca de sus implicaciones, sus significados, su importancia. La fuerza simbólica del signo, por tanto, tiene que ver con la capacidad de naturalizar prácticas e intereses.

Indice

Las disposiciones cívico-políticas como movilización discursiva

En las entrevistas aquellos jóvenes que han desarrollado habilidades cívicas revelaron haber incursionado en ese ámbito por ciertos esquemas de movilización; aunque hace falta que la investigación politológica en México profundice acerca de las nuevas formas de movilización y reclutamiento de los partidos y de cómo suceden estas dos formas del trabajo político. La movilización cívica es indudablemente un trabajo complejo porque opera por medio de esquemas discursivos y es menos susceptible de los tratamientos ideológicos tradicionales, más apelativos de los sentimientos que las construcciones cívicas. La movilización que surge, según lo revelado en las entrevistas, procede de la adopción de esas estructuras discursivas y de la pasión con que habían conseguido los jóvenes ser atrapados por las redes del discurso cívico. Por oposición, la carencia de esos agentes movilizadores del discurso reduce las probabilidades de la adquisición y despliegue de recursos cívico-políticos.

Las narrativas familiares son decisivas en la constitución de las disposiciones que aquí se están analizando. Organizan el material que hace inteligible la situación actual de la familia: "Ahora tenemos algunos ahorros, pero fueron años muy duros para conseguir lo que

¹³ Entrevista realizada el 23 de agosto de 2002 en la ciudad de México a un joven comprendido en el grupo de edad de 18 a 24 años, de ES2.

tenemos"; "cuando estaba de tu edad conocí a tu padre en una fiesta..."; "tu abuelo llegó en aquellos años a esta ciudad y fue entonces cuando..." Las historias o anécdotas que se cuentan provienen de un proceso de recolección, selección y almacenamiento de historias o anécdotas, y del desarrollo de aptitudes narrativas entre ciertos integrantes del grupo, en este caso familiar, "la tía Lupita es única para contar la anécdota del día en que..."

Luego mi mamá nos [acostumbra contar] de su niñez: nació aquí en Chihuahua, pero vivió un tiempo en Torreón. Mi mamá viene de una familia de bajos recursos, cargaba botes [...] Empezó a trabajar de pequeña porque mi abuelito era jornalero y ya estaba muy viejito y como no veía bien se caía a cada rato. Luego se vinieron para acá y compraron una casa en la colonia Rosario; ahí vivían [...] Mi abuelito, me platica mi mamá (porque yo no lo conocí, puesto que murió al año que yo nací), era muy bueno, muy bondadoso. En cambio mi abuelita regañaba a mi mamá y le decía a mi abuelito: "regáñala, pégale" o algo, y nada más hacía como que la regañaba, pero en realidad le ayudaba a mi mamá con mi abuelita.¹⁴

Estos relatos contienen las orientaciones fundamentales hacia los otros. En la familia se forman las historias inconfesables, de las cuales los demás constituyen materia de exclusión a la "verdad" de las cosas; en la familia se forman las historias que dividen el mundo entre nosotros y los demás, y ello encierra ciertas actitudes, organizadas en torno al hecho de que aparecen los intrusos y quienes logran "ingresar" a la familia.

Las historias contribuyen a desarrollar las actitudes básicas hacia la vida cívica. Las que se cuentan en la familia pueden adoptar el supuesto –y es lo usual– de que lo principal, lo más importante y digno de atención es precisamente lo que le sucede al grupo familiar, lo que la afecta o beneficia. Cuando esto se recrudece y, por ejemplo, se desarrolla una alta permisividad hacia sus miembros por oposición a los demás o intrusos, se dificulta de manera significativa la construcción de actitudes cívicas. La llamada "buena educación" suele contener un piso mínimo de orientación cívica: hay que respetar a los mayores, a las personas con alguna discapacidad, entre otras categorías. Esto puede alimentar las predisposiciones cívicas, actitudes prediscursivas que configuran los objetos de atención y consideración. Las historias familiares pueden estimular el descentramiento de la perspectiva egocéntrica o de aquella otra perspectiva que confiere centralidad a la familia; pero esto supone, como se insiste en el discurso de la educación cívica que se postula en el Instituto Federal Electoral,¹⁵ la presencia de valores, que además son *eficazmente socializados por la*

¹⁴ Entrevista realizada el 26 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a un joven comprendido en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES1.

¹⁵ Véase Instituto Federal Electoral, Plan Trienal de Educación Cívica 2001-2003, México, IFE, 2001.

acción conjunta de condiciones estructurales de disponibilidad narrativa y por estrategias narrativas que se despliegan en ciertos ámbitos.

Por medio de lo obtenido en las entrevistas es posible levantar la tesis tentativa de que las familias que han sido lanzadas al consumo cultural de masas y en cuyo interior se han vivido transiciones traumáticas enfrentarán mayores dificultades de encontrar agentes de movilización. A éstos es más probable encontrarlos en ámbitos escolares o profesionales, donde los jóvenes que aleatoriamente consiguen tropezar con uno de ellos han llegado después de haber conseguido escapar a las transiciones traumáticas, esto es, a las precarias condiciones de la transmisión intergeneracional de oportunidades que hay en México. Una de las entrevistadas, de especial sensibilidad cívico-política, indicaba así su experiencia:¹⁶

Siento feo cuando en la televisión veo problemas, porque uno a veces sin saber desperdicia agua, tira la comida o gasta nada más porque sí. La gente no mira a su alrededor que hay niños con carencias, con hambre. Somos muy egoístas a veces. Con mis amigas últimamente estamos haciendo actividades para ayudar a unos niños de una casa-hogar. Nos vamos a la Deportiva y vendemos paletitas. Antes no me preocupaba mucho de eso. Cuando estaba en la secundaria llegó una amiga [una estudiante de psicología que realizaba en esa escuela sus prácticas profesionales] y me empezó a decir de todo eso y comencé a preguntarme por qué no me había dado cuenta: llegó y me abrió los ojos. Entonces fue cuando me di cuenta [...]¹⁷

Sin embargo, no parece ser ésta una situación frecuente. La movilización del discurso supone algunas dotaciones intelectuales y cierta preferencia por el razonamiento abstracto, aunque no es siempre y necesariamente así, porque las ideologías partidistas pueden sustituir el razonamiento cívico por sentimientos y emociones organizados con alguna creencia. Por ello –y aquí, nuevamente, a reserva de que se profundice en el conocimiento de los mecanismos de movilización y reclutamiento de los partidos– éstos tienden a desarrollar trabajos de movilización orientada preferentemente al comportamiento electoral y no sobre la base del despliegue de aptitudes cívicas. La movilización cívica, que requiere un esfuerzo discursivo, probablemente les resulte una inversión de muy largo plazo a los partidos y recurren a movilizaciones de corto plazo con contenido y orientación cívicos precarios, si no es que nulos.

¹⁶ La falta de estudios e investigaciones en México acerca de los procesos de movilización y reclutamiento entre los partidos políticos, las organizaciones civiles y los grupos políticamente activados no permite obtener una visión de conjunto acerca de lo que sucede en este terreno.

¹⁷ Entrevista realizada el 27 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a una joven comprendida en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES1.

El consumo cultural de los jóvenes, que (en forma un tanto gruesa) los alinea en dos grandes segmentos, el de quienes presentan bajas dotaciones de disposición para incorporar bienes cívicamente profusos a su canasta de consumo cultural y el de aquellos que poseen las dotaciones para conseguirlo, es un continuo alimentador de las disposiciones e indisposiciones cívicas. El consumo cultural contribuye a regenerar continuamente las disposiciones e indisposiciones existentes y que están además institucionalmente admitidas.

Varios componentes de las estrategias narrativas se ajustan a esta diferenciación construida a partir de las dotaciones de capital cultural y del tipo de consumo cultural que los individuos acostumbran. Además de componentes obvios (como el léxico, algunos ingredientes de las tramas, el grado de exigencia que el productor cultural asume por parte de su auditorio), el terreno en el que la narración se ubica crea determinadas expectativas que forman ya parte de lo que funciona como estrategia narrativa.

El segmento de los cultural y lingüísticamente dotados, incluso siendo jóvenes, tienen una probabilidad más alta de alejarse del consumo cultural masivo y de ingresar al consumo de los informados, los círculos donde se generan las disposiciones cívicas. Este tipo de publicaciones o emisiones (ya sean radiofónicas, televisivas o de otro tipo) están construidas con un léxico, campo temático y demás, especialmente pensados para ese segmento del público, y adicionalmente tanto el productor cultural como el integrante típico del auditorio de antemano conocen y reconocen esa situación, lo que constituye a su vez una especie de contrato que organiza las expectativas del consumidor y productor culturales. Al hacerlo, bajo la apariencia de reconocer hechos sencillamente verdaderos, se contribuye –contra todo deseo subjetivamente construido– a la reproducción de ese mismo estado de cosas. Quien se entera de los sucesos políticos en la televisión enfrenta una probabilidad bastante alta de ser considerado por el respectivo productor cultural como una especie de inexperto y probablemente profano en la materia: necesita, desde ese punto de vista, algo digerido, es decir, sin las complicaciones que los asuntos políticos efectivamente revisten. Hay, por otro lado, emisiones o publicaciones para círculos mucho más selectos. Estas clasificaciones que todos adoptan, productores y consumidores, recrean continuamente los estereotipos y las construcciones vigentes.

No obstante estas diferencias, un aspecto en el que cabe insistir es en el de ciertos componentes de las estrategias narrativas que no hacen distinciones por las dotaciones de capital cultural de los jóvenes. Una estrategia narrativa exitosamente desplegada puede ser indiferente a estratos sociales y referencias particularizantes, como ser norteño versus

sureño, de costa versus del desierto, de campo versus de ciudad. Con las combinaciones apropiadas de redundancia e innovación en la estrategia narrativa, el interés se mantiene sea el receptor hombre o mujer, de campo o de ciudad o regionalmente diverso. Así lo prueba el consumo cultural que anteriormente se consideraba exclusivo de cierto segmento del auditorio (años atrás las telenovelas estaban culturalmente clasificadas como consumo cultural "para mujeres", situación que en México se ha transformado) y cuyo horizonte de recepción se ha ampliado.

De lo anterior se desprende una precondition central de las estrategias narrativas: tiene que cambiar el preentendimiento de lo que viene. Si los temas cívicos o cívico-políticos encuentran predisposiciones que los vuelven aptos sólo para ciertos segmentos del público, entonces las condiciones estructurales de su recepción se encuentran distorsionadas y probablemente obstruidas. Tal vez las historias cívicas deban generar un suelo fértil que amplíe el horizonte de su recepción de manera que ello facilite el encontrar conexiones culturalmente más aceptables con el ámbito propiamente político-electoral. Para un joven mexicano, además de las barreras de la complejidad discursiva y de las condiciones de la recepción, es relativamente fácil identificar lo político-electoral con cuestiones que atañen a un mundo que no es el de ellos, el mundo de los adultos, esto es, un terreno al que inevitablemente se encaminan pero en el que no se encuentran "a sus anchas", al menos mientras conservan su condición de jóvenes.

[...] entonces, si voy a lidiar con todo eso en mi vida adulta [fraudes electorales y las cosas que suceden en la política], ¿por qué complicarme la vida ahora que soy adolescente? A lo mejor me puedo vestir de un color fosforescente si yo quiero, me puedo andar vistiendo de negro, puedo peinarme para arriba como yo quiero. Para qué preocuparme por algo que me va a agobiar el resto de mi vida [...] Yo digo que no nos gusta agobiarnos; si nos vamos a agobiar más adelante ¿por qué vamos a agobiarnos de política ahora?¹⁸

El aspecto de la estrategia narrativa que en el consumo cultural posee mayor fuerza es el de la forma de apropiación. Las historias sometidas a estrategias narrativas son recibidas no como la presentación de hechos ciertos en los que el escucha no se involucra, sino en tanto la exposición de eventos que *—sin importar que sean o no verdaderos, sino sólo considerando su verosimilitud—* son o podrían ser constitutivos de quien recibe la historia; no obstante, debido al carácter generalmente ficticio de las historias, éstas se introducen en los

¹⁸ Entrevista realizada el 26 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a un joven comprendido en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES2.

receptores como una recreación imaginaria de la propia vida a través de la historia contada, un involucramiento imaginario de la propia persona en la historia; en suma, como una *apropiación imaginaria* de la historia por el receptor.

Las estrategias narrativas exitosas aprovechan las modalidades de apropiación imaginaria de las narraciones. Las personas crean combinaciones de historias elaboradas en sus familias (un espacio muy poderoso en dicha configuración, al menos entre los jóvenes, como se revela en las entrevistas) con historias conocidas por otros medios, como en la escuela, en el ámbito laboral o en los círculos de pares. Esas historias elaboradas en centros de producción "no profesionales", se llegan a combinar con las historias o los aspectos de las historias que confeccionan los productores culturales acreditados como tales.

Las historias cívicas son historias épicas: en ellas sobresale el tesón y la entrega de un héroe que enfrenta obstáculos, que arrostra peligros y que triunfa, al menos para no convertirla en tragedia. Hay personajes-signo que figuran en una estrategia de este tipo y que pueden llegar a formar parte de la apropiación imaginaria de los jóvenes. Probablemente los *héroes de la patria* tendrán que ser acompañados por nuevos héroes, menos vinculados con el mundo de los adultos y más cercanos a los procesos de apropiación imaginaria de los jóvenes. No todos estos héroes son necesariamente afines o compatibles con el mundo político-electoral, pero pueden encarnar valores o procesos de aprendizaje que los conduzcan al *descubrimiento* del valor que entraña resolver las cuestiones espinosas por medio de estrategias basadas en la tolerancia, el respeto y la aceptación de los derechos de los demás.

Los finales de las historias, ahí donde se concentran los procesos de significación y sus potencialidades reproductivas, son lo más complicado de una estrategia así. En las entrevistas se les pidió a los jóvenes que intentaran a grandes rasgos bosquejar la forma en que preferirían que se narrara su propia historia. Hubo dos dificultades principales: la primera, la de asumir que la historia no tenía que narrarse linealmente, es decir, a partir de su nacimiento hasta el presente, sino que podían crear inicios *in media res*, es decir, a mitad del asunto; la segunda dificultad fue la de identificar un final de la historia; en este caso, les resultó especialmente complicado generar un aprendizaje o un significado que englobara el sentido de la historia. Es probable que esta dificultad se encuentre asociada con las contradicciones que enfrentan las ideologías de actualidad para organizar los trazos narrativos de los jóvenes; en otro tiempo pudo ser probable que alguna idea-fuerza, como la de libertad o justicia, contribuyera a configurar el final de una historia como las que se les solicitó a los entrevistados.

Las siguientes citas ejemplifican la manera en que algunos jóvenes narrarían la historia de su vida:

A una edad como a los tres años [empezaría a narrar mi vida], porque es de lo único [de lo] que me acuerdo, de las cosas que he vivido. Mencionaría que estoy estudiando y que quiero llegar a ser un buen médico [...] y dejar en suspenso si pasó o no.¹⁹

Yo creo que empezaría [a narrar mi vida] cuando mi mamá estaba embarazada de mí, porque cuando mi mamá se embarazó de mí tuvo muchos problemas, varias hemorragias. Entonces empezaría con el embarazo de mi mamá, por todos los problemas que pasó, con mi nacimiento también. Luego, ya pasado un tiempo, ya con mi niñez, con todo lo que hice. Luego empezaría con lo de la primaria. Ya al final yo creo que contaría lo que ahora vivo y lo que espero poder vivir.²⁰

Indice

¹⁹ Entrevista realizada el 23 de agosto de 2002 en la ciudad de México a un joven comprendido en el grupo de edad de 18 a 24 años, de ES2.

²⁰ Entrevista realizada el 26 de junio de 2002 en la ciudad de Chihuahua a un joven comprendido en el grupo de edad de 14 a 17 años, de ES1.

Conclusiones

I

Las narrativas vitales de los jóvenes, sus biografías, se encuentran en el terreno de la incertidumbre. Los ámbitos en los cuales se nutrían las biografías típicas de la juventud –familia, escuela y trabajo– han dejado de ocupar la centralidad de antaño. Ni las historias del compañero de banca ni los viajes vacacionales con la familia son ya los hilos principales en que se teje la trama vivencial de los jóvenes. Las transformaciones ocurridas en las últimas décadas, que tienen en la globalización su expresión acabada, han alterado ese panorama y ahora puede señalarse que es del consumo de productos culturales de donde la juventud echa mano para elaborar buena parte de su biografía personal.

Con base en la revisión de los resultados obtenidos en diversos estudios en los últimos 10 años se comprueba que la política que rechazan los jóvenes es aquella identificada con su forma institucional. La desafección se enfoca a lo socialmente definido como político, aquello que se asimila con las actividades e instituciones especializadas, a las que se atribuye un papel particular en la sociedad. Ahora bien, este alejamiento y desinterés por el contenido culturalmente dominante de la política coexiste con disposiciones cívicas: la juventud no es apolítica. Puede considerarse, más bien, que la politicidad en las prácticas de los jóvenes se expresa de otras maneras. Por ello, puede hablarse más de una distancia y un desencuentro con las organizaciones partidistas tradicionales y con lo identificado por la política, que de un desinterés por lo público.

Esta desafección coexiste con un intenso consumo cultural. Las familias mexicanas destinan en promedio 17% de su gasto mensual al consumo de bienes culturales, y los productos culturales se caracterizan por un refinado despliegue de técnicas, en especial lo que en este estudio se denomina *estrategias narrativas*. La *perspectiva institucional*, que compete en el espacio de producción de significados, actitudes y valores, enfrenta problemas de importancia para desempeñarse eficazmente en el campo de las estrategias narrativas. En ese como en otros ámbitos, la *perspectiva mediática* procede como una fuerza objetivante, una fuerza que contribuye poderosamente a construir ese artefacto cultural conocido como "mundo de los jóvenes".

Respecto a la exploración de los significados cívicos y políticos en las narrativas, la política es objeto de escaso tratamiento. Para los productores culturales, la política es un tema que genera escaso interés para los destinatarios. Por añadidura, es digno de señalarse que, al menos en lo que se refiere a su forma institucional, el tratamiento narrativo de la

CONCLUSIONES

política posee una inclinación desmovilizadora, afín a lo que sucede con el resto de los grupos de edad, pero también de acuerdo con lo que se ha encontrado en otros estudios sobre cultura política en México.

La lógica con que los productores culturales introducen en sus estrategias narrativas la concepción de lo cívico que imputan típicamente a sus destinatarios –en la muestra de objetos culturales analizados, principalmente jóvenes– permite afirmar que ven en los jóvenes seres interesados en sus relaciones con cercanos y conocidos, en otros jóvenes y en un conjunto de individuos que para ellos son conocidos pero que, a la vez, les resultan inaccesibles: los personajes famosos. Los jóvenes son considerados individuos inscritos en una comunidad virtual, interpelados por un discurso que los convoca a proseguir el incabable consumo cultural: habitante de las culturas híbridas, según la expresión de García Canclini, el joven contemporáneo cuenta –si se atiende a la perspectiva mediática materializada en las estrategias narrativas– con un espacio reducido para desarrollar sus disposiciones cívicas. Esto último abre la pregunta acerca del proceso que ha contribuido a crear las inclinaciones cívicas encontradas en estudios precedentes.

Las narrativas exitosas apelan a estrategias de interpelación e identificación. Las primeras *convierten* a los destinatarios en actores de procesos que subyacen a las estrategias narrativas. Característicamente, el proceso que subyace en forma dominante es el del propio consumo cultural. Las estrategias de identificación están dirigidas, en primer término, a reducir el costo de oportunidad que representa la abundancia de productos culturales en la actualidad, y en segundo lugar a reducir la volatilidad de las prácticas de consumo, lo que es equivalente de estrategias orientadas a elevar la lealtad de los consumidores. Mientras las estrategias de interpelación se benefician del diagnóstico posmoderno del "fin de los grandes relatos", las estrategias de identificación contribuyen a generar "consumidores virtuales", integrantes de un espacio público en el que lo cívico es inocuo y la política redundante.

En el despliegue de estrategias narrativas existe una riqueza comunicativa susceptible de ser aprovechada por, acaso, el último de los grandes relatos del tiempo presente: el de la ciudadanía y la democracia.

II

Los problemas de precariedad cívico-política están vinculados a ciertas formas de consumo cultural (de las que no puede esperarse nada significativo en cuanto a potencial cívico y participativo); esta asociación no implica que exista conexión causal entre ambas, aunque probablemente sí implique reforzamiento mutuo.

La precariedad referida se encuentra socialmente concentrada por condiciones estructurales, que a su vez se relacionan con la disponibilidad de recursos cognitivos y lingüísticos. Si estos últimos permiten desarrollar ciertas destrezas y competencias propias de la condición ciudadana, su carencia o precariedad limitan u obstruyen su adquisición. Mientras en el consumo cultural proveniente de la industria cultural de masas las fuentes de potencialidad cívica sean extremadamente pobres (lo cual no significa que sean inexistentes), y este ámbito constituya una fuente de apropiación imaginaria de los bienes culturales y de soluciones contingentes a cuestiones de identidad, lo más probable es que la apropiación colectiva y generalizada de la narrativa ciudadano-democrática enfrente problemas de magnitud en cuanto a intensidad y duración.

Esta precariedad en la asignación de recursos cognitivos y lingüísticos propicia que la recepción de las narrativas culturales se ajuste a moldes estereotipados y a la elaboración continua y sistemática de signos que eventualmente resuelven problemas de identidad. Si el productor cultural construye a su receptor como un ser carente o precario en cuanto a sus disposiciones cívicas es al menos improbable que llegue a convertirse en lo opuesto, en un ser cívicamente competente, debido a que la recepción cultural compatible con la condición ciudadana supone habilidades para desestructurar o desconstruir los planteamientos provenientes de los grandes sistemas mediáticos. Desprovisto de tales recursos, el ciudadano de las comunidades virtuales enfrenta el riesgo de parecerse cada vez más al estereotipo construido por el productor cultural. ¿De qué depende que esto suceda o no? De sus competencias, de la fuerza que otorga el pensamiento crítico, la vida civil, el pertenecer a asociaciones que permitan construir *comunidades de interpretación* al mismo tiempo sensibles al campo temático de la vida cívica y la democracia, y competentes para descifrar y desconstruir lo que sucede en la ciudad, tanto la mundana como la mediática.

El acto de convertirse en ciudadano es más que una situación fatal a la que hoy todo individuo joven está condenado: es o podría ser un *ritual de institución* a partir del cual quien se introduce en ese terreno se convierte en *otro*. Visto de esta manera, entre los

instrumentos para que ese ritual pueda adquirir una presencia más fuerte en la "canasta" del consumo cultural de los jóvenes se requiere disponibilidad de signos que resuelvan cuestiones identitarias *y que estén asociados a historias*, preferentemente en tono épico y que transfieran significados apropiados para las pretensiones cívico-participativas del Instituto Federal Electoral.

Los *spots* publicitarios del Instituto son el espacio en que se pueden construir esas historias. La apropiación imaginaria y la disponibilidad de recursos para resolver problemas de identidad, característicos de los jóvenes, son los ámbitos en que conviene considerar si resultaría apropiado insistir. *La inteligencia comunicativo-pedagógica* del Instituto en materia de cultura política enfrenta un contexto de restricciones que ha tratado de ser bosquejado a lo largo de este estudio. Ahora bien, las dificultades se encuentran en dos órdenes de cuestiones: primero, en la *conexión* entre lo cívico y lo político, específicamente lo político-electoral: para muchos jóvenes no es más que una zona de la decadencia moral prevaleciente o de todo aquello que es propio de los adultos; segundo, en la creación de significados que consigan defender el valor de lo cívico-participativo independientemente de la condición moral en que ubiquen a los profesionales de la política: lo cívico-participativo, es decir, la participación del joven en la vida política de la comunidad, habrá de hacerse independiente de las cualidades y diferentes estaturas morales que los jóvenes adscriban a los políticos profesionales, el grupo cerrado que hasta la fecha ha reivindicado con éxito —aunque últimamente con algunas reservas— el monopolio del uso público de la palabra y la acción políticas.

Éste es el trabajo más arduo porque supone la tarea de introducir una distinción de distinciones: los futuros ciudadanos de México, aquellos a los que forma y fortalece el Instituto Federal Electoral, tendrán que distinguir entre las especificidades que gobiernan los juicios y las actitudes *morales* hacia la política, especialmente en su sentido profesional contemporáneo, y los juicios y actitudes que gobiernan la esfera cívica a la que han de ingresar. Como ciudadanos o futuros ciudadanos, los jóvenes elaborarán sus juicios morales y las actitudes subyacentes; pero en tanto ciudadanos no es lo que se supone que es su tarea. Los juicios cívicos suponen la competencia para definir el interés de la ciudad (*polis* o *ci-vitas*), competencia no exclusiva de los políticos profesionales —que tanta desconfianza les suscita—; suponen la competencia para defender la definición que se ha elaborado, y suponen la madurez para asumir que hay varias definiciones en competencia. El ciudadano, entendido como el portador de estas competencias típico-ideales (o teóricas), concluirá casi

inevitablemente, sobre la base de las anteriores premisas, que el proceso y la competencia electorales constituyen el mecanismo para dilucidar esas definiciones en competencia.

El enfoque de los valores de la democracia ataca el suelo subyacente de los problemas que se enfrentan con la población joven. En el largo plazo la condición ciudadana es mutable; todo lo que se haga en este sentido es inversión cuyos frutos habrán de verse en el mediano plazo, cuando esos jóvenes entre 14 y 17 o 20 años ingresen al terreno de "los adultos", futuros abstencionistas y desafectos si conservan los marcos intelectuales y actitudinales de índole moral que los guían en su forma de observar y percibir la vida política, y a interactuar con ella.

El enfoque de las narrativas de la democracia, sin contraponerse a lo existente, puede constituir una aportación a los esfuerzos que actualmente se emprenden, sobre todo porque se aprovecha de una premisa que no es compleja ni extraña: la vida es una historia, la democracia, una vida, ¿por qué no han de juntarse ambas de manera que la historia de esta democracia, la mexicana, sea parte de la historia de todos aquellos que presuntamente le dan fundamento?

Bibliografía y hemerografía

- Almond, Gabriel, y Sydney Verba, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, Fundación de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada, Madrid, 1970.
- Álvarez, Germán, y Miguel A. Casillas, "Los nuevos procesos en la UNAM", en *Cuadernos Políticos*, Era, México, enero-junio, 1987.
- Balardini, Sergio (comp.), *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales-Agencia Sueca de Desarrollo Internacional, Buenos Aires, 2000.
- Bauman, Zygmunt, *La globalización. Consecuencias humanas*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2001.
- Becerra Laguna, Ricardo, "Participación política y ciudadana de los jóvenes", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986-1999*, t. II, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000.
- Beck, Ulrich, *La democracia y sus enemigos*, Paidós, Barcelona, 2000.
- _____, (coord.), *Los hijos de la libertad*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.
- _____, *¿Qué es la globalización?*, Paidós, Barcelona, 1998.
- _____, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona, 1997.
- Bell, Daniel, *Las contradicciones culturales del capitalismo*, Alianza Editorial, Madrid, 1977.
- Beltrán, Ulises *et al.*, *Los mexicanos de los noventa*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM, México, 1996.
- Berger, Peter, y Thomas Luckman, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1993.
- Bobbio, Norberto, *El futuro de la democracia*, FCE, México, 1996.
- Bourdieu, Pierre, *La miseria del mundo*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1999.
- _____, *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*, Anagrama, Barcelona, 1995.
- _____, *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*, Akal, Madrid, 1985.
- _____, *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*, Anagrama, Barcelona, 1997.
- Bruner, Jerome, *La educación, puerta de la cultura*, Visor Libros, Madrid, 1997.

BIBLIOGRAFÍA

- Bulmer, Martín, y Anthony M. Rees (eds.), *Citizenship Today: The Contemporary Relevance of T. H. Marshall*, Taylor & Francis, Londres, 1996.
- Calvo Buezas, Tomás, *Valores en los jóvenes españoles, portugueses y latinoamericanos. Problemas y esperanzas de los protagonistas del siglo XXI*, Libertarias, Madrid, 1997.
- Castoriadis, Cornelius, *La institución imaginaria de la sociedad*, Tusquets, Barcelona, 1983.
- Cerroni, Umberto, *Reglas y valores en la democracia. Estado de derecho, Estado social, Estado de cultura*, CNCA-Alianza, México, 1991 (Col. Los Noventa, núm. 80).
- Cisneros Puebla, César A., "De trípticos, espejos y paradojas", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986-1999*, t. II, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000.
- _____, "Jóvenes ciudadanos: ¿realidad o ficción?", en Gabriel Medina Carrasco (comp.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000.
- Comisión Económica para América Latina, *Ciudadanía y derechos humanos desde la perspectiva de las políticas públicas*, CEPAL, Santiago, 1997.
- _____, *Equidad, desarrollo y ciudadanía*, CEPAL, Santiago, 2000.
- Cortina, Adela, *Ciudadanos del mundo: hacia una teoría de la ciudadanía*, Alianza, Madrid, 1997.
- Chatman, Seymour, *Historias y discurso. La estructura narrativa en la novela y el cine*, Taurus, Madrid, 1990.
- Dalh, Robert, *La poliarquía. Participación y oposición*, Red Editorial Iberoamericana, México, 1993.
- Diamond, Larry et al. (eds.), *Democracy in Developing Countries: Latin America*, Lynne Rienner Publishers, Boulder, 1999.
- Durand Ponte, Víctor Manuel, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, Miguel Ángel Porrúa-Coordinación de Humanidades, UNAM, México, 1998.
- Eatwell, J., *Global Unemployment: The Lost of Jobs in the Nineties*, Sharpe, Nueva York, 1996.
- Eco, Umberto, *Lector in fabula*, traducción de Ricardo Pochtar, Lumen, Barcelona, 1981.
- Elkin, Stephen L., y Karol E. Soltan (eds.), *Citizen Competence and Democratic Institutions*, Pennsylvania State University, Pensilvania, 1999.
- Escalante, Fernando, *Ciudadanos imaginarios. Memorial de los afanes y desventuras de la virtud y apología del vicio triunfante en la república mexicana –tratado de moral pública–*, El Colegio de México, México, 1992.
- Esquivel Hernández, María Teresa, "Hogares encabezados por mujeres: un debate inconcluso", *Sociológica*, año 15, núm. 42, enero-abril de 2000.

- Fernández Poncela, Anna María, *Jóvenes y política: balances y perspectivas*, mimeo, s/f.
- Festinger, Leon, "La teoría de la disonancia cognoscitiva", en Wilbur Schramm, *Las ciencias de la comunicación humana*, Grijalbo, México, 1982.
- Font, Joan, y Rosa Virós (eds.), *Electoral Abstention in Europe*, Institut de Ciències Politiques i Socials, Barcelona, 1995.
- García Canclini, Néstor, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, México, 1990.
- _____, *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Grijalbo, México, 1995.
- _____, y Carlos Juan Moneta (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Grijalbo, México, 1999.
- _____, "¿Rescribir El capital en el siglo XXI?", en *Hoja por hoja 55*, Suplemento de libros de Reforma, 1 de diciembre de 2001, pp. 12-13.
- Gergen, Kenneth J., *El yo saturado. Dilemas de identidad en el mundo contemporáneo*, Paidós, Barcelona, 1992.
- Giddens, Anthony, *Consecuencias de la modernidad*, Alianza Editorial, Madrid, 1991.
- _____, *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Taurus, Madrid, 2000.
- Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Gustavo Gili, Barcelona, sexta edición, 1999.
- Held, David, *Modelos de democracia*, Alianza, Madrid, 1991.
- Huntington, Samuel, *La tercera ola. La democratización a finales del siglo XX*, Paidós, Barcelona, 1994.
- Instituto Federal Electoral-Universidad Nacional Autónoma de México, *La reforma electoral y su contexto sociocultural*, México, 1996.
- Instituto Federal Electoral, *Ciudadanos y cultura de la democracia: reglas, instituciones y valores de la democracia*, IFE-DECEYEC, México, 2000.
- _____, *Consulta Infantil y Juvenil 2000*, mimeo, México, 2000.
- _____, *Plan Triannual de Educación Cívica (2001-2003)*, IFE, México, 2001.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, *Los jóvenes en México*, INEGI, México, 2000.
- _____, *Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte*, INEGI, México, 1997.

BIBLIOGRAFÍA

- _____, *Tabulado de la muestra censal del XII Censo General de Población y Vivienda 2000*, INEGI, México, 2000.
- Instituto Mexicano de la Juventud, *Encuesta Nacional de Juventud. Documento marco*, mimeo, diciembre, México, 1998.
- _____, *Encuesta Nacional de la Juventud 2000 (Resultados preliminares)*, México, 2000.
- Instituto Mexicano de la Radio, *Voces en el aire. La revista de la radio*, junio de 2001.
- Jelin, Elizabeth, y Eric Hershberg (eds.), *Construir la democracia: derechos humanos, ciudadanía y sociedad en América Latina*, Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
- Johnson, Paul, *Public Choice*, Westview, 1992.
- Krauskopf, Dina, "Cambios de paradigmas y participación política", *Jóvenes*, revista de estudios sobre juventud, año 4, núm. 11, abril-junio, 2000.
- Kymlicka, Will, y Wayne Norman, "El retorno del ciudadano. Una revisión de la producción reciente en teoría de la ciudadanía", *Ágora*, núm. 7, invierno de 1997.
- La Jornada Semanal*, 26 de septiembre de 1999.
- Lash, Scott, *Sociología del posmodernismo*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- _____, y John Urry, *Economías de signos y espacio. Sobre el capitalismo de la posorganización*, Amorrortu, Buenos Aires, 1998.
- Lefort, Claude, *La invención democrática*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1990.
- Levi, Giovanni, y Jean Claude Schmitt, *Historia de los jóvenes*, Taurus, Madrid, 1996.
- Lipovetsky, Gilles, *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona, 1996.
- Luhmann, Niklas, *Complejidad y modernidad: de la unidad a la diferencia*, Trotta, Madrid, 1998.
- _____, *Sociología del riesgo*, Universidad de Guadalajara/Universidad Iberoamericana, México, 1992.
- M. Langellier, Kristin, y Eric E. Peterson, "Las historias de la familia como estrategia de control social", en Mumby, Dennis (comp.), *Narrativa y control social. Perspectivas críticas*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- Macpherson, C. B., *La democracia liberal y su época*, Alianza, Madrid, 1991.
- Maffesoli, Michel, *El conocimiento ordinario. Compendio de sociología*, FCE, México, 1993.
- _____, *El tiempo de las tribus*, Icaria, Madrid, 1990.
- Margulis, Mario, y Marcelo Urresti, "La construcción social de la condición de juventud", en Cubides C., Humberti J., María Cristina Laverde Toscano y Carlos Eduardo Valderrama

- H., *"Viviendo a toda". Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá, 1998.
- Medina Carrasco, Gabriel (coord.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000.
- _____, "La vida se vive en todos lados. La apropiación juvenil de los espacios institucionales", en Medina Carrasco, Gabriel (coord.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000.
- Metz, Christian, *El significativo imaginario. Psicoanálisis y cine*, Paidós, Barcelona, 2001.
- Mier, Raymundo, y Mabel Piccini, *El desierto de espejos*, Plaza y Valdés-UAM Azcapotzalco, México, 1987.
- Moliner, María, *Diccionario de uso del español*, t. II, Gredos, Madrid, 1967.
- Morley, David, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1998.
- Mouffe, Chantal, *El retorno de lo político. Comunidad, ciudadanía, pluralismo, democracia radical*, Paidós, Barcelona, 1999.
- Mumby, Dennis (comp.), *Narrativa y control social*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- Nielsen/Net Ratings, agosto de 2001.
- O'Sullivan, Tim, *et al., Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- Opazo Marmentini, Juan Enrique, "Ciudadanía y democracia. La mirada de las ciencias sociales", *Metapolítica*, vol. 4, núm. 15, julio-septiembre, 2000.
- Oriol Costa, Pere, *et al., Tribus urbanas. El ansia de identidad juvenil: entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia*, Paidós, Barcelona, 1996.
- Pérez Islas, José Antonio (coord.), *Jóvenes e instituciones en México, 1994-2000: actores, políticas y programas*, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000.
- _____, "Historia de un amor como no ha habido otro igual...", en Rafael Cordera y Ricardo Becerra (coords.), *México joven. Política y propuestas para la discusión*, UNAM, México, 1996.
- _____, *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre la juventud en México 1986-1999*, t. I y II, Instituto Mexicano de la Juventud-SEP, México, 2000.
- Poder Ejecutivo Federal, *Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006*.
- Putnam, Robert, "Bowling Alone: America's Declining Social Capital", *Journal of Democracy*, enero de 1995.
- _____, "The Strange Disappearance of Civic America", en *The American Prospect*, vol. 7, núm. 24, diciembre 1, 1996.

BIBLIOGRAFÍA

- Rabotnikof, Nora, "Hegelianos, a sabiendas", en Norbert Lechner, René Millán y Francisco Valdez Ugalde (coords.), *Reforma del estado y coordinación social*, Plaza y Valdés/Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México, 1999.
- Recondo, Gregorio, *Mercosur. La dimensión cultural de la integración*, Ciccus, Buenos Aires, 1997.
- Reforma*, 14 de abril de 2001, p. 2c.
- Reguillo, Rossana, *En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación*, ITESO, Guadalajara, 1991.
- _____, "Socialidad y medios de comunicación. Notas para pensar una relación no evidente", *Visión 5*, UAM-Xochimilco, México, 1995.
- _____, "Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión", en Gabriel Medina Carrasco (comp.), *Aproximaciones a la diversidad juvenil*, El Colegio de México, México, 2000.
- Rendón, Teresa, y Carlos Salas, "Educación y empleo juvenil", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986-1999*, t. I, Instituto Mexicano de la Juventud, 1999.
- Sartori, Giovanni, *Teoría de la democracia*, Alianza, México, 1991.
- Secretaría de Gobernación, *Encuesta nacional de cultura política y prácticas ciudadanas*, México, 2002.
- Schumpeter, Joseph, *Capitalismo, socialismo y democracia*, Aguilar, Madrid, 1977.
- Taylor, S. J., y R. Bogdan, *Introducción a los métodos cualitativos de la investigación*, Paidós, Barcelona, 1987.
- Touraine, Alain, *¿Podremos vivir juntos?*, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 1997.
- Urteaga, Maritza, "Formas de agregación juvenil", en José Antonio Pérez Islas (coord.), *Jóvenes: una evaluación del conocimiento. La investigación sobre juventud en México 1986-1999*, t. II, Instituto Mexicano de la Juventud, México, 2000.
- _____, "Identidad y jóvenes urbanos", en A. Sevilla y Miguel Ángel Aguilar (coords.), *Estudios recientes sobre cultura urbana en México*, INAH/Plaza y Valdés, México, 1996.
- Urzúa B., David, "Juventud, socialización y medios de comunicación. La crisis en las pantallas", *Jóvenes*, revista de estudios sobre juventud, Causa Joven/Centro de Investigación y Estudios sobre Juventud, México, abril-diciembre, 1998.
- Valenzuela A., José Manuel, "Ámbitos de interacción y consumo cultural", en Néstor García Canclini y Mabel Piccini (coords.), *El consumo cultural en México*, CNCA, México, 1993.

Van Dijk, Teun A., "Historias y racismo", en Dennis Mumby (comp.), *Narrativa y control social*, Amorrortu, Buenos Aires, 1997.

Zermeño, Sergio, "Nuevos planteamientos en la relación juventud popular-juventud estudiantil", en Crea/CEJM, *II Seminario Latinoamericano de Investigadores sobre Juventud*, mayo, 1988.

Zolo, Danilo, *La democracia difícil*, Alianza, México, 1994.

<http://www.telenet.com.mx/entrevistas/wilkins.html>.

<http://www.inegi.gob.mx>.

<http://www.sep.gob.mx/work/appsite/nacional/cuadros/c9000/matres99t.htm>.

<http://www.campus-oei.org>

<http://www.ibopeagb.com.mx>.

<http://www.esmas.com/espectaculos/televisión>

Anexo I
Narrativas seleccionadas

| <i>Nombre</i> | <i>Tipo</i> |
|--|-------------|
| <i>Y tu mamá también</i> | Cine |
| "Mentira" (La Ley) | Canción |
| "Entre azul y buenas noches" (Jeans) | Canción |
| "Acompáñame" (Alicia Villarreal y Pedro Fernández) | Canción |
| "Crawling" | Canción |
| "La playa" (La Oreja de Van Gogh) | Canción |
| "Cada vez te extraño más" (Banda El Recodo) | Canción |
| "Pop" (N'Sync) | Canción |
| <i>Otro rollo</i> | Televisión |
| <i>La hora pico</i> | Televisión |
| <i>Amigas y rivales</i> | Televisión |
| <i>Cero en conducta</i> | Televisión |
| <i>Como en el cine</i> | Televisión |
| <i>El panda show</i> (Radio Uno) | Radio |
| <i>Barra Libre</i> (Digital 99) | Radio |
| <i>La butaca</i> (Órbita) | Radio |
| <i>El mañanero</i> (Radio Activo) | Radio |
| <i>¿Quién se llevó mi queso?</i> | Libro |
| <i>Play Station</i> | Revista |
| <i>Tú</i> | Revista |
| <i>Así soy, ¿y qué?</i> | Historieta |
| <i>Men's Health</i> | Revista |
| <i>Furia Musical</i> | Revista |
| <i>TV y Novelas</i> | Revista |
| Chat | Internet |

Anexo II

Metodología: guía para las entrevistas a profundidad

1. Caracterización inicial

El estudio sobre las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos incluye una serie de entrevistas de profundidad con un grupo de jóvenes mexicanos. Las entrevistas se diseñaron para un triple objetivo:

- Identificar las principales características de la recepción narrativa entre la población joven de México.
- Caracterizar modalidades de recepción e interpretación narrativa según particularidades de la población receptora.
- Determinar los recursos narrativos más apropiados para los tipos de población con base en las características de su recepción narrativa.

Este proyecto constituye la segunda fase del estudio *Lo cívico y lo político en las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos*, cuya primera fase fue realizada durante 2001.¹ Para este estudio, una vez establecido el carácter crítico del consumo cultural entre la población joven, en especial para la concepción de estrategias comunicativas eficaces dirigidas a ese segmento poblacional, el propósito ha sido explorar, por medio de las entrevistas, el campo de la recepción e interpretación narrativa de los jóvenes mexicanos.

Para reproducir las condiciones en que los jóvenes reelaboran el sentido de las narrativas y evalúan las estrategias narrativas desplegadas en los mensajes de interpelación más eficaz es necesario advertir la aceptación y posterior incorporación de las narrativas en su vida cotidiana. Los jóvenes, como la población en general, se encuentran atrapados en un mar de narrativas. Algunas tienen mayor impacto que otras; esto depende de las estrategias narrativas empleadas por los productores culturales.

¹ Realizado por el Centro de Formación y Desarrollo del Instituto Federal Electoral en cumplimiento del Calendario Anual de Actividades para 2001 y entregado en diciembre de ese mismo año al área solicitante del mismo Instituto: Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

El trabajo de campo es la vía para obtener la información que permite adentrarse en este terreno del mundo de los jóvenes, tanto desde el lado de la recepción de los mensajes como desde la perspectiva de su interpretación.

Indice

2. Planteamiento metodológico

El acercamiento a las estrategias de recepción de los jóvenes se sustenta en el supuesto de que la recepción narrativa ocurre, entre otros, en el nivel de la apropiación imaginaria; es decir, de manera tal que las historias sometidas a estrategias narrativas son recibidas no como la presentación de hechos ciertos en los que el escucha no se involucra, sino en tanto la exposición de eventos que *—sin importar que sean o no ciertos, sino sólo considerando su verosimilitud—* son o podrían ser constitutivos de quien recibe la historia. No obstante, debido al carácter generalmente ficticio de las historias, éstas se introducen en los receptores como una re-creación imaginaria de la propia vida a través de la historia contada, un involucramiento imaginario de la propia persona en la historia; en suma, como una *apropiación imaginaria* de la historia por el receptor.

La apropiación imaginaria no es la única forma que adopta la recepción de las narrativas. Otra más —e igualmente pertinente— consiste en la dimensión comunitaria de la recepción e interpretación. Es frecuente asumir que el consumo cultural y la comprensión de las historias ocurre de manera colectiva en determinadas *comunidades de interpretación*,² en cuyo interior se reconstruyen los significados socialmente aceptables de las historias. A diferencia de la apropiación imaginaria, en las comunidades de interpretación los significados de las narrativas están constituidos por componentes públicamente formulables: los receptores construyen significados comprensibles por los miembros de las comunidades de interpretación y, acaso, por quienes permanecen fuera de éstas. En cambio, en la apropiación imaginaria la construcción de significados puede compartirse sólo en ámbitos acotados de intimidad y cercanía.

Lo anterior posee implicaciones metodológicas. La apropiación imaginaria requiere una técnica de recolección de información que permita adentrarse en los ámbitos de intimidad y cercanía en que se producen, según los anteriores supuestos, los procesos de re-

² Para estos propósitos podrían utilizarse los conceptos del "círculo hermenéutico" o de la "comunidad lingüística", que, con matices diferentes, alude al mismo fenómeno empírico: el espacio en que ocurre la generación de significados acerca de determinados productos culturales.

construcción de significados. Las personas no dan a conocer fácilmente sus procesos de apropiación imaginaria, salvo en condiciones de confianza.

En cambio, para adentrarse en el terreno de las comunidades de interpretación se requiere una técnica que reconstruya, en la medida de lo posible, las condiciones en que se elabora colectivamente el significado de las narrativas que constituyen el consumo cultural dominante. En este caso, el grado de confianza requerido para la obtención de informes es sustancialmente inferior al caso de la apropiación imaginaria.

La indagación de las comunidades de interpretación supone técnicas de recolección de información de tipo colectivo, como los grupos de enfoque, los paneles o talleres participativos. En cambio, para reconstruir las condiciones de apropiación imaginaria se requiere una técnica de recolección como la entrevista de profundidad. A pesar de que en términos generales puede sostenerse esta afinidad entre técnicas y propósitos investigativos, conviene señalar que entre ambas no existe relación de exclusión. Es posible aproximarse a la apropiación imaginaria por medio de técnicas de carácter colectivo y a las comunidades de interpretación por medio de técnicas individualizadas, si bien, en ambos casos con un mayor grado de incertidumbre.³

Elección de la técnica

En este caso se ha optado por la técnica que sugiere mayor afinidad con los objetivos del estudio: las entrevistas de profundidad, las cuales son entendidas como encuentros cara a cara entre el investigador o los investigadores y los informantes "dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras".⁴ Los objetivos apuntan precisamente hacia la exploración de las experiencias narrativas de los jóvenes y a las percepciones que éstos tienen de ellas.

A manera de nota de ampliación, algunos casos concretos en que las entrevistas de profundidad son consideradas una buena opción metodológica son los que tienen alguna o algunas de las siguientes características:

³ La incertidumbre (ausencia de certeza) es inherente a toda técnica de recolección de datos; la diferencia entre ellas es sólo de grado.

⁴ S. J. Taylor y R. Bogan, *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Paidós, Barcelona, 1987, p. 101.

- Los intereses de la investigación son relativamente claros y están relativamente bien definidos.
- No es posible acceder de otro modo a los escenarios o a las personas.
- El investigador tiene limitaciones de tiempo.
- La investigación depende de una amplia gama de escenarios o personas.
- El investigador quiere esclarecer la experiencia humana subjetiva.⁵

El estudio *Lo cívico y lo político en las narrativas culturales de los jóvenes mexicanos* reúne prácticamente las características señaladas.

Las entrevistas pueden ubicarse en el tipo de las que buscan obtener "aprendizaje sobre acontecimientos y actividades que no se pueden observar directamente".⁶ Los entrevistados han vivido y asimilado las narrativas a lo largo del tiempo, por lo que no es posible observar todas sus experiencias. Se hace necesario cuestionarlos sobre las mismas para conocer el fenómeno.

Guía de las entrevistas

Cabe señalar que mientras en los métodos cuantitativos se usan cuestionarios estructurados, formados por preguntas fijas que se reproducen estrictamente con cada entrevistado, en las entrevistas de profundidad se usan guías que tienen características distintas.

La guía de la entrevista no es un protocolo estructurado. Se trata de una lista de áreas generales que deben cubrirse con cada informante. En la situación de entrevista el investigador decide cómo enunciar las preguntas y cuándo formularlas. La guía de la entrevista sirve solamente para recordar que se deben hacer preguntas sobre ciertos temas.⁷

En este caso, la entrevista está dirigida a situar al entrevistado en una condición tal que sus intervenciones se guíen por una construcción narrativa. La guía de las entrevistas contiene las áreas planteadas en los siguientes párrafos.

⁵ *Ibid.*, pp. 105-107.

⁶ *Ibid.*, p. 103.

⁷ *Ibid.*, p. 119.

Primero se hace una breve introducción para explicar al entrevistado el propósito de la entrevista y algunas características del estudio del que forma parte; se le comunica que en la entrevista se conservará el anonimato del entrevistado y se le hace partícipe de la versión final.

Segmento 1: Exploración y descripción iniciales

El entrevistado empieza a organizar los principales aspectos de su propia vida en torno a un esquema que relaciona verbos de tipo imperfectivo⁸ con espacios y tiempos específicos. Algunos verbos que pueden servir de guía para desarrollar esta parte son los que indican lo que la persona ha hecho a lo largo de periodos más o menos amplios, aunque indeterminados: vivir, habitar, frecuentar, retirar(se), disfrutar, entre otros de ese tipo. Cada uno de ellos se relaciona con un tiempo y un espacio. Dejando relativamente abierta esta cuestión, el entrevistado se ve impelido a organizar sus intervenciones con una cierta estructura narrativa.

| <i>Verbo</i> | <i>Lugares</i> | <i>Tiempo</i> |
|--------------|----------------|---------------|
| Vivir | | |
| Frecuentar | | |
| Retirarse | | |
| Disfrutar | | |

Especialmente se recomienda el empleo del verbo *disfrutar*, dado que, como ya se sabe, entre la población joven entraña una categoría que estructura el mundo (hay ámbitos para disfrutar y ámbitos en que no es posible hacerlo, distinción asociada a la que diferencia entre lo aburrido y lo divertido, así como a la distinción entre lo obligatorio y lo transgresivo). Disfrutar es algo que sucede en ciertos lugares y tiempos. Hay que profundizar en lo siguiente:

⁸ Enuncian una acción en vías de realización o una acción terminada. Suponen una acción durativa y están asociados a actividades efectuadas con relativa frecuencia y que denotan hábitos. Véase María Moliner, *Diccionario de uso del español*, t. II, Gredos, Madrid, 1967, p. 1467.

- ¿Qué se disfruta?
- ¿Con quién o quiénes se disfruta?
- ¿Por qué se disfruta?

Esta exploración inicial arroja un panorama de conjunto de los ámbitos que el entrevistado incorporará a la entrevista por su significación; y lo habrá hecho con una cierta estructura narrativa.

Segmento 2: Construcción de una narrativa personal

En este apartado de la entrevista se lleva a cabo un ejercicio: al entrevistado se le induce a elaborar los rudimentos de una historia de su propia vida en el formato preferido por él o ella: novela, película, historieta, telenovela, serie de televisión, serie radiofónica...

Cabe suponer que en su primer intento el entrevistado probablemente iniciará la narrativa a partir de su nacimiento, después pasará a cómo creció, y así sucesivamente, según un esquema lógico organizado por la sucesión temporal. En ese punto puede recordársele al entrevistado que tiene la oportunidad de iniciar la historia en otro punto, no necesariamente en el inicio fáctico de la historia (estrategia conocida desde la época de Aristóteles como *in media res*, y también *in extrema res*).

De lo que relate acerca de su historia el entrevistador inducirá la conversación para que el entrevistado advierta que varios aspectos de su relato provienen de historias que ha escuchado por parte de otros narradores. Se dirige entonces la charla a que el entrevistado recupere las instancias narrativas de las que ha tomado varios aspectos de su narración y para que identifique el peso de las mencionadas instancias.

Este segmento de la entrevista requiere que el entrevistado identifique en dónde colocaría el *final* de su historia, de manera que perciba que el final de esta historia no coincide con nada en la vida real y que está a disposición suya el artilugio para la elaboración de la propia historia, es decir, como estrategia narrativa.

Segmento 3: El terreno de lo cívico y la política

Al iniciar este tercer y último segmento se cuenta ya con una caracterización del *gusto* en que está inserto el entrevistado. En este segmento se desarrolla la estrategia para adentrarse en la apropiación imaginaria de la historia y en sus dimensiones cívicas y políticas.

El primer aspecto requiere indagar de qué consta el consumo cultural del entrevistado: qué escucha, qué lee, qué ve en la televisión. Hay que adentrarse en las actitudes que el entrevistado observa en cuanto a los problemas de verosimilitud de las historias: por ejemplo, ¿cómo es posible que te guste esa historia si todo mundo sabe que no es posible que sucedan esas cosas? Presumiblemente, el entrevistado dará indicaciones que organicen los géneros en que se construyen las narrativas de acuerdo con los grados de dificultad que entrañan sus suposiciones de verosimilitud.

Como se ha indicado más arriba, el supuesto adoptado en las entrevistas es que el entrevistado, en alguna forma u otra, efectúa una apropiación imaginaria de la historia. Usualmente esto ocurre por medio del proceso de identificación con uno de los personajes. Ésta es una de las partes más delicadas de la entrevista y requiere del entrevistador habilidades para inducir al entrevistado a exteriorizar con qué personajes de las historias que configuran su consumo cultural y sus inclinaciones narrativas se identifica. Si la identificación es el "proceso mediante el cual el individuo relaciona por lo menos un elemento de la identidad de otra persona con la propia",⁹ es probable que ella constituya una condición necesaria de la apropiación imaginaria mencionada antes.¹⁰ Sea o no condición necesaria, si existe identificación de todas maneras ello arroja información valiosa: ¿Cuál es el sexo del personaje con que se identifica? ¿Cuál es la situación en que se encuentra el personaje objeto de identificación? ¿La situación está relacionada de alguna forma con la identificación? ¿Los problemas que enfrenta el personaje objeto de la identificación (probablemente parte de la trama) contribuyen a la identificación? ¿En la identificación participan de alguna forma las estrategias que emplea el personaje para enfrentar esos problemas? ¿De qué manera se relaciona el personaje con *los demás*? ¿Cuál es la actitud del entrevistado acerca de las

⁹ Véase "Anexo II. Glosario" en *Lo cívico y lo político...*, *op. cit.*

¹⁰ Para determinar este punto bastaría con responder conclusivamente a una pregunta del siguiente tipo: ¿es posible que exista apropiación imaginaria de una historia sin que el receptor se identifique con uno de los personajes o con la historia? En este estudio se admite que no existe una respuesta conclusiva a esa pregunta, pero se indica que es altamente probable que la respuesta sea, sencillamente, "no".

implicaciones que tiene para sí la forma de relacionarse con los otros por parte del personaje objeto de identificación?¹¹

A partir de esto último la entrevista se introduce al terreno de lo cívico, parte nuclear del estudio. Al igual que en la parte documental del estudio, los otros se categorizan según los criterios de cercanía/lejanía y de conocimiento/desconocimiento. En esta parte de la entrevista el entrevistado se expresará acerca de lo que le interesa. Como en esa respuesta no puede estar excluida la relación con los demás, sus diferentes respuestas se ubican en un cuadro como el siguiente:

| <i>Conocimiento</i> | <i>Instancia</i> | |
|---------------------|------------------|---------|
| | Cercanos | Lejanos |
| Conocidos | A | C |
| Desconocidos | B | D |

Los intereses, las actitudes, los compromisos respecto a los demás se ubican en algún lugar de esta tabla. Si en una parte de este segmento la charla se organiza a partir del consumo cultural y las narrativas, en otra el entrevistado previsiblemente se referirá a sus relaciones en el mundo real. En esta parte el entrevistador explora el sentido cívico de las actitudes. Al igual que en otros segmentos de la entrevista, a juicio del entrevistador, es posible y acaso recomendable explorar si en los círculos en que se desenvuelve el entrevistado sucede lo mismo que con él/ella: si sus compañeros de la escuela o si sus amigos de la práctica deportiva a que se dedica piensan igual.

Por último, conviene registrar la manera en que el entrevistado concibe (noción) la política, cuánto le interesa, si entiende lo que está en juego, lo que sucede dentro de ese ámbito, lo que le agrada y le desagrada de ella, y si él/ella es político/a. Se sabe que es alta la probabilidad de que cada individuo responda en un sentido desfavorable para la política; pero también conviene encontrar las estructuras narrativas afines a esas ideas.

¹¹ Para aclarar este punto, se puede construir un caso ilustrativo, si bien irreal. Si el entrevistado se identifica, por ejemplo, con el "hombre araña", y éste tiene una cierta relación con los demás (por ejemplo, los ayuda incondicionalmente), ¿qué implicaciones tiene ello para el entrevistado? ¿Lo compromete a ser como el "hombre araña" o es un aspecto que excluye de la identificación?

3. Perfil de los entrevistados

Para los propósitos principalmente exploratorios de este apartado –asumida la conveniencia de las entrevistas de profundidad–, basta con que la categorización de los entrevistados se ajuste a unos cuantos criterios.

La primera suposición es que la diferencia por sexo es pertinente e importante en el consumo cultural.¹² Así que los individuos sujetos a entrevista se dividen, en primer lugar, por sexo.

En segundo término, los entrevistados se dividen por grupos de edad. Se adopta el supuesto de que más allá de un cierto umbral, por ejemplo de los 18 años, se modifican no sólo los hábitos del consumo cultural sino también el significado cívico-político de dicho consumo. De esta manera se forman dos grupos de edad: de 14 a 17 años y de 18 a 24.

En tercer término se categoriza de acuerdo con un criterio que puede ser denominado el *ambiente sociolingüístico* en que se ha socializado el entrevistado. Se puede suponer la existencia de dos estratos de dichos ambientes: uno, caracterizado por una dotación precaria de capital lingüístico (Estrato sociolingüístico 1: ES1) y por tanto como una comunidad de interpretación de un tipo diferente del segundo estrato, caracterizado por una dotación de capital lingüístico superior al primero (ES2); en este segundo caso, la comunidad interpretativa familiar o aquella en que incursione el joven tendrá –tal es el supuesto– una configuración diferente del primer estrato. El indicador empleado para efectuar esta estratificación es el nivel educativo de los padres.

El estrato sociolingüístico alto se forma por individuos cuyos padres (en su caso) hayan terminado el nivel educativo medio superior (bachillerato o equivalente) o posean cualquier nivel educativo superior al indicado. El estrato sociolingüístico bajo se forma por individuos cuyos padres no hayan terminado el nivel educativo medio superior (bachillerato o equivalente) o posean cualquier nivel educativo inferior al indicado. Si sólo vive con uno de sus padres, se adopta el mismo criterio; si sus padres son heterogéneos en este criterio (el padre cuenta con estudios superiores y la madre no terminó la secundaria, por ejemplo), ese individuo no se considera.

¹² La razón es intuitiva: dado el proceso de diferenciación de la producción cultural y la diferenciación de segmentos del público, existen bienes culturales diferentes para jóvenes adolescentes mujeres y hombres, así como bienes culturales "apropiados" para jóvenes de cierta edad y no de otra (criterio asumido por las instancias burocráticas encargadas de perfilar el consumo apropiado para categorías sociales, frecuentemente conocidas como "censura").

El cuarto criterio es el de la ubicación regional. Para efectos de reducir la complejidad geográfica del país, éste puede dividirse en norte y sur. La identificación de la región norte es menos problemática debido a que para los norteños es inequívoco identificar a una persona del norte. En cambio, puede estar sujeta a alguna controversia el agrupamiento en "sur" de lo que probablemente debería denominarse por separado "sur" y "centro". En todo caso, para efectos prácticos y para señalar la probabilidad de encontrar comunidades de interpretación de tipos diferentes se emplea esta distinción.

De acuerdo con los anteriores criterios, la estructura de los perfiles es la que se presenta en el cuadro de abajo. Finalmente se aplicaron 16 entrevistas, suficientes por lo pronto para explorar un terreno del que aún resta mucho por saber.

| <i>Sexo</i> | <i>Hombre</i> | | | | <i>Mujer</i> | | | |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 14-17 | | 18-24 | | 14-17 | | 18-24 | |
| Grupo de edad | ES1 ^a | ES2 ^b |
| Norte | X | X | X | X | X | X | X | X |
| Sur | X | X | X | X | X | X | X | X |

^a Estrato sociolingüístico 1.

^b Estrato sociolingüístico 2.

Indice

Anexo III Glosario

Connotación: propiedad que poseen los signos de agregar un segundo (o tercer) significado al significado denotativo que es inmediatamente referencial: el de las palabras en los diccionarios. En la fotografía, el proceso mecánico/químico produce sentidos denotativos, pero la intervención humana en la elección de elementos tales como el filtro, el encuadre o la iluminación producen la connotación.

Consumo cultural: se refiere al consumo de cualquier bien cultural en donde el valor de signo o simbólico prevalece sobre el valor material.

Denotación: relación simple o literal de un signo con su referente. Supone que es una relación objetiva y exenta de valores.

Disonancia cognoscitiva: se denomina así a un estado de discrepancia, inconsistencia o conflicto entre las actitudes, las creencias y los valores de un individuo. La teoría de la disonancia fue desarrollada por Festinger y sostiene que la gente se siente motivada a restaurar el equilibrio o la consonancia reduciendo ese conflicto. De una manera más bien estática, esta teoría sostiene que psicológicamente el individuo se esfuerza por mantener una visión del mundo eficiente, equilibrada y bien organizada.

Estereotipo/estereotipar: hace referencia a la clasificación social particularizada de grupos y personas por medio de signos a menudo muy simplificados y generalizados, que implícita o explícitamente representan un conjunto de valores, juicios y suposiciones acerca de su conducta, sus características o su historia, y que niegan la observación atenta de las diferencias.

Identificación: proceso mediante el cual el individuo relaciona por lo menos un elemento de la identidad de otra persona con la propia.

Interpelación: proceso mediante el cual un emisor "llama" a los individuos como a su sujeto. Se dice que los individuos son interpelados por el orden discursivo, lingüístico y simbólico fuera del cual es imposible la existencia.

Mediación: acto de intervenir entre dos partes para efectuar/afectar una relación entre ellas; acto de canalizar un saber social y unos valores culturales hacia una audiencia a través de una instancia institucional. Se estima que la mediación es uno de los fines primarios de los medios masivos: éstos son los mediadores colectivos entre los diversos y fragmentados grupos, clases y jerarquías de una sociedad moderna.

Metonimia: emplea una parte o un elemento de algo para representar el todo. Las noticias son metonímicas: un acontecimiento relatado por los medios se interpreta como si fuera toda la realidad de la que sólo es una parte.

Narrativa: los artificios, estrategias y convenciones que gobiernan la organización de un relato (de ficción o real) en una secuencia "y entonces..". La narrativa puede dividirse en trama (A conoce a B; algo ocurre; se restablece el orden) y narración ("Había una vez una bella princesa" o "Ayer el presidente dijo").

Oxímoron: figura semántica o tropo que resulta de la relación sintáctica de dos antónimos. Es a la vez una especie de paradoja y una especie de antítesis.

Significante: es la forma física del signo como se percibe a través de los sentidos –el sonido de una palabra o su forma escrita (como trazos sobre una hoja de papel)–.

Significado: el concepto, la idea evocada por quien percibe el significante.

Signo: todo fenómeno u objeto que representa algo que generalmente es distinto de lo cual sustituye al referírsele. Un signo tiene tres características esenciales: debe tener una forma física, referirse a algo diferente de sí mismo y ser utilizado y reconocido por las personas como un signo.

Sinécdoque: tropo que consiste en extender, restringir o alterar de algún modo la significación de las palabras, para designar un todo con el nombre de una de sus partes, o viceversa; un género con el de una especie, o al contrario; una cosa con el de la materia de que está formada.

Indice

Centro de Formación y Desarrollo

Lic. Elena Verdugo Quiñones
Coordinadora

Lic. Aníbal Cantú Elizondo
Director de Programas de Formación y Desarrollo Humano

Mtro. Jorge García Montaña
Director de Programas de Desarrollo Institucional
Mtro. Mauricio Sáez de Nanclares
Mtro. Pavel León Marbán
Lic. Guadalupe García Garduño
Lic. Judith Herrera Hernández

CUIDADO EDITORIAL:

Lic. Alejandro Tarrab Rivera
Lic. Alejandro Soto Valladolid
Ing. Enrique Morales Espinosa
Lic. Gerardo Maldonado Hernández

Niños Héroes núm. 51, esq. Guadalupe I. Ramírez
Col. Tepepan, delegación Xochimilco,
México, D. F., CP 16020

Tels. y fax: 55 55 53 06 56 53 91 73
 56 53 91 72 56 75 25 79

En internet: www.ife.org.mx
Correo electrónico: cfd@ife.org.mx

Indice

El Cuaderno de Trabajo núm. 6,
*Estudio sobre lo cívico y lo político
en las narrativas culturales de los jóvenes
mexicanos* se terminó de imprimir
en el mes de octubre de 2003 en
la ciudad de México. La edición consta
de 2,000 ejemplares y estuvo al
cuidado del Centro de Formación y
Desarrollo del Instituto Federal Electoral.

Indice