

# Dibujos y frases de la infancia: una mirada hacia los candidatos presidenciales en 2006

ANNA M. FERNÁNDEZ PONCELA<sup>1</sup>

## RESUMEN

Este trabajo es una revisión de dibujos y frases solicitados a niños, niñas y adolescentes en escuelas del Distrito Federal. El objetivo es obtener la visión que de los candidatos a las elecciones presidenciales del año 2006 tiene la infancia. Los resultados apuntan a varias cuestiones, entre ellas el impacto de la televisión en su mirada hacia la política, la reproducción de estereotipos de género, una percepción negativa del espacio político o en concreto de las candidaturas y la campaña electoral de ese momento, así como las diferencias por edad, cuando en la adolescencia hay mayor distancia de la política.

**Palabras clave:** infancia y adolescencia, política institucional, elecciones, candidatos, percepciones, cultura política.

## ABSTRACT

This study is a drawings and sentences revision of boys, girls and adolescents in DF schools. The objective is to have the vision to childhood in the 2006 candidates presidential elections. The results point to several questions, among them the impact of television in their look toward the politics, the reproduction of gender stereotypes, and a negative perception of the political space or particular of the candidates and the electoral campaign of that moment, as well as, the differences for age, when in the adolescence there is bigger distance of the politics.

**Key Words:** childhood and adolescence, institutional policy, elections, candidates, perceptions, political culture.

Recibido en enero de 2008

Aceptado en marzo de 2008

<sup>1</sup> Dra. Anna M. Fernández Poncela, Investigadora y docente de la UAM Xochimilco.  
<fpam1721@correo.xoc.uam.mx>.

Se parte de una pregunta básica: ¿Cómo percibieron los infantes y adolescentes a los candidatos presidenciales del 2006? El texto pasa revista a percepciones y opiniones de niños, niñas y adolescentes de ambos sexos. Se pretende mostrar e informar, toda vez que realizar un intento hasta donde sea posible de análisis y reflexión interpretativa sobre las miradas y voces, percepciones en general y en concreto ilustraciones y expresiones verbales de las jóvenes generaciones hacia la política institucional, centrándonos de forma particular en la coyuntura electoral del pasado 2 de julio y en los candidatos contendientes a la Presidencia de la República. Un segundo objetivo, de esto derivado, es la invitación a la reflexión sobre el tema de la relación de infancia y política institucional —educación cívica, desarrollo psicosocial infantil, ciudadanía política, etc.— y añadiríamos, y medios de comunicación, como mediaciones (Martín Barbero 1987) entre las y los sujetos sociales y las instituciones y actores políticos formales.<sup>2</sup>

Se trata primordialmente de un estudio empírico y descriptivo de opiniones y percepciones infantiles y juveniles. Por supuesto, existe bibliografía internacional teórica y de estudios de caso sobre infancia y política; sin embargo, no sobre el tema concreto que abordamos a lo largo de estas páginas. Repetimos, el objetivo es desplegar la mirada infantil y juvenil hacia los candidatos presidenciales del año 2006, únicamente mostrarla, y en ocasiones, realizar algunos esbozos interpretativos.

Para ello se aplicó y analizó un cuestionario con preguntas abiertas, cerradas y dibujos; se trata de un ejercicio no representativo realizado en el DF en la primavera de 2006, que nos muestra algunas tendencias, y también la frescura y espontaneidad, o la reproducción discursiva en su caso, de niños y jóvenes.

Aquí se presenta sólo una pequeña parte del estudio, misma que responde a dos dibujos y dos preguntas —o mejor dicho indicaciones o solicitudes—. En particular se pedía: "Dibuja a tu candidato favorito" y se dejaba un espacio para ello, también: "Dibuja al que no quieres que gane",

<sup>2</sup> Aquí trabajamos sobre política, entendida ésta como la parte formal de la misma —partidos políticos, poderes del Estado, instituciones y actores...—. Se trata de un recorte de todo lo que el concepto "política" puede llegar a abarcar y significar, pero es el espacio que nos interesa de forma particular para el desarrollo de este artículo.

y lo mismo. Bajo el lugar adjudicado a la primera ilustración se decía: "Escribe una frase sobre por qué te gusta y merece ganar", y bajo la otra se podía leer: "Escribe una frase sobre por qué merece perder".

El ejercicio fue realizado en una escuela primaria privada de la Colonia del Valle (Del. Benito Juárez) con niños y niñas de los tres últimos grados de la misma, entre 10 y 12 años de edad, 73 en total (29 niños y 44 niñas). También en una secundaria pública de esta misma colonia, en los tres grados escolares y a jovencitos entre 12 y 19 años, 149 en total (77 hombres y 72 mujeres). Y finalmente en otra secundaria pública en Coyoacán (Del. Coyoacán), con similar rango de edad que la anterior, a un total de 91 adolescentes (50 jóvenes y 41 muchachas).<sup>3</sup>

### UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS...

Para empezar diremos que Andrés Manuel López Obrador del PRD —y su coalición— contó, en general, con más dibujos en el espacio destinado a dibujar "A tu candidato favorito", cuestión esta que es lógica si se tiene en cuenta que los cuestionarios fueron aplicados en el Distrito Federal. Sin embargo, podemos decir que la variación fue importante y la creatividad desbordante, por lo que vamos a comentar aquí, *grosso modo*, el análisis general de los dibujos. Por otra parte, una muestra de los mismos puede ser revisada y valorada personalmente a través de su reproducción en estas páginas.

Patricia Mercado ex candidata presidencial por Alternativa Socialdemócrata y Campesina, si bien no tiene un número muy elevado de dibujos, en los que aparece se ve como una mujer siempre sonriente y con falda, con rostro tranquilo y cabello siempre largo —la falda y el cabello largo son atributos simbólicos de feminidad en nuestra cultura, y poco importa que ella usara más pantalón o que tenga el pelo bien corto—. Así la sonrisa puede ser un reflejo de las fotos de campaña o una percepción que los niños y niñas tienen grabada en su memoria. El que siempre lleve falda es una programación de feminidad, como dijimos, que quien dibuja tiene para sí, como y también para reflejar el sexo para

<sup>3</sup> El proyecto iba a ser más grande, pero por diversas razones se circunscribió a estas instituciones escolares y número de sujetos. Agradezco de forma especial a Álvaro Martínez, Luz María Vielma, Luisa Mendoza, Tonatiuh Guerrero y Marisol Becerra su colaboración en la aplicación de los cuestionarios, y también a Katia Basulto por la ayuda con los cuadros.

quien observe el dibujo; no obstante, en la campaña pareció que utilizaba más el pantalón. En todo caso, lo que a todas luces parece claro es la larga cabellera, de la cual carece en realidad, por lo que los infantes y adolescentes reflejan su feminidad completa otorgándole un rasgo físico del cual carece. Y ya siguiendo esta línea de interpretación en una descripción densa, profunda y simbólica, el pelo largo es un atractivo sexual femenino —aunque también masculino— pero además es símbolo de fuerza para muchas culturas, o si no, que se lo pregunten a Sansón, según los análisis de simbología.<sup>4</sup> Como curiosidad en alguna ocasión se dibujó un corazón y en otra se escribió la palabra “Beatriz” en alusión a Beatriz Paredes, candidata al DF por el PRI, y que tal vez en algún pequeño o jovencito creó la confusión al ser la única candidata mujer a la Jefatura del Distrito Federal, tal como Patricia Mercado era la única mujer candidata a la Presidencia de la República. Subrayar que el cabello largo y la falda son símbolos distintivos que se observan por igual en los dibujos de primaria como en los de secundaria, en niños y en niñas. Eso sí, más niñas que niños lo hacen.

El signo más distintivo del candidato del PRI, Roberto Madrazo, es sin duda alguna el bigote —como lo fue de Fox para la infancia seis años atrás— (Fernández Poncela, 2005).<sup>5</sup> Símbolo, por otra parte, de masculinidad y que quiere ser resaltado por quien lo usa, aunque sea de forma inconsciente, como nos señalan los estudios sobre lectura del rostro.<sup>6</sup> En general, se le retrata con cara seria o de enojado. En varias ocasiones aparece junto a él una bolsa con el símbolo de pesos (\$), una vez sale con antifaz, en otra se dibujan billetes, como que se quiere ilustrar que se trata de un ladrón, más que de un político, o ésa es la primera interpretación que viene a la mente. Otra caracterización es el puño o esbozo de golpe con el puño, aludiendo a su apellido de forma directa y desenfadada. Incluso hay quien lo dibuja con guante de boxeador. Otro lo pone con un ojo morado. Otro es un puño que golpea. Así las cosas, el bigote, la bolsa de dinero y el puño, son las tres cuestiones más reiteradas en los dibujos en los cuales aparece. Además hay quien lo ilustra con heces, y quien lo pone dentón y

<sup>4</sup> Vamos a detener aquí esta reflexión que se nos escapa del marco de este artículo.

<sup>5</sup> En aquel entonces junto al sombrero, la hebilla del cinturón, las botas y el signo de la victoria con los dedos de la mano.

<sup>6</sup> Sobre el tema de lectura del rostro y lenguaje corporal pueden consultarse obras de Gabarre, Fábregas, Turchet, Rosetree. No ahondaremos en esto, por ser una perspectiva que se escapa a los objetivos de este trabajo.

orejón, o lo dibuja cual murciélago —en un recuerdo histórico quizás de Carlos Salinas y sus imágenes ante la infancia en su momento— (Fernández Poncela, 2005).<sup>7</sup> En alguna ocasión se ve desplazado por el símbolo del PRI, un círculo cuyas iniciales coinciden con los colores de la bandera de México. Añadir que todo esto sirve tanto para quienes lo dibujaron en sentido positivo y que desean gane la elección, como los más que lo pusieron en el recuadro para el candidato que deseaban perdiera. También que, en cuando a lo descrito, no se observan diferencias entre la escuela primaria y los centros de secundaria, ni entre los sexos de quien dibuja.

Felipe Calderón es retratado con gafas, las cuales aparecen en todos los dibujos, bien grandes, con contorno remarcado oscuro, pese a que el candidato usaba unos lentes que prácticamente pasan inadvertidos, sin armazón y sin reflejos. Los lentes suelen llamar la atención de los más pequeños, y muestran ciertos problemas de percepción de la realidad o una parte de la misma, esto según los estudios sobre las relaciones entre emociones y enfermedades. Y sobre lo cual se mofan los caricaturistas usualmente. La segunda cuestión característica es el dibujo reiterado de las manos, producto de su campaña “yo tengo las manos limpias” y el mostrarlas en sus mítines de campaña. Así que para quienes les agrada y para quienes no, las manos aparecían siempre, a veces grandes, exageradas, deformadas por el prisma infantil. Lo cual nos remonta al signo de victoria de Fox que, como dijimos, fue muy llamativo para la infancia en su momento (Fernández Poncela, 2005). Su rostro en general refleja tranquilidad y a veces esboza una sonrisa. En ocasiones se le pinta medio calvo, exagerando su frente amplia o una calvicie inicial. Como es sabido, en la caricatura y en los dibujos infantiles, ciertos rasgos o características se exageran y deforman. En este mismo sentido es que también se le dibujaba junto a un pan o bolillo o a éste en representación de aquel. En el juego de PAN y pan, lo cual tuvo lugar entre los de primaria principalmente. También el símbolo del PAN, redondo con borde azul y siglas en el centro aparecía en algunas ilustraciones, en especial en los de mayor edad de secundaria. Una vez se dibujó una caldera en clara alusión a su apellido. Se redujo también, en plan minimalista, su rostro a unos labios y un redondel en torno con orejas, una suerte de engendro que no quedaba claro si era una representación simbólica por sus labios gruesos

<sup>7</sup> En esa ocasión se esbozaba la silueta de un murciélago, y no faltaba tampoco la bolsa con el símbolo “\$”.

y cara redonda, o se pretendía que el rostro deforme simulara un pan. En ocasiones se le vestía con traje de manera formal. Otra vez una bolsa con dinero, desde una posición en la cual no se deseaba que el candidato ganara, hecha por un joven de secundaria —recordemos la utilización del enfrentamiento entre ricos-pobres durante la campaña que tanto impactó en niños y jóvenes—. <sup>8</sup> Así vieron al hoy presidente.

Andrés Manuel López Obrador, a veces aparecía con iniciales, otras con la cercanía que da decir, o en este caso escribir: "el peje". Y finalmente con el símbolo del pez, más en la onda del cristianismo o de cierta marca de auto que un pejelagarto estrictamente hablando. Aunque también era representado por un pejelagarto o incluso como un lagarto. La palabra "chachalaca" aparecía saliendo de su boca, como la expresión favorita, en especial de los niños y niñas de la primaria, más que de los de la secundaria, y no importando si era para considerarlo el candidato que deseaban ganara la contienda electoral o el que querían que perdiera. La palabra era aprehendida cual gracia ingeniosa o para criticar el desaire públicamente hecho al presidente. En alguna ocasión se dibujó una chachalaca o ave, en su mínima expresión y reproduciendo la famosa palabra. En todas las escuelas y niveles apareció el gallito, mismo que se hizo muy popular en la caracterización realizada del candidato en "El privilegio de mandar". Usualmente aparecía con rostro como enojado, aunque en las simulaciones de copias de caricatura —que hizo y repartió su propio partido— se mostraba dentón, alegre y sonriente. Esta última imagen fue especialmente captada por el alumnado de secundaria, que se hacía eco de los dibujos que se realizaran dentro de la promoción de la campaña del candidato mismo. Los incisivos grandes denotan fuerza. El gallito puede tener varias lecturas, desde la comparación simbólica del animal y su significado en el gallinero, o las peleas de gallos, hasta una persona despeinada y desaseada, o una alusión a madrugar tanto que ni de peinarse se tiene tiempo. A veces se le dibujaba con sombrero, o con collares de flores. Los primeros los utilizó mucho en sus giras para cubrirse del sol, lo segundo es un obsequio tradicional que se hace. Además se le vestía con ropa casual, misma que utilizó para casi toda la campaña en sus apariciones y actos públicos —quizás exepcto en el mitin de cierre de campaña que de traje y corbata se presentara en el Zócalo, mientras que Calderón lo hizo de manera más informal en guayabera y en el esta-

<sup>8</sup> Si bien no vamos a ahondar en ello en estas páginas.

dio Azteca—. Los niños pequeños también lo redujeron simbólicamente y de forma minimalista a un rayo, el “rayito de esperanza” para la ciudad, curiosamente como candidato que no se deseaba que ganara. Un niño pintó unas heces, como se hiciera también en una ocasión con Madrazo, en ambos casos de primaria. En secundaria el sol, o su dibujo o el símbolo del PRD que es una suerte de sol, surgió en varias ocasiones —un símbolo primigenio, solar, caliente—. Un dibujo donde recibe dinero, otro con cuernos, y otro más, orejón, completan el panorama que recibió el hoy ex candidato. Como dijimos, el símbolo solar del PRD aparece en las secundarias, y en una ocasión el diagrama con los símbolos o emblemas de los tres partidos que formaron la Coalición por el Bien de Todos. Se trata de una etapa de desarrollo psicosocial donde la abstracción, en general, y sobre la manera particular, se hace presente (Delval, 1989).

Hubo partidos que no se vieron reflejados; es el caso de Nueva Alianza que no obtuvo ningún dibujo, ni a favor ni en contra. Por otro lado, indicar que en algunos dibujos apareció el Dr. Simi, muy en especial su muñeco o botarga tan representativa y fácil de captar por las mentes infantiles, pero no fueron muchos los casos y no lo vamos a tratar. Hubo también jóvenes de secundaria que escribieron “ninguno” o “todos apesantan”, en vez de dibujar. Una forma de protesta contra lo que se les pedía y contra la política y los candidatos en particular.

### *El privilegio de interpretar<sup>9</sup>*

Un par de cuestiones a señalar: primero, sí parece cierto el dicho “una imagen vale más que mil palabras”, y a través del dibujo se detectan cuestiones, que no hubiera sido posible observar a través del lenguaje verbal —oral o escrito—. Sabido es que vivimos sumergidos en un mundo de imágenes mentales, creencias y valores. Pero no se trata de algo que tiene que ver con las nuevas tecnologías de lo visual en nuestros días, de hecho, es algo más antiguo e intrínseco a la esencia humana. Pensamos e

<sup>9</sup> Este título se basa en el programa televisivo de Televisa “El privilegio de mandar” (Televisa, 2006), que a su vez inspira muchos de los dibujos que aparecen en los cuestionarios de niños y adolescentes, así como varias expresiones escritas, detectadas a lo largo del ejercicio aplicado y aquí analizado. La serie televisiva en clave de comedia replicaba semanalmente la actualidad de la campaña electoral y aquello considerado más llamativo para reflejarlo en tono humorístico. Agradezco a Marisol Becerra el comentario que me invitó a ver el programa para poder interpretar mejor las ilustraciones.

imaginamos en imágenes —valga la redundancia— y su fuerza psíquica y emocional es igual de importante o incluso superior al lenguaje.

Para no alargarnos y mencionar únicamente dos, por una parte los estereotipos de género se reflejan claramente al observar los dibujos de la candidata y los candidatos —ya comentados con anterioridad—. Y también están presentes los símbolos arquetípicos del imaginario colectivo que navegan de un candidato a otro, y que son compartidos como representaciones sociales y mentales —colectivas y personales—, en este caso de jóvenes e infantes.<sup>10</sup>

Por otra parte, el obvio e indiscutible influjo de los medios de comunicación, en especial la televisión, seguramente en toda la audiencia, pero de manera particular en la infancia y adolescencia por varias razones. Esto es, en ocasiones el dibujo era más fruto del personaje que imitaba al candidato en el programa humorístico “El privilegio de mandar” (Televisa, 2006) que de la figura del candidato mismo. La televisión como mediadora entre política y ciudadanos, electores, y en este caso, niños y jóvenes.<sup>11</sup>

## LAS FRASES Y MIL PALABRAS...

Si revisamos conjuntamente dibujos y frases del candidato que deseaban queganara y del que querían que perdiera, podemos ver a quién le iban y a quién no, si bien nunca se realizó de forma directa dicho interrogante. Sin embargo, lo traemos aquí como un dato más para enmarcar el estudio realizado, el recuento de frases e ilustraciones.

<sup>10</sup> Jung, Eliade, Campbell, Cirlot y Cooper son algunos de los más importantes autores que alumbrarían para profundizar al respecto, si de un trabajo de investigación simbólica se tratara, aquí no lo vamos a hacer porque excede los objetivos del texto.

<sup>11</sup> Al respecto ya estamos advertidos por Sartori o Sennet, o por Martín-Barbero, por citar algunos de los que trabajan la mediación y la huella de la televisión en la configuración de la ciudadanía contemporánea.

CUADRO 1

SOBRE EL CANDIDATO QUE TE GUSTA Y MERECE GANAR<sup>12</sup>

CANDIDATOS	PRIM. PRIV. DEL VALLE	SECUND. PÚB. DEL VALLE	SECUND. PÚB. COYOACAN
López Obrador y el PRD	17	70	43
Felipe Calderón y el PAN	37	26	8
Roberto Madrazo y el PRI	9	16	7
Patricia Mercado y A.	3	14	12
No contesta, ninguno	7	22	21
Total	72	149	91

Fuente: elaboración propia con base en los datos del ejercicio realizado (2006).

A modo de comentario general, la no respuesta es más numerosa en la secundaria, cuando supuestamente tienen mayor conocimiento sobre la política por la edad, lo que implica que se trata de un alejamiento de este espacio, tendencia que parece estarse dando también en el ámbito internacional (Beck y Beck-Gernsheim, 2003; Durán Barba y Nieto, 2006), toda vez que es producto de la rebeldía de la edad (Delval, 1989).

Por otra parte, está clara la diferencia entre una primaria privada de la Colonia del Valle donde se prefiere que gane Calderón, frente a las secundarias públicas, una de la misma colonia y otra en Coyoacán, donde López Obrador cuenta con las preferencias del alumnado.

Patricia Mercado también está más considerada en las secundarias, y entre las mujeres, lo que se vio al revisar los cuestionarios uno por uno: fue más descrita, parafraseada y dibujada por el sexo femenino y con mayor edad y escolaridad.

#### *Primaria privada Del Valle*

Hubo una gran variedad de opiniones, por lo que transcribimos aquí algunos rasgos generales y también una que otra curiosidad. Los dibujos de Patricia Mercado iban acompañados de la frase: "Porque creo que es la mejor", o también "Porque a ella le interesa México y nunca ha habido una mujer presidente".

Por su parte, Madrazo recibe menos dibujos y frases, y quienes sí lo consideran ganador se expresan de la siguiente manera: "sí piensa cumplir", "es buena gente", "va a dar las cosas más baratas".

<sup>12</sup> Tomamos fragmentos de las mismas para ilustrar este apartado.

En varias ocasiones, tanto a Felipe Calderón —que fue el que más recibió frases y dibujos de candidato que les agradaría ganara—, el motivo era por su honestidad, lo mismo que diversas veces también, López Obrador fue seleccionado, por lo mismo. Así que más que el candidato, son los atributos que creen tiene lo que destacan de su personalidad.

En general, Calderón fue considerado “bueno”, “honesto” y “Sí cumple”, además de “Es el mejor y un ganador”, y “No es grosero, es honesto”, o “Me parece el menos corrupto” y “Está preparado y se me hace más respetuoso que los demás”, “Porque no es corrupto como los demás candidatos”, “Es el más honesto hasta ahorita”, “Es el mejor”, “Yo creo que es el más honrado”, “Es el menos peor, el más honesto y el que lo merece”, “Pienso que es el mejorcito y podría hacer un mejor país”.

Como se observa, en ocasiones importa la comparación, y da la impresión de que se elige al mejor, incluso puede llegar a ser considerado el menos malo, a juzgar por el sentido de algunas expresiones precisas en este sentido.

También encontramos frases más elaboradas que resumen cuestiones de campaña y publicidad, o el sentir de quien opina: “Le interesa el empleo y se preocupa por los jóvenes y el futuro de México”, “Yo siento que es un hombre bueno y honesto”, “Tiene experiencia y no miente”, “El más honesto y pone más trabajos”.

Y alguien reiteró la propaganda poniéndola en boca del candidato: “Porque tengo las manos limpias”, “Sabe, quiere, puede” —aunque este lema fue de Sodi—.

López Obrador, además de la mencionada honestidad, también llama la atención porque “Me gusta su gallito feliz y por su frase”, y también “Porque tiene su gallito y dice chachalaca”. Por lo que el nombre del ave se internaliza e interpreta como algo llamativo y divertido a favor o también, como veremos, como insulto grosero y en contra. Pero de lo que no cabe duda es que para la infancia consultada llegó de forma directa, impactante e importante —quizás lo mismo que para los adultos—. También se le considera “el más sincero y piensa en el pueblo”, es “ayudador”, “Es buen candidato y lucha por lo que quiere”, y es que su imagen va acompañada en parte de fragmentos de eslóganes de campaña, y en parte de la percepción de la gente, o los infantes en este caso concreto en el sentido de que “defiende”, “ayuda” a la gente, hace “el periférico y otras obras”, “Ha cumplido muchas cosas”, “Porque ha hecho obra pública y en la secundaria te da

gratis los útiles". Este punto de ayudar y construir señala la importancia que estas acciones y su percepción tienen para la mente infantil, como se ha demostrado, por ejemplo, en el caso de la figura presidencial (Segovia, 1975; Fernández Poncela, 2005).

En una ocasión apareció la influencia paterna: "Porque es el mejor y mi papá le va a él". Sobre la figura paterna y su relación con el presidente también ya se ha constatado en otras investigaciones (Segovia, 1975; Fernández Poncela, 2005).

### *Secundaria pública Del Valle*

En un par de ocasiones se dibujó y nombró al Dr. Simi como el candidato que, según quien opinaba, merecía ganar. Parece interesante cuando se expresa en la solicitada frase en torno a quien se consideraba que no: "Roberto Chingadazo, López Hablador, Felipe Mamador". Como se observa con estas expresiones sobran los comentarios.

Varias fueron las personas que dibujaron a la candidata Patricia Mercado como la que merecía ganar las elecciones, y así se expresaron de ella: "Me gusta porque es buena candidata y sé que va a cumplir", "Es buena y gentil, no gasta en publicidad y ganó un debate", "Una gran persona y en el debate tuvo buenas propuestas", "Una nueva opción", "La más conveniente", "Ha hecho mucho bien", "Necesitamos un toque femenino", "Honesta", "Sabe cumplir con los ciudadanos" y "Tú vas a ganar". Hubo quien consideró que "Una mujer puede sacar al país adelante y tiene un carácter con el cual México puede salir adelante", "Sólo por ser mujer es más honesta", "Se me hace la mejor, "Me cae bien", especialmente algunas chicas son las que así opinaron, como ya dijimos con anterioridad. No ahondaremos al respecto, pero mencionar cómo la población infantil tiene esta inclinación favorable a una candidata mujer (Fernández Poncela, 2005) y también al parecer hay ciertas tendencias de la población adulta en últimas fechas (Fernández Poncela, 2006).

Algunos de los posicionamientos favorables a Madrazo opinaron de la siguiente manera: "Va a dar más clases en la escuela", "Sabe cumplir y merece una oportunidad", "Es el menos mentiroso" y "Porque me gustan sus propuestas", "Ya ganamos porque él sí nos puede hacer mejores en la vida", "Hacer un mejor país", "Sería un buen presidente y sería buena la economía".

78 Sobre Felipe Calderón, un jovencito señala cándidamente: "Porque es casi bueno", no sabemos si es descripción o resignación. "Porque se ve que va a cumplir", "Porque hay que darle una oportunidad", "Es el mejor y sí creo que cumpla con lo que dice", "Merece ganar porque es un chingón", "Porque se ve que tiene buenos ideales, y a lo mejor hace algo bueno por el país", "Tiene mejores propuestas", "Cumple", "Honesto" o "El menos corrupto", "Porque se ve que él sí cumple y no es como los otros políticos. Como se observa, la comparación aparece una y otra vez, en el sentido del menos malo, como venimos señalando. Otra cosa que se observa es el dar una oportunidad, el probar con alguien, esto es, con un voto de confianza pero a prueba, "Yo creo que merece ganar porque se me hace una persona honesta hasta ahorita", "Es el mejor de los tres, aunque sea un corrupto". También surgió su frase más popular en publicidad: "Tengo las manos limpias".

Andrés Manuel López Obrador contó con la mayoría absoluta de todas las simpatías como candidato mejor y que merece ganar, de forma, como decimos, mayoritaria, y también contundente. Lo que más parece sobresalir es la ayuda prestada a las personas, en el pasado y de forma especial en el futuro: "Porque gracias a él dos personas de mi familia están bien saludables", "Es bueno y va a ayudar a la gente y ha demostrado que no es corrupto". Y también comparativamente: "Ha ayudado a más personas que otros", "Es el que ha hecho más trabajos". Y es que "Me da útiles escolares" y "Ayuda a sus viejitos", "Hace lo mejor por el país, ayuda a los de la tercera edad, y da casas y becas", "Protege a la gente", "Le hacen complots y quiere proteger a la gente", "Es honesto y valiente ante sus adversarios", como se ve, el juego de palabras de canciones y lemas de campaña, parecen importantes a la hora de valorar a este candidato por parte de la juventud.

Quizás en segundo lugar resalta su honestidad y el cumplir: "Honesto y comprometido", "Honesto y muy bueno", "Honesto y bueno y se preocupa por el pueblo", "Es honesto, ha hecho mucho por México y no ha robado, y si roba, por lo menos le da algo al pueblo", nuevamente lo menos malo o la resignación a la carta. El ser cumplidor es otra cualidad: "Cumple", "Todo lo que prometió en el DF lo cumple", "Cumplir es mi fuerza y ayuda a los viejitos", "Es el único que ha cumplido algo". Y también lo que asumen como justicia, que incluso obra como signo de polarización social, según se mire, y que la adolescencia parece compartir: "Quiere darle dinero a los pobres y quitarle poder a los ricos" —esta

división quizás marque el discurso y recuerdo generacional—. <sup>13</sup>

Y es que él “No se roba el dinero de los impuestos y va a quitarle los privilegios a los rateros políticos” o “Con algunos de nuestros impuestos les da dinero a los adultos mayores y a las madres solteras”, “Ayuda a casi todos”. “Primero los pobres” caló hondo en la conciencia juvenil —como, por otra parte, siempre ha sucedido—.

La obra pública que tradicionalmente era visionada de manera positiva por la infancia cuando se le interrogaba acerca del presidente (Segovia, 1975; Fernández Poncela, 2005), ahora es aplicable también a López Obrador —como ex Jefe de gobierno defeño—, ya sea en general o de forma muy particular el segundo piso de periférico, que es mencionado una y otra vez y que en una ocasión un adolescente señala de forma simpática: “Yo quiero un segundo piso para mi casa”, tras decir también que “Me gusta por decir chachalaca”. Él “cállate chachalaca” no puede faltar, y se menciona varias veces. “Levantó lo feo de la ciudad de México y está haciendo muchos cambios”, “para que siga construyendo más segundos pisos”. Otra clave de su campaña: la obra pública visible también marcó a niños y jóvenes, además y por supuesto a la ciudadanía adulta, el objeto de la misma.

Hay quien opina incluso: “es uno de los mejores vice presidentes que ha tenido México”. Lo irracional siempre está en lo racional, lo emocional está presente aún en la decisión más aparentemente irracional como está descubriendo la neurología en últimas fechas. “Me cae bien, pero eso no le quita lo aburrido, mentiroso, corrupto, pero aún así me cae bien”. O la simple respuesta porque se desea que gane: “Porque sí”.

### *Secundaria pública Coyoacán*

Varias personas apoyaban la candidatura de Mercado, de hecho, en este centro quedó en segundo lugar como candidata ganadora. Y las explicaciones dadas para dicha elección iban en el sentido: “No se me hace tan corrupta como los demás”, “Sí piensa” o “Porque me convenció”. Pero también varios argumentos giraron en el ser mujer, tanto para hombres como para las mujeres; eso sí, algo más para las segundas que para los primeros. Un joven escribió “Quiero a una mujer presidente”, otro “Por ponerle

<sup>13</sup> En ese tiempo oí varias expresiones de niños y niñas de clase media movidos por la imagen social confrontadora y acérrimos reproductores de la frase.

igualdad". Las muchachas con similar postura: "Porque tiene cerebro y es mujer", "Sí piensa", "Creo que puede hacer algo por México", "Porque es mujer" y "Porque queremos ver si una mujer la hace de presidente". Una reflexión similar a la hallada en el otro centro de secundaria también. Más allá de la reiteración inercial del viejo discurso sobre las mujeres y la política, las nuevas actitudes, percepciones y opiniones le son favorables, y en particular entre los sectores sociales de menor edad, como ya se ha señalado (Fernández Poncela, 2005) y estamos mostrando en este estudio. Aunque sólo sea como insinúan algunos: "Para cambiar", "Para probar".

Madrazo, no contó con seguidores en este centro, y lo que dijeron quienes lo apoyan es que: "Me cae bien" y "Promete menos delincuencia" o "Tiene buenas propuestas, pero no las que necesita el pueblo" y "Él se me hace que entre todos es un poco mejor" —de nuevo la ya tradicional comparación y selección según lo menos malo—.

En cuanto a Calderón, que recibió muy pocos apoyos, escribieron su lema "Tengo las manos limpias" y consideran que "Tiene buenas propuestas", "Se me hace más honrado" "Le está echando ganas" y "Porque piensa en varias cosas que los demás no piensan". Y es que siempre con sombra de duda, a prueba y comparativamente: "Hasta ahora no se le ha visto tan corrupto, y me gustan sus propuestas", "Me gustan sus propuestas y hay que darle oportunidad al PAN" y "porque es muy inteligente y aparte tiene muchas buenas ideas".

En esta secundaria también fue el favorito López Obrador, y lo que más destaca, como viene siendo habitual, es el merecimiento —ya está probado— porque "Ayuda a la gente", "a los viejitos" y "Se preocupa por el pueblo", "Apoya más a los pobres y a disminuir el IVA", "Ha hecho muchas cosas por el pueblo", "Es más honesto y ayuda a la gente", "Sí cumple lo que dice y ayuda a los más necesitados", "Es mejorcito y ha hecho mucho por la gente" y "Aunque no ha cumplido sus promesas, es el mejor". También tiene sus matices: "Aunque también roba, yo pienso que ha ayudado a la gente pobre" y, "Es corrupto como todos, pero al menos ha hecho algo bueno" —misma opinión que mostraron algunos jóvenes de la otra secundaria consultada— lo cual deja en evidencia que los jóvenes saben cómo es y lo que hace, no obstante, lo consideran comparativamente el mejor o el menos malo. En la secundaria, como estamos viendo, hay mayor grado de conocimiento y reflexión a la hora de escribir y describir a los candidatos, los escritos son también más extensos y profundos.

Todo ello conforme a su desarrollo psicosocial y formación de nociones políticas (Delval, 1989).

También lo definen como "justo", "sencillo", "no mentiroso", es "el mejor" y "Porque creo que va a ganar". Y lo consideran como "La oportunidad que tiene México para cambiar" y "Tiene buenas propuestas para el país" y "Le está echando ganas", "Ha invertido en algunas cosas necesarias y prefiero que se gaste en eso el dinero a no verlo".

Incluso hay quien exclama "Porque es mi héroe de la infancia" o quien bromea imitándolo "porque eto e un compló", otro añade a la expresión anterior "en la ciudad de la esperanza", por lo que se ve que todo vale, su aspecto heroico y sus expresiones populares. "No puede cambiar a México, pero hará que vibre México, es sincero y él va a ganar". "Él sí puede, quiere, y tiene que ganar". Hay quien considera que "es el único que no pelea y tiene buenas ideas". Una joven finalmente confiesa: "Parece que lo que ha propuesto lo ha cumplido la mayoría de las veces y sólo me acuerdo de él". Y los lemas de campaña son también justificaciones para su triunfo: "Trabaja por el bien de todos".

### *Respecto a las frases sobre el que merece perder*

Otra indicación giraba, tras el dibujo correspondiente, en solicitar una frase en torno al candidato que consideraban que merecía perder, antes de analizarla, traemos también aquí un cuadro resumen sobre el tema.

CUADRO 2  
SOBRE EL CANDIDATO QUE MERECE PERDER

Canditados	Prim. Priv. Del Valle	Secund. Púb. Del Valle	Secund. Púb. Coyoacán
López Obrador y el PRD	44	40	14
Felipe Calderón y el PAN	13	32	28
Roberto Madrazo y el PRI	13	39	24
Patricia Mercado y A.	1	2	3
No contesta, todos	1	36	22
Total	72	149	91

Fuente: elaboración propia con base en los datos del ejercicio realizado (2006).

*Primaria privada del Valle*

Mercado casi desaparece como opción de merecer perder. A Madrazo, se le considera "fracturado", "ratero", "corrupto", "no cumple, es asqueroso, no sabe cumplir, sólo endeudar", "sucio, malo, ladrón y chachalaca". Como se observa, este último concepto da para mucho y para muchos. Todo negativo, obviamente, ya que es el que no merece ganar.

Felipe Calderón merece perder porque, dicen, "es mentiroso", además de "rateros, jotos, putos, mentirosos". "Tomó y firmó el Fobaproa, mentiroso, hijo de puta, no cumples, Felipe", "Es muy corrupto y firmó el Fobaproa", señalaron algunos, siguiendo fielmente las campañas que se hicieran en su contra por un candidato adversario. "Merece perder porque dice puras mentiras y no cumple", sencillamente es "malo", "malo y deshonesto" y "No hace nada por la gente". Además se le reviran ciertas afirmaciones del momento, como dice una niña: "porque acaba de sacar una campaña contra AMLO, diciendo que él mató accidentalmente a su hermano cuando tenían 10 años con un rifle calibre no sé qué, por mentiroso". O también "Porque quiere que los niños salgan a las 5:00". Como se observa, hay quien no parece gustarle estar tantas horas en la escuela, y tiene claro de quien viene la propuesta, por lo que merece perder por ella.

Destaca cómo el término "chachalaca" es el más popular en las frases del candidato que les gustaría que perdiera cuando éstas iban dedicadas —de regreso— a López Obrador, lo mismo que la ilustración correspondiente. Por supuesto, se reelaboraba en el sentido que "Es grosero", "Andrés eres el peor chachalaco", "Malo, horrible, grosero, corrupto, chachalaca", "No cumple", "Prometieron y no cumple", "Un corrupto sin vergüenza", o simplemente, se dice la frase de manera textual como la pronunciara en su momento: "Cállate, chachalaca" —en vocativo— pero dirigida a él. Y juegan con su publicidad: "¿Quién engaña y le roba a la gente? López Obrador, honestidad pendiente". Además de: "Es chafa, mentiroso corrupto, ladrón y desgraciado; no sabe hablar bien entre comillas, no tiene palabras", "Mentiroso, inepto, inútil y tonto", o simplemente señalan: "No me cae bien" o "Ha gastado mucho dinero", "Endeudaron", "Hablador", "Un vil mentiroso, corrupto y cobarde", "Corrupto, mentiroso, traidor, irrespetuoso". Y es que opinan que "Sólo piensa en obras y embellecer al país y no en la pobreza", "Sólo nos va a endeudar más y crear más pobreza", "Es muy mala persona", "Porque es un hom-

bre que es pelao y aún ni presidente es", "Grosero y pelado", "Es un mentiroso y le falta al respeto a la gente", "Es un mentiroso y cobarde".

También aparecen frases creadas desde las candidaturas contrarias: "Es un peligro para México", "No sabe ni hablar, inculto, transa, endeuda al país entero y no hará nada al país", "Porque el peje jamás puso seguridad en el DF" y "No me gustaría que ganara", "Es un perdedor" y "Un corrupto", "Dice y no cumple".

Una niña que no ocupó el espacio del dibujo y frase para el candidato ganador, pero en cambio, sí lo hizo para el perdedor, puso PRI, PAN y PRD, y escribió "Porque son corruptos y deshonestos", poniendo a las tres principales fuerzas del país en el mismo paquete, igual que otro joven que dijo de los tres, "Dicen mentiras y propuestas que no cumplen".

En general, la frase sobre el candidato que merece perder, es más bien una suerte de insultos, muy negativos, duros y groseros. Como que la infancia se despacha con el insulto, y de forma muy dura y directa, reflejo seguramente de lo que se vivió en la campaña, de la polarización social que promovieron los candidatos y que la gente reprodujo en su contexto comunitario y familiar, hasta llegar a las y los más pequeños, y que los medios de comunicación reflejaron, cuando no amplificaron, a su manera.

### *Secundaria pública Del Valle*

En una ocasión se refirieron a Mercado diciendo que no merecía ganar porque "Le falta preparación".

Roberto Madrazo fue el más mencionado en las frases sobre quién merece perder, y las explicaciones en su mayoría giraron en torno a la corrupción, las mentiras y el ser rateros, el insulto es lo más abundante: "Mentiroso, corrupto, ignorante", "No debe ganar porque es muy mentiroso y no va a cumplir", "Estúpido", "Tonto ratero", "Mentiroso", "Corrupto", "Ladrón", "Nos va a robar", "Deshonesto", "Por un fraude", "Transa", "Viene de un partido ratero y dice pura tontería, sólo quiere pelear", "Son unos corruptos, rateros, mentirosos y farsantes", "Porque van a chingar al país", "Por todos los robos que han hecho y harán en la presidencia", "Cabrón, tu partido es un corrupto".

Varias son las expresiones que señalan que no quieren que gane y lo relacionan directamente con el partido al cual pertenece: "Porque es

del PRI" o "Porque no", y punto. Y es que a veces se referían directamente al PRI más que a su candidato, y lo señalaban como "Corrupto", "Mentiroso", "No ha hecho nada", "No cumple y es transa" y "Se la han pasado robando".

Aunque hubo quien explicó su postura de forma más argumentada y con motivos que daban cuenta que su opinión: "No merece ganar, ya que al PRI le dieron mucho tiempo para gobernar y no hizo nada". Aunque también aparece lo puro emocional: "Porque me cae gordo, es un mamón", "Sólo se gana a la gente para que voten por él y luego cuando sea presidente cobre todo al doble" o "Por su frase: hola amigos". Finalmente, la amenaza de un joven: "Te voy a matar". Como leemos, los ánimos estaban muy exaltados durante la campaña a la Presidencia en el año 2006, pero, como decimos también, es reflejo de lo que piensa y siente y dice la sociedad en general, no sólo infantes y jóvenes, los sujetos de estudio de este trabajo.

Sobre Felipe Calderón señalaron que "Es sólo para los ricos" —comprobamos nuevamente como caló el discurso generado de enfrentamiento social—, "no me gusta como gobierna", "Es un ratero y también un peligro" —jugando con la frase de campaña dedicada a otro contendiente—. "No, porque nos chingan", y es que en el PAN "Son unos matones" y Calderón es "Una lacra, pelón y rata". También en alguna ocasión lo nombran como "Corrupto" y "Mentiroso", "Feo, corrupto, traidor", los calificativos más socorridos para casi todos los políticos. Alguna vez le señalan como "Deshonesto" y no "Porque discrimina". Hay quien le considera "Un perdedor". O trastoca los lemas de campaña: "No ha hecho empleos y no va a hacer nada", "Sólo gasta y gasta dinero y no demuestra nada"; o los utiliza con sentido distinto: "Manos sucias". O le dedica los que él dedicó a otros y es que el ingenio infantil y juvenil no parece tener límites: "Porque es un peligro para México", "dice que los pobres no tienen derecho a nada". Y lo comparan con Fox en el sentido que "Sería lo mismo que el presidente en estos momentos", "Es mentiroso, falso y quiere aprovecharse de la gente", "Porque es corrupto igual que todos, pero además me cae gordo". La posición parece más que clara.

Calderón y Obrador estaban casi empatados en segundo lugar, si bien el segundo era el favorito ganador, a la hora de señalar al que no merece ganar fue mencionado en varias ocasiones y más veces que el primero —tendencia que también surgió en alguna encuesta—. Sobre éste cae la acusación de "Es muy ratero", "Defraudador", "Corrupto", "Mentiroso",

"Tonto llorón", "Tonto y hablador", "Naco", "Luego no cumple lo suyo", "Es malo en política" y "No sabe nada y sólo va a dejar al país en la quiebra", "Fraude, transa, estafador, hipócrita, mentiroso". "Según la tele él roba los impuestos y se esconde cuando hay problemas" dice un joven, o "Sólo se gana a la gente para votar por él y luego cobrará todo al doble", expresa otro muchacho. Otro más dijo: "Sin comentarios", y una chica, volviendo a la comparación: "Es el peor y abusador de todos". Y es que "No nos ha cumplido en cosas como la delincuencia". Además, como argumenta una jovencita: "Lo único bueno/malo que ha hecho son los útiles y los viejitos, pero con sus construcciones va a terminar acabando con todos". "En realidad es un chantajista y creo que no merece ganar" y "Estoy segura que con él nos va a ir mal, ahora dice lo que la gente quiere oír, pero es una farsa; la neta, me da miedo que gane". "Porque es muy incoherente, y con todo respeto, es un naco sin preparación". "Por ser corrupto, una persona sin valor moral y por ser ratero". "Porque cree que con dar pena va a ganar".

Incluso simplemente se escribe la ultra famosa frase "Cállate, chachalaca", o la acusación que le dedicó el adversario: "Bueno, aunque él hizo algo bueno, yo creo que él no va a cumplir nada, es una amenaza para México", o el lema de su contrincante, pero a él dedicado con doble sentido o intención contraria a la de la frase literal: "Yo tengo las manos limpias".

Hubo quien de plano considera que todos por igual merecen perder, como una jovencita que escribió: "Peje, Roberto, Felipe, todos, porque todos son unos corruptos". Y un joven: "Porque todos son unos corruptos, rateros, asesinos, mentirosos y no me traerían ningún beneficio". Una muchacha en el dibujo escribió: "Odio a todos los partidos" y en la frase argumentó: "Por ser corruptos y deshonestos". Estas expresiones, como las similares que aparecieron en la primaria, y otras más que veremos a continuación para la otra secundaria, se encuentran a la orden del día según estudios para Europa (Beck y Beck-Gernsheim, 2003), o el continente latinoamericano (Durán Barba y Nieto, 2006).

### *Secundaria pública Coyoacán*

Tres personas se expresaron en el sentido de que Mercado merecía perder "Porque no creo que sea buena para el país" y "Porque me cae mal".

Madrado fue quien recibió más alusiones y críticas en este punto, como en la secundaria que vimos con anterioridad. Se le considera "Injusto",

"Deshonesto", "Mentiroso", "Hipócrita", "Corrupto", "No inspira confianza sino miedo", "No sabe lo que quiere ni tiene propuestas buenas" y "Se robaría todo y sería un corrupto", "Sólo quiere robar", "Quiere dinero para él sólo, no para los mexicanos". Y sobre el PRI, en general, se considera que "Ya han estado muchos años en el poder y por ellos estamos en la olla", "Porque el PRI nunca ha sabido gobernar", "Los del PRI son rateros y no harán nada por México". Si volvemos con este ex candidato alguien dijo que "Ayuda sólo a los que ganan más de 5,000 pesos" y otra persona añadió que "Sus propuestas no van a funcionar".

Calderón también tuvo varios comentarios, según los cuales merece perder: "Por corrupto" y "Por mentiroso", "Porque es corrupto y tiene las manos sucias" —su lema negativizado y en su contra—, "Por corrupto, deshonesto y tonto", "no sabe gobernar, aunque dizque tiene las manos limpias", en alusión nuevamente a su propia campaña. También se le percibe como indeciso: "No sabe lo que quiere y es indeciso", "No es buen competidor", "No puede", "Promete cosas que no puede cumplir", "Si gana serán puras deudas" y "Es un ardido", "sólo piensa en que él gane y no le importa lo que piensa la gente", o simplemente: "Me cae mal, súper mal", "No me gusta para presidente", "No quiero", o "por chachalaca". Cualquier expresión popular es aprovechable, casi para cualquier candidato y en cualquier tono y momento, como estamos viendo. A veces las opiniones fueron muy duras: "Porque es un bizco, puto culero, más culero que Fox", "Mentiroso, fraude, ratero y traidor". "Perjudica a los pobres" y es que y es que —de nuevo el discurso de la polarización social que atrajo y reprodujo la infancia a la perfección—.

López Obrador no recibió muchas frases negativas, pero algunas tuvo: "Porque es un dictador corrupto", "Se me hace que además de dictador es un maldito corrupto". El ser corrupto fue la más insistente y numerosa. También dicen que "A México lo va a hundir más de lo que ya está", "Si él gana serán puras deudas", "No sabe nada y su política endeudaría al país", haciéndose eco de la campaña en su contra. "Hizo dos puentes y muchos puentes y sólo se preocupa por sus viejecitos", "Es chismoso, grosero, naco, etc." En ocasiones, también las mismas palabras que él pronunció se emplean, ahora en su perjuicio: "Esto es un complot", o "porque me cae mal y no ha hecho gran cosa y lo del segundo piso y lo de la tarjeta de la tercera edad, se hubiera dado con él o sin él", "Es mentiroso y 100% populista".

Llama la atención cómo cuatro jóvenes señalan al PRI y al PAN como los que no merecen triunfar por corruptos, ladrones, hipócritas y por no cumplir. Y además tres más dicen que Calderón y López Obrador no tienen que ganar, porque les caen mal. Curioso es además porque se solicita el dibujo y la frase de uno, sin embargo, señalan a dos, como puntualizando su opinión y posicionamiento; pero todo ello en sentido similar a la información recabada en los otros centros escolares, y que subrayamos conviene meditar: la desafección política generalizada.

### CONCLUSIONES: EL *INFANS VIDENS*

En este texto se ofrece una revisión básicamente descriptiva —como desde la presentación se anunció—, donde el análisis y la reflexión quedaron en segundo lugar. Es más una aproximación inicial a un trabajo más amplio que se está llevando a cabo. En todo caso, y tal como está, consideramos que tiene valor, ya que se trata de un tema poco abordado en la investigación social y política, tanto en México como en otras latitudes —como también dijimos en su momento—.

Si rescatamos las ideas principales y de manera general que este estudio de caso nos aporta, consideramos que se trata básicamente de dos: cierta representación social —estereotipos sociales e imaginario cultural— que se reproducen culturalmente e intergeneracionalmente; y la influencia de la televisión en el mundo infantil —también adulto— en la vida cotidiana actual, y en la política de manera específica. Esto es, pasado, presente y futuro, tradición y modernidad, oralidad y medios electrónicos, sin embargo estos dos conceptos aparentemente dicotómicos, están hoy por hoy, íntimamente ligados, la tradición aporta y se reitera en los medios, y los medios beben y recrean la tradición, o la transforman, pero en todo caso no son cuestiones opuestas si no que conviven de manera relacional, procesual, dinámica y dialógica.

Retomamos la importancia de la reiteración de los estereotipos tradicionales de género, y la presencia y persistencia del imaginario colectivo general en ciertas miradas arquetípicas —símbolos, creencias, valores— (Bourdieu 1999; Castoriadis 1983). Asimismo, la reproducción de la agresividad que se vivió en su momento en la campaña electoral del año 2006, pero en este caso trasladada a infantes y jóvenes, sujetos de este estudio. Además de algunas posiciones críticas hacia la política y los

candidatos, relacionado seguramente con la campaña en concreto y las posiciones críticas hacia los candidatos en particular, pero y también, con las nuevas concepciones y percepciones negativas hacia la política en la época actual (Beck y Beck-Gernsheim 2003), como además el criticismo de la etapa adolescente en general hacia la esfera política en particular (Kohlberg 1964, 1989; Delval 1989, 1999).

Y aunque este trabajo no es sobre los medios de comunicación, es imposible sustraerse de su mención, a juzgar por la revisión realizada en estas páginas. Salieron sin buscarlos, porque están ahí, muy presentes. Ésta es también una de las conclusiones: la impronta que la televisión tiene en la ciudadanía en general y de manera especial en las jóvenes generaciones de infantes y adolescentes, en este caso concreto, y más específicamente sobre el tema abordado en el texto, la política y las elecciones. Para reflexionar sobre ello parecen acertados los conceptos de Sennet (2006) sobre el ciudadano consumidor-elector, toda vez que estamos quizás, parafraseando a Sartori (2004), en presencia del *infans videns*.

## BIBLIOGRAFÍA

- BECK, ULRICH Y ELISABETH BECK-GERNSHEIM (2003). *La individuación. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona: Paidós.
- BOURDIEU, PIERRE (1999). *La dominación masculina*, Barcelona: Editorial Anagrama.
- CASTORIADIS, CORNELIUS (1983). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- DELVAL, JUAN (1989). "La representación infantil del mundo social", en Turiel, Elliot; Enesco, Ileana; Linaza, Josetxu, *El mundo social en la mente infantil*. Madrid: Alianza Editorial.
- (1999). *Desarrollo humano*. Madrid: Siglo XXI.
- DURÁN BARBA, JAIME Y SANTIAGO NIETO (2006). *Mujer, sexualidad y política. Los nuevos electores latinoamericanos*. México: FCE.
- FERNÁNDEZ PONCELA, ANNA M. (2005). *Infancia, adolescencia y política en México*. México: IEDF/Miguel Ángel Porruá.
- (2006) "Mujeres y política en América Latina: dificultades femeninas y aceptación social", en *Argumentos*, núm. 51, mayo-agosto, UAM, México DF.
- KOHLBERG, L. (1964). "Development of Moral Carácter and Moral Ideology", en M. L. Hoffman y L. W. Hoffman (eds.), *Review of Child Development Research*. New York: Russell Sage Foundation.
- (1989). "Estadios morales y moralización. El enfoque cognitivo-evolutivo", en Turiel, Elliot; Enesco, Ileana; Linaza, Josetxu, *El mundo social en la mente infantil*. Madrid: Alianza Editorial.
- MARTÍN-BARBERO, JESÚS (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- SARTORI, GIOVANNI (2004). *Homo videns*. Madrid: Taurus.
- SEGOVIA, RAFAEL (1975). *La politización del niño mexicano*. México: Colmex.
- SENNET, RICHARD (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- TELEVISA (2006). "El privilegio de mandar" (programa televisivo en tono de comedia). México: Televisa.