

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS
(Universidad del Perú, DECANA DE AMÉRICA)

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS
Escuela Académico Profesional de Comunicación Social



**CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA
CONSTRUCCIÓN DE LA IMAGEN DE LOS PARTIDOS
POLÍTICOS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS**

Tesis para obtener el Título Profesional de:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Presentada por:

PAUL GEORGE MUNGUÍA BECERRA

LIMA - PERÚ
2006

*Toda juventud es inquieta.
Nada cabe esperar de los hombres
que entran a la vida sin afiebrarse
por algún ideal; a los que nunca
fueron jóvenes, pareceles
descarriado todo ensueño. Y no se
nace joven: hay que adquirir la
juventud. Y sin un ideal no se
adquiere.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	5
Capítulo I	
Planteamiento de estudio	
1.1. Definición del problema de estudio	10
1.2. Objetivos	13
1.3. Hipótesis	13
1.4. Variables	14
1.4.1. De la hipótesis principal	14
1.4.2. De las hipótesis secundarias	15
1.5. Fundamentación	15
1.6. Aproximaciones al marco teórico	19
Capítulo II	
Los medios y la política	
2.1. Estudios de comunicación	21
2.1.1. Enfoque de usos y gratificaciones	25
2.1.2. Enfoque de la escuela crítica	27
2.1.3. Enfoque de las mediaciones	33
2.2. Comunicación política	34
2.3. Definición de opinión pública	49
2.3.1. Los sondeos	55
2.4. Imagen pública	56
2.5. El papel de los medios en el Perú de los noventa	58
Capítulo III	
Sistema político peruano	
3.1. Democracia	66
3.2. La democracia como sistema de partidos políticos	75
3.3. Devenir histórico de los partidos políticos peruanos	86
3.4. Características del sistema político peruano 2000 - 2005	100
3.5. Sociedad civil y ciudadanía	111
Capítulo IV	
Juventud peruana, cultura y comunicación	
4.1. Configuración sociodemográfica	116
4.2. Cultura juvenil y consumo cultural	118
4.3. Consumo de la información periodística	121
4.4. Actuación política del movimiento juvenil universitario	122
4.5. Jóvenes y ciudadanía	129

Capítulo V	
Metodología de investigación	
5.1. Método	131
5.2. Técnicas y selección de muestras	131
Capítulo VI	
Análisis: Jóvenes universitarios, medios y partidos políticos	
6.1. El consumo de medios de los jóvenes universitarios: uso, gratificaciones y mediaciones	135
6.1.1. Preferencias en el acceso a la información	135
6.1.2. Tipo de información	147
6.1.3. Medios y mediaciones	150
6.2. Percepción de las acciones de comunicación política	152
6.2.1. Interés y percepción de la información política	152
6.3. El sistema político en el imaginario colectivo de los universitarios	156
6.3.1. Universidad y política	156
6.3.2. Percepciones de la política, tendencia y participación	157
6.4. Imagen de los partidos y movimientos políticos	163
6.4.1. El consumo de la información en la construcción de la imagen de la política y los partidos políticos	163
6.4.2. Percepción de los partidos políticos	169
6.5. Participación juvenil en los partidos políticos	175
6.5.1. Percepción de la relación entre universitarios y partidos políticos	175
6.5.2. Militancia política	177
CONCLUSIONES	182
RECOMENDACIONES	188
ANEXOS	191
BIBLIOGRAFÍA	196

INTRODUCCIÓN

Ver la política a través del consumo de los medios de comunicación masiva y de las representaciones simbólicas colectivas, que los consumidores de los medios construyen del sistema político y sus actores, nos permite conocer, cómo los ciudadanos están configurando sus acciones y relaciones, dentro del sistema democrático. En esta tesis, en particular, la relación de los ciudadanos, jóvenes universitarios, con los partidos políticos y la comunicación política de los medios.

En la actualidad, con respecto a la esfera política, todos están de acuerdo que, los medios de comunicación masiva son el nexo principal entre el sistema político y la ciudadanía; los medios de comunicación son el espacio privilegiado del quehacer político.

Se considera que los medios de comunicación masiva, en especial la televisión, cambiaron la forma de hacer política. Por tal razón, el estudio del papel de los medios de comunicación dentro del sistema político, resulta relevante.

La comunicación política es un campo relativamente nuevo y complejo; que ha requerido el concurso de investigadores de diversas disciplinas, para la comprensión de este fenómeno, que es social, político, antropológico, psicológico y semiótico, principalmente. Esta tesis, busca aportar al estudio de la comunicación política en el Perú.

Desde este campo de estudio la tesis se acercó al comportamiento político de los jóvenes, grupo poblacional que representa la tercera parte del electorado peruano.

A partir de la condición de consumidores y ciudadanos , se buscó explicar la relación de los jóvenes universitario con los partidos políticos y su mirada del sistema político. La investigación se planteó ir más allá de las representaciones que difunden los

medios de comunicación y enfocarse en las imágenes, representaciones simbólicas impresas en la mente del público, que influyen en su comportamiento frente a las instituciones políticas.

La investigación se planteó tres preguntas centrales: *¿Qué imagen han construido los jóvenes universitarios de los partidos políticos?, ¿Cuál es el valor del consumo de la información política en la formación de esta imagen? y ¿Cómo actúa esta imagen pública que poseen los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana en su acercamiento y participación en los partidos políticos?*

A partir de estas interrogantes, el estudio se concentró en la comprensión del consumo de los medios y la información política por parte de los jóvenes universitarios de Lima. Unido, a la determinación de la relación del público universitario con el sistema político democrático y los partidos políticos; es decir, conocer sus percepciones, actitudes y prácticas, frente al ejercicio ciudadano en la política nacional.

En el Perú, la juventud y la política se han apartado mutuamente. Por una parte, la mayoría de los ciudadanos jóvenes, no desea participar en los asuntos públicos; ni que decir, de militar en un partido político. La política, por su parte, no ha generado espacios para la participación juvenil, ni se ha interesado por los problemas que afectan a este amplio sector del electorado.

Al mismo tiempo, los partidos han cambiado, se han alejado cada vez más de la sociedad; en especial, porque han privilegiado el uso de los medios de comunicación masiva para establecer una relación con la ciudadanía. En este sentido, el estudio de la comunicación política, nos ayuda a explicar las nuevas relaciones entre los actores del sistema democrático representativo, vigente en nuestra sociedad.

Dentro de ese contexto, el objetivo principal de la tesis, buscó explicar la relación que existe entre el consumo de la información política que brindan los medios

de comunicación y la construcción de la imagen pública de los partidos políticos, así como, la influencia de esta imagen, en la participación ciudadana de los jóvenes universitarios en los partidos políticos.

El estudio del consumo cultural de los medios de comunicación masiva, por parte del público juvenil universitario, se realizó mediante una encuesta y el desarrollo de dos grupos focales. El trabajo de campo persiguió tres objetivos específicos: a) Identificar qué tipo de información política buscan los jóvenes universitarios en los medios de comunicación masiva y la forma en que influye el consumo en el ejercicio de su ciudadanía; b) determinar el grado de interés de los jóvenes universitarios por la información política en contextos no electorales y por su participación en la política y; c) determinar qué tan importante es la información política de los medios, frente a otros factores sociales, que influyen el comportamiento de los jóvenes universitarios en la participación ciudadana, como la militancia partidaria.

La presente tesis consta de seis capítulos, conclusiones y recomendaciones. En el primer capítulo, se describe el planteamiento metodológico del estudio. Contiene la definición del problema de estudio, objetivos, hipótesis, variables, antecedentes y una aproximación al marco teórico, que se desarrolla en los tres capítulos siguientes.

El marco teórico, conceptual e histórico, se desarrolla desde cada campo de estudio específico. El segundo capítulo, contiene los enfoques teóricos, utilizados para comprender el consumo de los medios de comunicación; delinea los estudios sobre la comunicación política y opinión pública; además, describe la situación de la prensa en el Perú.

Nos acerca a los enfoques de comunicación considerados para el análisis, principalmente la teoría Usos y Gratificaciones, el enfoque de la Escuela Crítica y la teoría de las Mediaciones.

En el tercer capítulo, a partir de la ciencia política, se establecen las definiciones de los términos democracia, sistema de partidos políticos, partido político y tipología de los partidos políticos; aquí también, se sintetiza el marco histórico en el que han actuado los partidos políticos peruanos y la configuración del espectro del sistema político, durante el periodo 2000 - 2004.

Resalta en este capítulo el desarrollo de la tipología de los partidos políticos y sus características actuales, que nos ayuda a comprender la relación de las instituciones políticas con los ciudadanos y su comportamiento frente a los medios.

La configuración social y cultural del público joven; las estadísticas demográficas; la definición de juventud; la descripción del consumo cultural juvenil; la historia del movimiento universitario y; la ciudadanía en los jóvenes, son los temas tratados en el cuarto capítulo.

En el quinto capítulo, se describe el método de estudio, así como, las técnicas: encuestas y grupos focales. A continuación, en el sexto capítulo, se desarrolla el análisis de los resultados del trabajo de campo; se explica como se establece la relación entre el consumo de medios de comunicación por parte de los jóvenes universitarios y la construcción de la imagen pública de los partidos políticos.

Para terminar, se plantean las conclusiones a las que ha arribado la investigación, con referencia a las hipótesis y al marco teórico. Además, las recomendaciones proponen algunas interrogantes que puedan dar pie a nuevas investigaciones, que continúen el estudio de otros aspectos del tema.

Expreso mis sinceros agradecimientos a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, al Consejo Superior de Investigaciones y a la Facultad de Letras y Ciencias Humanas, que auspiciaron la producción de esta tesis. Al profesor Alberto Villagómez Paucar, en reconocimiento a su apoyo y asesoría, a los docentes de la Escuela de

Comunicación Social, por su valiosa contribución y a mis compañeros sanmarquinos, amigos que alentaron a culminar esta empresa. Asimismo, agradezco a mi familia por acompañarme y respaldar este trabajo.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE ESTUDIO

1.1. Definición del problema de estudio

La política es un amplio y complejo proceso que atraviesa los diversos planos de la vida social del hombre. Sin embargo, en particular, la política será el espacio circunscrito al sistema donde prima la acción teleológica dirigida a tomar el poder de dirección y ordenamiento de una sociedad como Estado-nación.

Al dividirse el sistema social entre sociedad política y sociedad civil, el funcionamiento del sistema depende de los canales de interrelación entre sus componentes; el flujo de información y retroalimentación se hacen imprescindibles para la permanencia del sistema político, con mayor razón si hablamos de un sistema democrático representativo y coparticipativo.

La acción comunicativa es pieza clave entre la relación de la ciudadanía con las instituciones políticas. Estas instituciones tienen diversos canales para llevar a cabo la comunicación pública, que son exigidos por las normas del sistema.

Sin embargo, la revolución de los medios de comunicación masiva en el sistema capitalista tardío, es decir, aquella sociedad de la información, convierte a los massmedia en el canal principal y permanente para establecer la comunicación política dentro del sistema. No por nada se ha dicho que los medios de comunicación masiva, en especial la televisión, son las nuevas plazas públicas para la política (Acsehrad, Heri, et.al.1995). Es la videopolítica que ha descrito Sartori; es la sociedad de la imagen donde vivimos.

Los medios son nexo privilegiado con el cual el ciudadano entra en contacto con los sucesos políticos y el mundo, a través de la información periodística.

Los actores del sistema político (los partidos y sus representantes, la sociedad civil, los periodistas, entre otros), en mayor o menor medida, tienen la posibilidad de dirigir sus mensajes a millones de ciudadanos a través de la pantalla, el aparato radiofónico, el diario o nuevos productos culturales como la Internet, con el fin de atraer su atención sobre la '*res publica*'.

Gran parte del discurso actual de la construcción de una sociedad democrática contempla lograr una sociedad que tenga el acceso a la información pública, aunque este proyecto se presenta cada vez más lejos de concretarse.

El tratamiento informativo en los medios sobre los asuntos públicos y las acciones de quienes intervienen –relatos y juicios de aciertos, inacción, complicidad, faltas y errores, así como, la necesidad de la existencia de los partidos políticos– contribuyen en la formación de la opinión ciudadana acerca de los temas públicos que les interesa.

Es así que, los contenidos y las formas del discurso informativo, serán una de las principales fuentes en la cual se apoya la creación de la imagen de los actores políticos en la mente de los ciudadanos. Hay que considerar que un principio fundamental en este asunto es que la presencia mediática será una exigencia para los actores políticos. Será en muchos casos la única razón de existencia en el imaginario colectivo de la ciudadanía.

La imagen pública que tiene la población de los partidos políticos, la elaboración del significado o simbolismo de las organizaciones y de sus miembros, influirá en las relaciones que se establezcan a través de diferentes periodos y eventos de actuación política.

En gran parte, el respaldo que la ciudadanía otorgue a un partido políticas para alcanzar el poder –fundamento de su actuación en la esfera política- va a depender de su imagen en la colectividad social.

En nuestro caso, se ha comprobado que, durante la década de los noventa, en el Perú la información política mass mediática, estuvo controlada y digitada por el poder dictatorial del gobierno de entonces. El presidente sostenía un discurso antipartido y contra la participación política, que contribuyó a agudizar el descrédito que las organizaciones político partidarias venían cosechando por su cuestionable actuación desde los años ochenta.

En los ensayos que se publicaron sobre la crisis de los partidos políticos peruanos se caracteriza al ‘sistema de partidos políticos’ peruano por su alta volatilidad electoral, la falta de representatividad, el desplazamiento de protagonismo en la arena política de los partidos (reemplazados por los movimientos independientes), el caudillismo político y la confrontación extrema, factores que no han permitido la constitución de un real sistema de partidos.

La cobertura y los espacios que brindaron los medios a los representantes de los partidos políticos fueron manipulados desde el Servicio de Inteligencia Nacional, tal y como lo demuestran los conocidos ‘vladivideos’ y otros registros. Actualmente existe una desconfianza aguda por los partidos políticos debido a que poseen una imagen pública mellada por diversos factores, entre ellos la información de los medios.

Ante esta situación, se plantean las interrogantes de investigación para aproximarse a explicar, a partir, del consumo de los medios de comunicación, usos y gratificaciones: *¿Qué imagen han construido los jóvenes universitarios de los partidos políticos?, ¿Cuál es el valor del consumo de la información política en la formación de esta imagen?* y a su vez, comprender *¿cómo actúa esta imagen pública que poseen los*

jóvenes universitarios de Lima Metropolitana en su acercamiento y participación en los partidos políticos?

1.2. Objetivos

Objetivo general

Explicar la relación que existe entre el consumo de la información política que brindan los medios de comunicación y la construcción de la imagen pública de los partidos políticos, así como, la influencia de esta imagen, en la participación ciudadana de los jóvenes universitarios en los partidos políticos.

Objetivos específicos

a. Identificar el tipo de información política que buscan los jóvenes universitarios en los medios de comunicación masiva y la manera en que influye el consumo mass mediático en el ejercicio de su ciudadanía.

b. Determinar el grado de interés de los jóvenes universitarios por la información política en contextos no electorales y por su participación en la política.

c. Determinar qué tan importante es la información política en los medios frente a otros factores sociales que influyen en el comportamiento de los jóvenes universitarios en la participación ciudadana, como la militancia partidaria.

1.3. Hipótesis

Hipótesis principal

La precaria imagen pública de los partidos o movimientos políticos y la de sus representantes, que los jóvenes construyen a través de consumo de la información de los medios de comunicación, es uno de los principales factores que no favorece al acercamiento y la participación de este sector social dentro de los partidos políticos.

Hipótesis secundaria

Los jóvenes universitarios, debido a su nivel educativo, sí se interesan por el acontecer de la política nacional cubierta por los medios y tienen cada vez mayor participación política ciudadana.

1.4. Variables

1.4.1. De la hipótesis principal

a. Consumo de información de los medios de comunicación

- *Uso y gratificaciones :*

Preferencias de medios en el acceso a la información

Frecuencias de consumo

Tipo de información

- *Mediaciones*

- *Percepción de las acciones de comunicación política:*

Interés en la información política

Consumo de información sobre los partidos políticos

Percepción de la información política

b. Imagen pública de los partidos políticos

- Percepciones de la política

- Percepción de la imagen de los partidos políticos

c. Participación de los jóvenes en los partidos políticos

- Relación universitarios y partidos

- Tendencia política

- Participación política en la universidad

- Militancia política

1.4.2. De las hipótesis secundaria

a. Interés y consumo de información política

b. Participación política.

Características, actitudes y prácticas de los jóvenes.

1.5. Fundamentación

La investigación de los grados de influencia de los medios de comunicación en el sistema político y social, en la cual se centra este trabajo, ha sido una de las principales preocupaciones de la investigación sobre los medios masivos.

En la actualidad, los enfoques que se han preocupado por los efectos han sido replanteados y perfeccionados; encontramos investigaciones acerca de los efectos a largo plazo, que retoman los estudios sobre la base del rol de los medios, usos y gratificaciones, estudios crítico culturales, la elaboración de noticias, entre otros.

Saperas (1987), en su obra *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, menciona tres áreas en la investigación sobre los efectos cognitivos: las investigaciones sobre efectos resultantes de la capacidad simbólica de estructurar la opinión pública; de la distribución social de conocimientos colectivos; y de las noticias como formas de construcción de la realidad.

Asimismo, investigadores como Sartori, Giddens, entre otros, han venido preocupándose por la relación entre la labor de los medios y su influencia en la ciudadanía. Sartori en su libro *Homo videns: La sociedad teledirigida*, hace referencia a un fenómeno de nuestra sociedad actual que ha llamado la video-política, descrito como la incidencia del video en los procesos políticos y con ello a una radical transformación de cómo “ser políticos” y de cómo “gestionar la política”. Según Sartori, es falso que la

televisión se limite a reflejar los cambios que se están produciendo en la sociedad y la cultura, sino más bien refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo.

Por otro lado, en Sandro Macassi hallamos un estudio del tema “Jóvenes y cultura política masiva”, título de su ponencia en el Seminario Juventud: sociedad y cultura, realizado por la Red Para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú (1999). Macassi reflexiona acerca de los efectos de la industria cultural en la juventud, señala que *“al subrayar el carácter cultural de la identidad juvenil queremos insistir en que la ciudadanía debe entenderse en esos marcos, puestos que la vivencia ciudadana en los jóvenes se encuentra atravesada por su ubicación en el mundo, por su desarrollo afectivo y emocional, así como los grandes cambios ocurridos en el ámbito mundial”*. Respecto con la información, su estudio se preocupa por la recepción y la construcción colectiva de significados, analiza el problema de los significados y no sólo la práctica y usos de la mediación. En la juventud peruana observa diversas maneras o vínculos con la vida pública nacional.

Desde el ámbito de la sociología política, Sinesio López, en una investigación realizada por el Instituto de Diálogo y Propuestas, analiza la situación de la ciudadanía, su desarrollo histórico y los accesos de los diferentes estratos sociales al ejercicio ciudadano (*Ciudadanos Reales e Imaginario. Concepciones, desarrollo y mapas de ciudadanía en el Perú*). Es necesario preguntarse por el acceso al ejercicio de la ciudadanía en el Perú, que no se presenta en iguales condiciones en una sociedad donde se han enfatizado las brechas socioeconómicas entre pobres y ricos, entre las zonas urbanas y rurales.

Los estudios sobre los partidos políticos peruanos realizados en los últimos años, han abordado temas como: el sistema de partidos (Tuesta, Tanaka, Lynch, Guerra García), ley de partidos (Rubio Correa), democracia y medios de comunicación (IEP)

sistema electoral (Planas, Pease), elecciones (Degregori y Grompone, Tuesta). Estos trabajos han buscado caracterizar el fenómeno de la crisis, así como realizar estudios de política comparada.

Con respecto al sistema de partidos no consolidado, destaca el libro de Pedro Planas, *Democracia Volátil: movimientos, partidos, líderes políticos y conductas electorales en el Perú Contemporáneo*, que aborda el tema de los partidos de manera global (historia, participación en las elecciones, gobiernos, líderes, legislación, el electorado y el escenario político 1992-2000), con especial atención en el problema del relajamiento de las exigencias legales para el funcionamiento de los partidos políticos por parte de los entes electorales, su participación en las elecciones y acceso al poder. En el tercer capítulo se reseñan los principales aportes de estos estudios.

En *¿Los jóvenes a la obra?: juventud y participación política*, trabajo de Jorge Chávez Granadino (Agenda: Perú), hallamos un estudio acerca de las actitudes de los jóvenes universitarios frente a la participación política. En esta investigación se analiza las tendencias y comportamientos de los estudiantes universitarios frente a la política y su participación en los asuntos públicos..

Situados en el contexto de los cambios en el panorama político de los cuatro últimos años de transición y consolidación del sistema democrático, el análisis sobre el papel de los medios masivos, partidos políticos, la participación de la sociedad civil representa un espacio interesante para la investigación sobre la ciudadanía, el sistema político y su relación con el rol de los medios de comunicación masivos.

Como sabemos, en la actualidad nacional, nos encontramos frente a los planteamientos de modernización y fortalecimiento de los partidos políticos, en este aspecto se ha seguido los resultados de la inscripción de nuevos militantes y participación dentro de los partidos y movimientos políticos. Alan García, líder máximo

del Partido Aprista Peruano (PAP), ha mencionado las siguientes frases en una carta publicada en la página web de dicha institución, *“el partido tiene que convertirse explícitamente en el partido de la juventud. En el Perú hay quince millones de jóvenes menores de 30 años, seiscientos mil universitarios, pero nuestra militancia juvenil no sobrepasa algunos miles (...) Y de acuerdo con los nuevos tiempos y cultura, en su inmensa mayoría no son tal vez partidarios de la militancia o de aceptar una ideología única o cerrada”*.

Se observa el interés de los partidos políticos en renovar sus cuadros y contar con apoyo juvenil que asegure su existencia y a la par establecer vínculos con este importante segmento electoral, cuyas demandas no pueden dejar de ignorar.

Sin embargo, se hace necesario conocer el rol que cada uno de los actores cumplen para forjar esa relación, establecer como los comportamientos de los partidos políticos peruanos, los medios de comunicación masiva y los ciudadanos jóvenes universitarios configuran la relación dentro del campo de la comunicación política.

En ese sentido, a partir del estudio del público universitario de Lima Metropolitana este trabajo pretende fijar algunas bases para la comprensión de un fenómeno complejo, en el que es imprescindible establecer una mirada interdisciplinaria que hace posible los estudios de comunicación social.

Estas bases servirán para abrir un nuevo espacio de investigación con el fin de consolidar el estudio de los fenómenos de comunicación política en nuestro país, orientado al fortalecimiento del sistema político, a partir de dos pilares importante: la participación de la ciudadanía y el fortalecimiento institucional.

1.6. Aproximaciones al marco teórico

Se ha tomado en cuenta en la investigación, el contexto político, social y cultural actual donde los jóvenes universitarios se desenvuelven y establecen su percepción simbólica de los partidos como organizaciones y actores de la política. Percepción en la que los medios de comunicación desempeñan un rol relevante; pues es a través de ellos, que se establece el contacto continuo entre partidos y ciudadanos. Todo esto obliga a la elaboración de una base conceptual interdisciplinaria. Las interrelaciones entre la comunicación política, el sistema democrático y las características de la juventud peruana nos enfrenta a un marco conceptual complejo.

En los tres capítulos siguientes se presenta una exposición de las bases teóricas, necesarias para el análisis de los hallazgos obtenidos en el trabajo de campo. En ellos se trata acerca del sistema de partidos políticos peruanos; los medios, la política y la juventud peruana; así nos acercamos de manera más ordenada a la conceptualización de cada una de las variables, en su campo de estudio correspondiente, así como, a establecer el marco histórico actual que la encuadra.

Por su carácter interdisciplinario, la presente investigación no se centra en un enfoque específico, sino que en lo particular, toma de manera ecléctica los principales enfoques acerca del sistema político democrático y el sistema de partidos; teorías de la opinión pública, comunicación política e imagen pública; y estudios de las características psicológicas, sociales, políticas y culturales de la juventud, tratando que sean los que mejor se acerquen a la realidad peruana.

En el trasfondo de la investigación hallamos fundamentos de la teoría de sistemas sociales, construcción social de la realidad e interaccionismo simbólico, desarrollados por autores de tradición sociológica (Weber, Durkheim, Berger, Luckmann, Habermas, Neolle-Neumann y Luhmann), además de la teoría liberal

democrática, ideas donde confluyen los pensamientos de Hobbes, Locke, Rousseau, Kant que más tarde retomaron Popper, Bobbio, Sartori y Touraine.

El sistema político, los medios de comunicación y el público estudiado en su respectivo marco teórico, histórico y sociocultural, en el contexto nacional y global es la propuesta que se encuentra en los próximos capítulos.

CAPÍTULO II

LOS MEDIOS Y LA POLÍTICA

“Si se ha de confiar a los periódicos el deber de interpretar toda la vida pública de la humanidad, seguro que fracasarán, pues están condenados al fracaso, y en cualquier futuro continuarán fracasando”.

Lippmann

2.1. Estudios de comunicación

A diario, para la mayoría de las personas en nuestra sociedad, su relación con la política –aquel espacio donde se discuten los asuntos públicos y del ejercicio de poder– está estrechamente ligada al consumo de información de los medios de comunicación.

Los medios son agentes socializadores, espacio de construcción y legitimación de las representaciones sociales, son instrumentos de la cultura de masas de las sociedades modernas. Por ello, el consumo de las noticias acerca de la ‘polis’, el recuento periodístico de los sucesos de interés público a través de la descripción o los juicios que difunden los medios, nos acercan al espacio simbólico de la política.

El ciudadano, al pararse frente a las portadas de los diarios o al comprar uno, al encender su receptor de radio o de televisión para conocer los acontecimientos noticiosos diarios, se estará acercando al discurso que los medios elaboran sobre la política. Las noticias son una selección e interpretación de acontecimientos que la prensa recontextualiza y narra al público.

Los medios serán una de las principales fuentes con que la población se relaciona con los temas de interés local, nacional o internacional; asuntos económicos, educativos, salud, seguridad, cultura y; con la arena política donde se desarrollan y se mezclan estos asuntos (congreso, ministerios, municipios, partidos, gremios, calles, plazas o medios, entre otros).

Aunque, a decir verdad, en el rol de información y construcción de la realidad que juegan los medios de comunicación, no dejan de presentarse problemas que alejan

las visiones optimistas o ‘integradas’ de una comunicación masiva que beneficie la participación ciudadana y el funcionamiento del sistema político. La frase citada acerca del fracaso de la prensa en la interpretación de la realidad de Lippmann, citada al principio de capítulo, ha sido más que profética, se ha convertido en una sentencia.

El estudio del proceso de comunicación política es complejo, ya que tanto la comunicación como la política atraviesan diversos planos de la vida social. Aún así, es posible establecer en esta investigación algunas consideraciones teóricas que permitan explicar el proceso de formación de imagen en el público sobre los actores; la actividad política relacionada con el rol que cumplen los medios de comunicación en la formación de la opinión de la población como constructores de la realidad social y; cómo es que el receptor —concebido como sujeto activo de comunicación— establece su relación con los medios y el consumo cultural propio que influye en la formación de su opinión sobre la esfera pública.

Todo esto sin dejar de tener en cuenta también que los medios y su consumo constituyen a la vez instrumentos de distracción, desinformación y subinformación respecto con los asunto públicos.

Para esto, es imprescindible revisar los aportes que, desde el estudio de la opinión pública, se han ido dando. Los estudios de la opinión pública, relacionados a los medios de comunicación, se iniciaron con la participación de la sociología y psicología, interesadas en la teoría de masas que ambas comenzaron a estudiar.

El funcionalismo en la sociología así como el conductismo en la psicología, influyeron en los primeros estudios sobre el rol y la influencia de los medios. De esta manera, aparecerán a principios del siglo XX las primeras teorías de comunicación marcadas por la incursión de nuevos medios masivos, como el cine y la radio.

El estudio de la comunicación masiva se inicia con la propuesta de la teoría del

impacto directo o aguja hipodérmica, basada en el modelo de estímulo-respuesta para explicar el impacto de los mensajes de los medios en el receptor.

La teoría estructural funcionalista desarrollada por Lasswell continúa en esta línea; los medios tenían como principio lograr la persuasión; el estudio del proceso de comunicación masiva estaría enmarcado por las siguientes preguntas: quién, dice qué, a través de qué medio, a quién y con qué efecto; preguntas que se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que emitían.

El modelo de comunicación masiva de Lasswell, elaborado a partir de la teoría matemática de la información, demarcó las principales parcelas de investigación: estudios de emisor, mensaje, medio, receptor y efectos.

A partir de 1930, las investigaciones de Paul Lazarsfeld, Katz, Merton y Berelson postulan los efectos limitados de los medios, basados en la teoría de las influencias sociales y la teoría de las diferencias individuales; concibiendo ambas variables como una suerte de barrera social y psicológica que intervienen en la recepción de los mensajes. En aquel momento, se planteaba la teoría de los dos pasos y de la exposición y percepción selectiva para explicar que el poder de influencia de los medios no era total.

Por otro lado, llegarán aportes nuevos procedentes de Europa que contribuirán al estudio de la opinión pública desde la teoría de comportamiento de las multitudes: Le Bon, Tarde, Freud, Tchakotine. Para comprender el papel de los medios en nuestra sociedad es necesario acercarnos al estudio de la masa como fenómeno psicológico colectivo. La masa es vista como multitud que comparte un alma irracional.

En tanto, en sociología política se ocupan de investigar el comportamiento electoral y la determinación del voto en relación con el papel de la radio y la televisión. Se suma a estos aportes desde la comunicación social, el enfoque específico en los

estudios de recepción de las audiencias y los efectos. De este modo, surge la teoría de los usos y gratificaciones, de influencia funcionalista, que enfoca el uso que el público les da a los medios.

En el recorrido de este camino, desde los efectos directos hasta los efectos limitados, basados en efectos de los medios de comunicación a corto plazo, surge como respuesta, a fines de los sesenta, los llamados estudios de efectos cognitivos o de largo plazo. En esta vertiente sobresalen la teoría de la agenda *setting* o fijación de la agenda y la teoría del Espiral del Silencio de Elisabeth Noelle-Neumann, junto con replanteamientos de la teoría de usos y gratificaciones. Se nos dirá que, si bien los medios no dicen a la gente qué pensar, la información de estos fija en el público los temas sobre qué a de pensar.

Todas estas teorías influyeron, y algunas de manera renovada, aún influyen en los estudios de comunicación social en América Latina, centrados en el rol de los medios y sus efectos.

Esta investigación no puede prescindir de los postulados que no han sido totalmente descartados, aportes de estas corrientes como el rol de los medios de comunicación; los usos y gratificaciones de los receptores en el consumo de los medios; los efectos cognitivos o indirectos que tienen los medios en la percepción de nuestro entorno, a través de los mensajes que sobre la realidad establecen; la relación medios masivos, multitudes, ideología y poder que se toman en cuenta en el análisis del trabajo de campo. Cuando se estudia la formación de la opinión pública, en cierto modo son revisados estos aspectos.

Por tal motivo, se hace necesario ahondar algunos aportes establecidos en los estudios de comunicación social, que nos ayudarán en la comprensión de nuestro objeto de estudio. A continuación, se expone los principales enfoques utilizados:

2.1.1. Enfoque de usos y gratificaciones

El paso a este enfoque significó un esfuerzo de la investigación de reconocer la interrelación entre producción, distribución y consumo de los medios en relación con la complejidad social en la que se presentan. Los estudios comienzan a centrar su atención en la conexión existente entre medios y sus contenidos con las expectativas de los consumidores. Moragas (1985) menciona el estudio de los años setenta de Katz, Blumer y Gurevitch, cuya propuesta será que los medios de comunicación pueden y deben ser estudiados como instituciones culturales. Estudios que, según Moragas, están comprendidas en dos áreas:

- a. Los orígenes sociales y psicológicos de las necesidades que pueden cubrir los procesos de comunicación, y
- b. Expectativas generadas por los mass media.

Katz, Blumer y Gurevitch señalan *“La combinación producida por las disposiciones psicológicas, los factores psicológicos y las condiciones del entorno es lo que determina los usos específicos de los medios por los miembros de la audiencia”* (Moragas, 1985: 105).

Rubin establece la relación entre uso y gratificaciones y los efectos, afirma que *“para explicar los efectos mediáticos debemos entender de antemano la motivación y el comportamiento de la audiencia”* (Rubín 1996: 556). Según el autor en la actualidad esta perspectiva se basa en cinco premisas:

- a) La *“conducta comunicativa”*, que incluye la selección y utilización de los media. Está dirigida hacia un objetivo, tiene una intención y una motivación. En general, el público participa en la comunicación de forma relativamente activa cuando elige un medio o contenido. El comportamiento es funcional y tiene consecuencias tanto para la gente como para la sociedad.

- b) El público toma la iniciativa de seleccionar y utilizar los vehículos de comunicación a fin de satisfacer sus necesidades o deseos. En lugar de dejarse utilizar por los media, es el público quien efectúa su propia selección y uso para gratificar sus necesidades o voluntades.
- c) Un conjunto de factores sociales y psicológicos actúan de mediadores en la conducta de comunicación de la audiencia. Las predisposiciones, la interacción y el entorno moldean las expectativas que se tiene de los media. El comportamiento responde a los mensajes o a los media por medio de un filtro de circunstancias personales, sociales o psicológicas, como pueden ser el potencial de interacción interpersonal, las categorías sociales y la personalidad.
- d) Los medias compiten con otras formas de comunicación para seleccionar, atender y utilizar de modo gratificante las necesidades y deseos del público. Existe claramente una relación entre el proceso de comunicación masivo y el interpersonal. El grado de satisfacción aportado por los media para satisfacer dichos motivos o deseos varía en cada individuo y según sean sus circunstancias sociales y psicológicas.
- e) Los seres humanos ejercen normalmente una mayor influencia sobre la relación mencionada que los media propiamente dichos, aunque no siempre es así. La iniciativa personal ejerce una mediación tanto en los patrones como en las consecuencias del uso mediático. Por medio de este proceso, los medios pueden afectar tanto a las características individuales como a las estructuras sociales, políticas culturales o económicas de la sociedad.

En el presente estudio, el enfoque de usos y gratificaciones, se tiene en cuenta al analizar las satisfacciones de los jóvenes universitarios con la información política que reciben de los medios de comunicación. En ese sentido, el interés de esta investigación, se concentra en la preferencia de medios de información, preferencia de tipo de

información y las compensaciones que logran los jóvenes universitarios en el consumo de los medios de comunicación, todos ello, con relación a la recepción de la información política.

2.1.2. Enfoque de la escuela crítica

En este trabajo, también se considera algunos aportes del enfoque crítico. En particular, porque este enfoque relaciona el papel de los medios con el Estado, la ideología y dominación del poder. Al hablar del rol de los medios en el sistema político, no podemos dejar de mencionar el papel de los medios como aparato ideológico del Estado, señalado por Althusser, como encargados del mantenimiento del *status quo* del sistema. Asimismo, es el sistema y sus fines, los que marcan su funcionamiento como '*industria cultural*'. Por estas razones, se da revista a sus planteamientos fundamentales.

Frente a los estudios que separaban los enfoques a nivel macro y micro de análisis social del fenómeno de la comunicación y cultural de masas; la Escuela de Frankfurt si bien representó el desarrollo de pensamientos heterogéneos de autores como Max Horkheimer, Erich Fromm, Theodoro Adorno, Herbert Marcuse y Jürgen Habermas, miembros del Instituto para la Investigación Social (creado en 1923); unía a sus estudios, la finalidad de evolucionar un pensamiento crítico y reflexivo de inspiración marxista de comprensión total de la sociedad. Una de las ideas centrales es la orientación hacia la interdisciplinariedad. Esta interdisciplinariedad se concretará en tres disciplinas fundamentales:

Sociología: desarrollada desde presupuestos marxistas, deberá buscar líneas de investigación que no solo describan el todo social, sino el impulso de su transformación al sacar a la luz lo que los instrumentos ideológicos pretenden esconder.

Psicoanálisis: como comprensión adecuada del individuo. El psicoanálisis que

denunciaba la función represiva de la sociedad sobre los impulsos del individuo. La postura crítica permitía la complementación teórica entre el psicoanálisis y el marxismo.

Economía: lugar idóneo para estudiar las relaciones establecidas entre individuo y sociedad (Bousines, 2004).

Según Moragas (1985: 72), la Escuela de Frankfurt estudia cómo la estructura económica domina los más distintos niveles de la estructura cultural y penetra en los dominios psíquicos que determinan la estructura de los valores, los deseos, las normas y las representaciones del placer, basada en la concepción marxista de *'totalidad social'*.

Así, Althusser remarca que para Marx la estructura de toda sociedad está constituida por niveles o instancias articuladas por una determinación específica: la infraestructura o base económica (unidad de fuerzas productivas y relaciones de producción), y la supraestructura, que comprende dos niveles o instancias: la jurídica-política y la ideológica (Althusser, 1970: 16).

Una de las obras más representativa de la Escuela Crítica fue la escrita por Adorno y Horkheimer: *Dialéctica de la Ilustración (1947)*, cuya idea central se basa en que: la Ilustración esconde dentro de sí, los momentos de explotación y horror, que se han ido desplegando a lo largo de la historia.

La Dialéctica de la Ilustración es una crítica demoledora de la razón occidental. Ambos autores desarrollan el concepto de *'razón instrumental'*, que habla de la corrupción de los ideales de la Ilustración bajo los actuales sistemas de dominio: *la 'cultura industrial'*, que transforma obras de arte en objetos al servicio de la comodidad; y la *'personalidad autoritaria'* de los conformistas, que prefieren obedecer órdenes antes que afrontar y superar las dificultades cotidianas.

Uno de los conceptos más relevantes para el entendimiento del rol de los medios de comunicación en la sociedad moderna es el de *industria cultural*. El concepto de *industria cultural* es empleado por Horkheimer y Adorno por primera vez en la *Dialéctica de la Ilustración*. Los libros, revistas, diarios, el cine, la radio y la música se masifican convirtiéndose en mercancías de un sistema de producción industrial. Los medios de comunicación son reflejo de la estructura de producción económica de la sociedad.

Cada medio de comunicación aparece estructurado, armonizado, en sí mismo, y todos entre sí (...). La estratificación de los productos culturales según su calidad estética o su uso es perfectamente funcional a la lógica de todo el sistema productivo. El hecho de ofrecer al público una supuesta jerarquía de mercancías de calidades en serie sólo sirve para el incremento de la obtención y cuantificación de sus utilidades. Bajo las diferencias, subsiste una identidad de fondo, apenas enmascarada: la del dominio que la industria cultural persigue sobre los individuos (Villagómez, 2001: 90).

La reflexión sobre los medios masivos de la Escuela de Frankfurt armoniza con el texto *Ideología y aparatos ideológicos de Estado* de Louis Althusser (1970). Althusser al analizar el orden social capitalista, desde el modo de producción, afirma que la condición final de la producción es la reproducción de las condiciones de producción. *‘Para existir toda formación social, al mismo tiempo que se produce y para producir, debe reproducir las condiciones de producción’*. Estas condiciones de producción son:

- a. Las fuerzas productivas: es decir la fuerza de trabajo que el capitalismo mantiene mediante el salario. El salario permite tanto el sostenimiento físico del trabajador y la calificación de la mano de obra. La reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo se da por medio del sistema educativo capitalista y otras instancias e instituciones.
- b. Las relaciones de producción existentes: el proceso de producción emplea las fuerzas productivas existentes en y bajo relaciones de producción definidas, que son

“*relaciones de explotación*”. Relaciones que se aseguran en gran parte por el ejercicio del poder de Estado en los aparatos (represivos) de Estado y por los aparatos ideológicos de Estado.

En relación con el mantenimiento de este orden socioeconómico, analiza el papel del Estado. Althusser comprende que el Estado sólo tiene sentido en función del poder de Estado¹. Realiza una separación entre el poder de Estado y aparato de Estado. El aparato de Estado es la fuerza de ejecución y de intervención represiva al servicio de las clases dominantes. *‘Toda lucha política de clases gira alrededor del Estado en la posesión del poder de Estado y la utilización del aparato de Estado’*. El autor desarrolla la idea que Gramsci tenía acerca de que el Estado no se reduce al aparato represivo, sino que comprende *“cierto número de instituciones de la sociedad civil”*. En el mismo sentido, en este texto, Althusser distingue entre aparato (represivo) de Estado (gobierno, administración, el ejército, la política, etc.) y aparato ideológico de Estado (AIE). Los AIE son cierto número de realidades que se presentan bajo formas de instituciones distintas. El autor identifica los siguientes aparatos ideológicos:

- AIE religioso: el sistema de la distintas Iglesias;
- AIE escolar: el sistema educativo formal e informal, privado y estatal;
- AIE familiar (cumple también otras funciones: reproduce la fuerza de trabajo, unidad de producción y unidad de consumo);
- AIE jurídico (el derecho pertenece a la vez al aparato represivo y al sistema de los aparatos ideológicos de Estado);
- AIE político (el sistema político del cual forman parte los distintos partidos);
- AIE sindical, instituciones de agremiación de los trabajadores para defensa de sus

¹ Será necesario tener presente esta comprensión del Estado y el orden capitalista entendido por la corriente marxista frente al desarrollo de las concepciones dominantes sobre el sistema político democrático que se expone en el siguiente capítulo. Ya que aquí se analiza el trabajo de Althusser por la relación que existe de la función de los medios masivos como Aparato Ideológico de Estado.

intereses económicos y laborales;

- AIE de información y entretenimiento (prensa, radio, televisión, cine, etc.);
- AIE cultural (literatura, artes, deportes, etc.).

Althusser explica que, mientras solo existe un aparato (represivo) de Estado, existen una pluralidad de aparatos ideológicos de Estado. Asimismo, mientras que el aparato de Estado (unificado) pertenece al dominio público, la mayor parte de los aparatos ideológicos de Estado (en su aparente dispersión) provienen en cambio del dominio privado. En el análisis de esta situación, Althusser señala que *“el Estado, que es el Estado de la clase dominante, no es público ni privado. Poco importa si las instituciones que los materializan son públicas o privadas, lo que importa es su funcionamiento”*.

La diferencia fundamental entre los AIE y el aparato (represivo) de Estado es que *“el aparato represivo funciona mediante la violencia, en tanto que los AEI funcionan mediante la ideología”*. La ideología² es la que encamina hacia la comprensión de lo que constituye la unidad del cuerpo, aparentemente dispar de los AIE.

Según el autor, *“si los AEI funcionan masivamente con la ideología como forma predominante, lo que unifica su diversidad es ese mismo funcionamiento, en la medida en que la ideología con la que funcionan, en realidad está siempre unificada, a pesar de su diversidad y sus contradicciones bajo la ideología dominante, que es la de la clase dominante”*.

La explicación que da Althusser del papel que cumplen los medios, es que al

² Dado, el papel importante que cumple la ideología, Althusser no deja de desarrollar su definición. Plantea dos tesis: 1) La ideología es una representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia. 2) La ideología tiene una existencia material: Todo sujeto debe traducir en los actos de su práctica material sus propias ideas de sujeto libre. Esos actos insertos en prácticas que están reguladas por rituales en los cuales se inscriben, en el seno de la existencia material de un aparato ideológico.

informar no dejan de sintonizar con el orden establecido del sistema capitalista, ya que es la clase dominante quien ejerce su hegemonía sobre la industria cultural. Los medios son transmisores de ideología, a decir del autor ‘atiborrando a todos los ciudadanos mediante la prensa, la radio, la televisión con dosis diarias de nacionalismo, chauvinismo, liberalismo, moralismo, etcétera’.

Sin embargo, el primer enfoque de la escuela crítica, se centró en el dominio de los medios de comunicación, también conocida como teoría de la hegemonía. En este trabajo, nos interesa el rol de los medios como difusores de mensajes ideológicos. Por tal motivo, se considera el avance del enfoque crítico, orientado a la reflexión de la polisemia de los mensajes.

La orientación del enfoque crítico a la polisemia del mensaje o multiplicidad de significados se inserta dentro de los estudios culturales. Lozano, considera que una de las razones de la polisemia de mensaje, se debe a la necesidad de captar a una audiencia amplia y diversa, tanto en lo cultural, como en lo ideológico (Lozano, 1996:172).

Desde este punto de vista, se encuentra que los medios de comunicación masiva transmiten mensajes contrapuestos y críticos al sistema dominante. Sin embargo, desde la perspectiva culturalista, ha considerado también, las limitaciones de la polisemia del mensaje, en el sentido que, los mensajes no contienen significados realmente plurales. Por ello, “los contenidos dominantes o hegemónicos tienden a destacar sobre los demás, y los mensajes sugieren que los primeros sean los que prevalezcan en la interpretación de las audiencias” (Lozano, 1996: 174).

En el análisis del trabajo de campo de este estudio, se toma en cuenta, la relación de la audiencia juvenil universitaria con los mensajes ideológicos de los medios, respecto con el sistema democrático y los partidos políticos.

2.1.3. Enfoque de las mediaciones

En el mismo sentido, es importante tener presente que la preocupación por el rol y consumo de los medios en la región pasó a ser investigado desde la perspectiva sociológica y antropológica de las mediaciones.

El estudio de las mediaciones es producto de las características culturales que nuestro entorno regional nos impone. En América Latina, se pasó a identificar las mediaciones como necesarias para la comprensión de las articulaciones entre el desarrollo de los medios de comunicación, la modernización tecnológica, los modos de consumo, movimientos sociales, las influencias de la familia, las necesidades sociales de comunicación, el poder, entre otros aspectos de nuestra realidad, a los que se ha referido Martín Barbero.

Se abre paso estos últimos años en América Latina: investigar los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas. Cargada tanto por los procesos de transnacionalización como por la emergencia de sujetos sociales e identidades culturales nuevas, la comunicación se está convirtiendo en un espacio estratégico desde el que pensar los bloques y las contradicciones que dinamizan estas sociedades-encrucijada, a medio camino entre un subdesarrollo acelerado y una modernización compulsiva. De ahí que el eje del debate se desplace de los medios a las mediaciones, esto es, a las articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales, a las diferentes temporalidades y la pluralidad de matrices culturales (...) Se abre así el debate a un horizonte de problemas nuevos en el que lo redefinido es tanto el sentido de la cultura como el de la política, y en el que la problemática de la comunicación entra no solamente a título temático y cuantitativo –los enormes intereses económicos que mueven las empresas de comunicación-, sino cualitativo: en la redefinición de la cultura es clave la comprensión de su naturaleza comunicativa. Esto es, su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de informaciones y por lo tanto, en el que el receptor no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor sino un productor también (Martín Barbero, 1987: 203, 228).

Dentro de esta perspectiva, se presenta el modelo de multimediasiones propuesto por Guillermo Orozco. Este autor, considera la intervención de cinco tipos de mediaciones (cognoscitivas, cultural, situacional, institucional y videotecnológicas), que intervienen en la recepción de los medios (Lozano, 1996:209). “Para Orozco la

apropiación de los mensajes se da antes, durante y después de la exposición a ellos, debido al complejo funcionamiento de esas mediaciones en cada individuo” (Lozano, 1996: 210). Es decir, que el receptor, no se enfrenta a los medios con la mente en blanco, sino que, posee un cúmulo de actitudes, ideas, valores, de carácter psicológicos, sociales y culturales.

Desde este enfoque, la investigación se acercó a la comprensión de mediaciones, como la familia y el nivel educativo, en el consumo de los medios que realizan los jóvenes universitarios.

En este trabajo, se verá el rol de los medios en la formación de la imagen pública de los partidos políticos en los jóvenes universitarios, a través del estudio del consumo y demandas de los jóvenes en relación con sus intereses individuales y sociales propios de su personalidad y cultura; es decir, se observará el rol activo de los jóvenes en el consumo de información y producción de sus significaciones; así como, la interacción social en la construcción simbólica del entorno político.

2.2. Comunicación política

Este trabajo establece su conexión con las actividades dentro del campo de estudio definido como comunicación política, el interés por la relación actual de las actividades políticas, los medios de comunicación y la ciudadanía.

El enfoque que aquí se presenta parte de la asunción de que el público observa e interpreta las acciones de los medios y de los políticos, actividades que son objeto de estudio de la comunicación política.

El receptor no solo cumple un papel de mero observador, sino que a partir de la mediatización de la política, éste construye sus imágenes simbólicas tanto de los medios como de los actores políticos y de la actividad política en general; imágenes mediadoras

en las decisiones y actuaciones del receptor.

Para entender mejor la relación entre medios y política daremos vista a lo que se está discutiendo en este campo. En principio, mencionar aquello que los estudios en comunicación política han establecido en cuanto a que *“la política es inseparable de la comunicación”* como lo señala Wolton. Si hablamos del régimen democrático, añade, *“la historia de la democracia puede ser vista como la historia de las relaciones de ambas. Los medios de comunicación son agentes esenciales de socialización política”* (Gauthier *et al.* , 1998: 110).

Dominique Wolton establece que *“En última instancia, toda política llega a ser comunicación política en el sentido en que la política es constantemente objeto de debates y de comunicaciones”* (Gauthier *et al.*, 1998: 110). Aunque deja claro que debe distinguirse entre la comunicación política y todos los demás fenómenos comunicacionales que hoy rodean a la política.

Este autor define la comunicación política como el espacio en que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que legítimamente se expresan en público sobre la política: los políticos, los periodistas y la opinión pública a través de los sondeos. Su definición contiene el enfrentamiento entre los discursos en un espacio público, que son los medios, representados por los periodistas como mediadores del debate político. Los discursos son elaborados en razón de los asuntos públicos.

El concepto de comunicación política es un *‘fenómeno identificable’*, para Bélanger, *“la comunicación política sirve para identificar la transmisión de signos o símbolos tendientes a que el receptor realice o se abstenga de hacer una acción real o virtual”* (Gauthier *et al.*, 1998, 133). El autor destaca, de esta manera, la intencionalidad del mensaje; *“la comunicación política es una relación social que*

puede asimilarse a la influencia, pero a una influencia que sea en primer lugar, querida y luego, vuelta siempre a la acción. O también hacia la falta de acción, es decir omisión. Se trata siempre de una intervención intencional en la eventual conducta del receptor” (Gauthier et al., 1998: 133).

En un sentido estricto, para Vicent Lemieux, comunicación política consiste en la circulación de mensajes entre los actores políticos, que de algún modo está dentro de los procesos de regulación (Gauthier et al., 1998: 96). Regulación de los asuntos públicos y control entre los actores es aquello que resalta en esta actividad.

Todo esto nos remite a reafirmar aquella idea de que los medios son las nuevas plazas de la política, donde resulta obligado analizar las características esenciales con que el espacio mediático enmarca a la acción política, dentro de las prácticas democráticas que exige el debate de los asuntos públicos.

Se ha observado que en la sociedad actual, al entrar la política en la lógica de los medios y los medios en la lógica de la política, se producen intercambios que transforman las actividades en las cuales se manifiestan sus relaciones. Veamos algunas de las consecuencias que ha traído esta relación.

a. La información mediática, legitimidad y simplificación del discurso político

La consecuencia de la mediatización de la política para Wolton, trae por un lado, como ventaja, la circulación de los temas e ideas que se encuentran en el seno del espacio público; sin embargo, la desventaja se presenta en que se desvaloriza en demasía los temas e ideas que no se encuentran en él.

Se advierte en este aspecto que los medios se vuelven el único patrón de legitimidad de los temas públicos. Lo que es legítimo se mediatiza, en tanto que lo que no es mediatizado, no solo no se conoce, sino que en definitiva, no es legítimo. Según

Wolton, *“Es el nexo ‘conocido-legítimo’ lo que se ha vuelto demasiado fuerte en la comunicación política”* (Gauthier *et al.*, 1998: 119). Una tarea importante ante la cual la acción de los medios muchas veces evita asumir responsabilidad y esfuerzos en mejorar la cobertura y el tratamiento informativo de temas relevantes (tanto en la forma como en el fondo de los contenidos).

En el caso de los actores políticos, la legitimidad es dominada por una lógica de representatividad. En los medios de comunicación se expresa quien tiene legitimidad, aquel que es representativo. El efecto perverso al que puede llevar esta lógica, es que en lugar de acercar los intereses, la representatividad contribuye, en cambio, a separar la comunicación política de la realidad social y cultural, al no poder expresarla como tal.

Además la comunicación política termina siendo excluyente, quita la posibilidad de que nuevos actores, nuevas posturas adquieran representatividad y exista pluralidad en las ideas que se difunden.

Sin embargo, los medios también contienen una posibilidad de democratización de la participación en los temas; en la tribuna de los canales de televisión, programas de radio y secciones de los diarios, los asuntos públicos ya no son exclusividad de los políticos y de los periodistas. En estos espacios se encuentran además, actores representantes de la sociedad civil, expertos profesionales, intelectuales, analistas, representantes sindicales o de las organizaciones populares que, en menor o mayor medida, dan a conocer sus opiniones de los temas políticos.

Con respecto a la presencia del discurso político dentro de los medios, debe apuntarse que el discurso político ha de adecuarse a las propiedades del mensaje que exige el medio. En su momento, Umberto Eco, como Pierre Bourdieu, han advertido las dificultades que presenta la televisión a la difusión de mensajes con contenidos extensos y de temas con profundidad intelectual o ideológica. El medio es el mensaje, para volver

a recordar la tesis de McLuhan.

La simplificación del discurso político es requisito de la política democrática mediatizada. Los medios, en especial la televisión, deben facilitar que la política sea comprensible al ciudadano. Sin embargo, se está corriendo el riesgo de que los medios en la simplificación de la argumentación política lleguen al punto de reducirla a un juego de estereotipos³. El discurso político se empobrece en frases cortas, sin real contenido.

Otro peligro que corre el mensaje político en los medios, según advierte Wolton, es el riesgo de reducir la heterogeneidad de los discursos intercambiados en el seno de la comunicación política y empobrecerla y, por lo tanto, no hacerla desempeñar ya el papel esencial de puesta en escena de los discursos políticos del momento (Gauthier *et al.*, 1998:121).

Los discursos se vuelven unidimensionales y en la comunicación política que cumple la función de plataforma simbólica, hay menos relación directa entre el lugar cada vez mayor que ocupa la comunicación y la tolerancia, respecto con las ideas y los discursos más heterogéneos.

Un rasgo importante de la democracia, que se verá afectado por los medios, es la competencia entre las agrupaciones políticas. Por parte de los actores políticos se va orientar en obtener la mayor cobertura. Uno de los problemas presentes es que los medios tienden a concentrarse en los candidatos más fuertes, excluyendo de la competencia a actores menores. Las relaciones entre medios y políticos, por ende, favorece el liderazgo político, de quienes sepan presentar mejor su imagen en los

³ Sartori precisa como aspecto de la video política que “la televisión favorece –voluntaria o involuntariamente– la emotivación de la política, es decir una política dirigida y reducida a episodios emocionales (...) la cuestión es que, en general, la cultura de la imagen creada por la primicia de lo visible es portadora de mensajes ‘candentes’ que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentidos y en definitiva, nos apasionan” (Sartori, 1999: 115).

medios.

Para André-J. Bélanger la tendencia en la comunicación política apunta a una personalización cada vez mayor, *“los medios tienen la tendencia a atenerse a la estrategia de los candidatos, a su personalidad, cuando no a su vida privada. Esta estrategia mediática mina así la presencia de los partidos como actores significativos en la decisión electoral”* (Gauthier et al., 1998:148).

En este aspecto se podría afirmar que los medios fortalecen más la presencia del líder o caudillo, tal como antes sucedía en los mítines en las plazas públicas; a diferencia que, la institucionalidad del partido en los medios es un referente secundario de los candidatos.

b. La comunicación y la crisis de lo político

Eliseo Verón identifica la esfera política: como lugar de construcción de los colectivos identitarios asociados a la gestión de largo plazo; en tanto, la esfera de los medios como lugar de construcción de colectivos asociados, en el corto plazo, relacionados al imaginario de lo cotidiano y a los comportamientos de consumo, el autor resalta que esta situación se daba en Francia hasta fines de 1970. Aunque Verón, no culpa a la mediatización de lo político por la crisis de legitimidad de lo político, indica que estos dos procesos van acompañados durante la década de 1980, cuando la televisión se consolida como el principal soporte mediático de la información.

Si bien la crisis de legitimidad es producto de varios componentes, el debilitamiento del sistema político (cuyo indicador más común es la volatilidad del electorado), a decir de Verón, se agudizó por el carácter social central de los medios:

Asistimos, por un lado, a la decadencia del campo donde se ejercía la gestión de los colectivos de largo plazo (el de lo político) y, por otro, al dominio creciente de otro campo (el de los medios) esencialmente orientado por la gestión de los colectivos de corto plazo: éste es, según mi opinión, el sentido profundo de la crisis de legitimidad de lo político de la que tanto se habla hoy (...) Esto significa que en la mediatización de lo político, es lo político lo que ha perdido terreno en relación con los

medios: tratando de lograr el dominio de los medios a toda costa, los políticos perdieron el dominio de su propia esfera (Gauthier *et al.*,1998: 230).

Con el ingreso de la televisión, no solo cambió el espectro mediático, por ejemplo, el diario como medio de información política disminuyó su tiraje, sino principalmente produjo el cambio del escenario de la política, que se desplazó a la pantalla chica.

Para Bélanger la televisión se instituyó como la mediación obligada de toda comunicación política que pretenda ser eficaz y de gran alcance. Y si vamos a considerar la condición de fragmentación de la sociedad, frente a los partidos políticos, los medios de comunicación masivos tienen cada vez más ventajas de satisfacer a un público fragmentado; en consecuencia, en esta perspectiva Bélanger añade,

Esta tendencia a que desaparezcan las antiguas solidaridades que animaban antes a los grupos y movimientos sociales se registra simultáneamente en los partidos políticos, tanto en sus organizaciones internas como en sus relaciones con los votantes. En no pocas sociedades se observa una pérdida de interés por los partidos políticos. Y en esa pérdida se comprueba en la menor participación de los miembros en las diversas instancias de la organización y en la escasa lealtad de los votantes respecto de un determinado partido. Parece seguro que la televisión contribuyó mucho a reducir la identificación de los votantes con un partido político dado. (Gauthier *et al.*,1998: 138).

Al revisar lo descrito por Bélanger, acerca de la pérdida de la aceptación de los partidos, se observa que se presentan dos nuevas características en la acción política: una mayor movilidad de los personajes políticos y una volatilidad de los programas. Tal parece que el mensaje político ya no responde tanto a una ideología, sino que el programa de gobierno trata de satisfacer a las demandas de los públicos de mayores proporciones.

Sin embargo, en el trasfondo, esta ausencia de propuestas sin ideología es aparente, ya que es evidente que la ideología dominante ha desplazado casi toda competencia. Toda propuesta gira dentro de un pensamiento único, la ideología

democrática liberal.

c. Los medios constructores de la realidad

Berger y Luckmann nos dicen que todo ser humano llega al seno de una sociedad, el individuo nace con una predisposición hacia la sociabilidad y luego llega a ser miembro. Es individuo al participar en ella. Mediante los procesos de socialización primaria internaliza el mundo que le es referido por quienes lo rodean (los otros significantes). Es decir, todo niño recibe una visión del mundo mediatizada por su entorno social.

El individuo construye la realidad de manera subjetiva a través de las filtraciones del mundo, que otros individuos le alcanzan. Todo ser humano nace dentro de una estructura social objetiva en el cual encuentra a los otros significantes que están encargados de su socialización y que le son impuestos. La persona es un significante subjetivo conferido por los otros. Las definiciones que los otros hacen de la situación del individuo le son presentados a este como realidad objetiva, a esto llaman mediatización. Nuestro mundo se construye intersubjetivamente. Más exacto, el mundo se construye en sociedad con ayuda del entorno físico y mental, co-constructivismo lo llama Edgar Morin.

Cuando analizamos el rol de los *mass media* observamos que ellos cumplen un papel socializador, al seleccionar la información para difundirla. Este proceso de producción y transmisión simbólica influye en la construcción subjetiva de la realidad social. Realidad que los individuos interiorizan creando referentes simbólicos de su entorno, necesarios para la vida social.

Dentro del debate sobre los efectos de los medios masivos, Elisabeth Noelle-Neumann sugiere que la tendencia es aquella que se orienta en el análisis, hacia la manera sutil e indirecta con la que los medios de comunicación de masas forman

nuestra percepción del entorno. Los medios juegan el rol de ser constructores de la realidad, la noticia en este aspecto se vuelve en una de las formas más elementales de conocimiento.

Se tiende, de manera general, a considerar a los mensajes de los *mass media* como constructores de la realidad social (Saperas, 1987: 46); Saperas cita en este asunto a Blumler, para quien la televisión actúa como el medio más eficaz para el desarrollo de esta influencia sobre la construcción del ambiente. En la televisión se determina una mayor concentración de noticias seleccionadas en función de atraer la atención del público, debido a que, no dispone de mucho espacio para las informaciones,

En la explicación que Saperas da de la producción de noticias, como construcción de la realidad, recurre a D. Altheide, quien llega a la conclusión que *“el proceso informativo contribuye a descontextualizar un acontecimiento, a apartar un acontecimiento del contexto en el que se ha producido, para poder recontextualizarlo en las formas informativas. En este proceso de descontextualización/recontextualización consistirá el fenómeno de construcción de la realidad social hacia la que se orienta la actividad profesional de los periodistas y que se manifiesta de forma genuina en los informativos de televisión o en la narración de la actividad periodística”* (Saperas, 1987: 151). El periodista se convierte en un determinado tipo de actor social, su papel social está fundamentado en su capacidad de transmitir una forma de conocimiento que se considera relevante para todos. Su función ha de cumplirse dentro de un aparato social como son los medios masivos.

Champagne resalta el poder simbólico considerable que poseen los medios. *“El poder de constituir los problemas, de decir las palabras que configuran las cosas, en suma, el poder imponer cierta visión del mundo”* (Gauthier et al.,1998: 238). Por lo tanto, la prensa no es mera espectadora, sino que hace la noticia, reconstruye los

sucesos, le da sentido. De esta forma, la comunicación política está sujeta a la recreación de las acciones que definen la realidad creada por los medios⁴.

Pero, como se ha mencionado, en el consumo de los medios, el receptor no es un ente pasivo, sino de acción; si damos una mirada al receptor, observaremos una conducta cognitiva en el empleo que hace de la comunicación política. Para Bélanger, se trata de una estrategia referente a la información suministrada por los grandes medios de difusión. Durante la campaña electoral se observa un elector independiente que ve la ocasión de informarse y tomar una decisión por sí mismo. Según Bélanger al elector se debe concebir como un individuo que dispone de la selección de sus fuentes y de la manera de formarse opinión; señala en esta actitud la determinación de un votante listo:

El argumento parte del hecho evidente de que uno no puede estar bien informado sobre todo y que, por consiguiente, acontece a menudo que uno se haga una idea de las cosas en función de la opinión que nos aportan otros mejor informados (...) Si el nivel de instrucción cuenta algo, éste no afecta tanto la profundización de los conocimientos políticos como tales, sino que más bien afecta su extensión; la educación en general rara vez desemboca en un saber acabado sobre el funcionamiento del gobierno y de su política, pero culmina ciertamente en una información sobre un número mayor de cuestiones, tanto en el orden nacional como internacional (Popkin1991) . En suma, según esta escuela (reasoning voter votante listo), el votante medio sabe sacar partido de la información difundida con motivo de las elecciones y no es objeto de manipulación como todavía quiere hacerse creer a menudo (Gauthier *et al.*,1998: 147).

Esta forma de dar uso a la información política se tendrá presente más adelante en el estudio, al analizar el consumo mediático de los jóvenes universitarios. Aunque, si concebimos la política como un proceso continuo al que la opinión pública está atenta, importa el comportamiento del ciudadano en su consumo y uso de la información de los medios más allá de los procesos electorales, donde la decisión de votar obliga a tomar atención al debate público.

⁴ En este punto es importante hablar de la desinformación. Para Sartori la verdadera desinformación no es informar poco (demasiado poco) sino informar mal, distorsionado. Añade con respecto a la desinformación televisiva, es involuntaria y, de algún modo, inevitable. La televisión es el medio principal de elaboración de nuestras imágenes públicas.

Por ello, es importante establecer el siguiente razonamiento: los medios al llamar la atención sobre unos asuntos, ignorando otros, influyen en las ideas mediante las cuales se juzgan la función pública de los actores políticos y sobre la política en general.

d. Presiones sobre los medios

Bajo aquella lógica que considera a la prensa el '*cuarto poder*' en las relaciones políticas, el juego de intercambio entre los medios y el poder político se presenta bajo una constante mutua de dominio y control. El control de los medios se halla fuertemente subordinado al control del poder económico, que afecta la línea de producción simbólica de la información. Se niega que exista una prensa que obedezca solo a consideraciones intelectuales. Champagne resalta dos tipos de disposiciones que en los regímenes democráticos guían la actividad de la prensa: las normas de protección de libertad de prensa contra el dominio del poder político y reglas de ayuda económica a la prensa como reconocimiento a su utilidad para la democracia.

El control de la prensa por el poder económico, dentro del sistema democrático, es más que evidente al estudiar la cobertura y la línea informativa de los medios, en temas de conflicto de intereses de las empresas de comunicación y sus inversiones en otros campos.

Pero, además, dada esta característica, el poder político trata de ejercer su dominio sobre la prensa de manera indirecta por intermedio del poder económico. Cuando se habla de la prensa no podemos olvidar que estamos hablando de una parte de la industria cultural que son los medios, el despliegue de los productos de esta industria simbólica demanda el respaldo de grandes inversiones económicas para que el diario, la radio y la televisión lleguen a cada receptor; es allí donde la publicidad y los intereses de los anunciantes entran a jugar un rol importante, dentro de las presiones que la

prensa va tener que responder.

Cuando se traten las presiones sobre los medios de comunicación durante el régimen fujimorista, advertiremos como la publicidad estatal y las presiones tributarias sirvieron para el control de la prensa en el Perú.

Otro punto relacionado, son las relaciones entre la prensa y los partidos políticos para la cobertura de la información política. Los partidos en los sistemas democráticos procuran obtener el mayor apoyo de los votantes, mientras que los medios también compiten por captar la atención del público⁵.

La actividad informativa de los medios es observada por el público en sus diversas variantes. El control de los medios de la información política les permite, según Vincent Limieux (Gauthier *et al.*, 1998: 102), controlar los mandatos de los partidos, en la medida en que, las organizaciones políticas no pueden prescindir de los medios para llegar a su público electoral y, por lo tanto, deben someterse a los mandatos de los medios. Pero a la vez, los partidos controlan los mandatos de los medios, que difícilmente pueden prescindir de los representantes de los partidos para transmitir ciertas informaciones políticas.

Tanto los medios como los políticos controlan información que incumbe al otro. Los medios manejan informaciones que los partidos obtienen sobre la política y los partidos controlan algunas informaciones que los medios difunden; se forma un binomio prensa y políticos interdependientes.

Pero, ¿por qué los partidos son tan cuidadosos con la información de los medios y tratan de buscar su control?, Vincent Lemieux nos responde que el sumo cuidado de

⁵ Popper ha advertido sobre el poder de la televisión en el sistema democrático. “La democracia consiste en poner bajo control el poder político. Esto es una característica esencial. No deberíamos tener ningún poder político incontrolado en una democracia. Ahora bien, ha sucedido que la televisión se he convertido en un poder político colosal, potencialmente, se podría decir, el más importante de todos (...) Se ha vuelto un poder demasiado grande para la democracia. Una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión, o más precisamente, no puede existir por largo tiempo en tanto el poder de la televisión se haya descubierto plenamente” (Popper, 2000: 54-55).

los partidos con la información política producida por los medios, no es sólo a causa de las referencias de la información, sino sobre todo las relaciones de identificación, de diferenciación o de indiferencia respecto de los políticos, estas relaciones son creadas o reforzadas por esas transmisiones.

Lemieux cita a Simmel, este autor veía en la identificación, la diferenciación y la indiferencia el fundamento de la vida social. Este tipo de relaciones tienen una fundamental importancia en política, pues los votantes evalúan más fácilmente a las personas que sus programas o sus realizaciones. *“Los políticos lo saben muy bien y por eso cuidan mucho sus propios recursos relacionales (lo que a menudo se llama su imagen) y los controles que los medios puedan ejercer sobre esos recursos”* (Gauthier *et al.*, 1998:147).

e. La pérdida de credibilidad de los periodistas

Un hecho evidente en los últimos años ha sido la reducción de las audiencias de los programas periodísticos enfocados en la política. Un desapego del público que, según Jean Mouchon (Gauthier *et al.*, 1998: 216), se advierte sobre todo en los televidentes más jóvenes, interpretado como incompreensión y desinterés por las representaciones, juzgadas a menudo, como demasiado formales y desconectadas de la realidad vivida cotidianamente. En el mismo lapso, el papel del periodista decayó; sin darse cuenta, al ser prisionero de la lógica comercial de la televisión, la cual contribuye a trivializar el terreno de lo político. En la televisión es más evidente que la actividad profesional del periodista no media para establecer un contacto entre la política con la realidad social, sino que suma la política a la lógica del espectáculo e inmediatez que caracteriza a la televisión⁶.

⁶ Julio Estremadoyro, docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos y director por varios años del noticiero *El Panamericano* de Panamericana Televisión, en su reciente publicación *Lecciones de periodismo televisivo*, define el noticiero como un espectáculo televisivo. “Un noticiero no solo debe realizarse en función del valor periodístico de su contenido, sino

El punto extremo de la relación periodistas y políticos en la comunicación política, para Wolton (Gauthier *et al.*, 1998: 124), es que en un acercamiento demasiado estrecho, ambos llegan a ser rechazados por el público. El público exige la independencia del periodista, porque ésta le asegura una información plural.

En nuestro país hemos visto la pérdida de confianza en la prensa, a raíz de las relaciones mal habidas entre el gobierno y los medios de comunicación durante el régimen fujimorista. Algunos programas periodísticos y periodistas han perdido credibilidad por subyugarse al poder, en tanto otros, han ganado prestigio por mantener una línea independiente o de confrontación.

f. Efectos de la videopolítica

Se ha mencionado ya algunas implicancias del rol de la televisión en la actividad política. En este acápite se verá acerca de los resultados que trae el consumo televisivo. Sartori desarrolla la figura del video dependiente y los perjuicios del consumo audiovisual en su capacidad simbólica. *“El video-dependiente tiene menos sentido crítico adiestrado en la utilización de símbolos abstractos (...) Al perder la capacidad de abstracción perdemos también la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso”* (Sartori: 1999: 102).

En el caso de las elecciones, el autor establece que, por regla general, la televisión influye más cuanto menor son las fuerzas contrarias en juego, y especialmente cuanto más débil es el periódico, o cuanto más débil es la canalización partidista de la opinión pública. Es decir, la influencia de la televisión va a depender del sistema electoral y del nexo de los partidos con la opinión pública. En el caso de nuestro

que tiene necesidad de apelar a los recursos del ‘show o espectáculo televisivo’. En el caso del noticiero, esto consiste en aprovechar al máximo los elementos de su lenguaje periodístico: la imagen, el sonido y el movimiento. El noticiero enfrenta un reto permanente. Además de ser objetivo, veraz, imparcial, honesto y responsable, en acatamiento de principios periodísticos fundamentales, que le otorgan la credibilidad, debe ser interesante, capaz de captar la atención del televidente y mantenerla mientras dure el programa”. En la práctica profesional del periodista el lenguaje que el medio exige impone sus normas discursivas a la información de cualquier tipo. En la televisión peruana los noticieros han privilegiado el espectáculo, son shows que tratan de aparecer objetivos, veraces, responsables, etcétera.

país, ante la gran debilidad de las simpatías partidarias, la televisión tiene gran relevancia durante las elecciones.

Ya se ha dicho que por efecto de la televisión se personaliza las elecciones. En la pantalla vemos candidatos y no programas de partidos. Los políticos elaboran sus mensajes, adecuados al corto tiempo que les brinda el medio. La televisión propone personas que hablan poco, en lugar de discursos.

El candidato o video-líder, como lo llama Sartori, más que transmitir mensajes, es el mensaje. *“Es el mensaje mismo en el sentido de que si analizamos lo que dice, descubrimos que los medios de comunicación crean la necesidad de que haya fuertes personalidades con leguajes ambiguos (...) que permiten a cada grupo buscar en ello (...) lo que quiere encontrar”* (Sartori, 1999: 107). Esto termina afectando a los partidos, porque la televisión aparece como medio más eficaz para llegar al mayor número de ciudadanos y pedir su apoyo electoral. Entonces lo que para antes era necesaria la organización partidista hoy pierde peso, se puede ganar las elecciones sin contar con una buena organización partidaria, solo basta una buena campaña propagandística en los medios. Por eso es importante el control que exige el sistema.

Con respecto a la influencia de la televisión en la opinión pública frente al sistema político, Sartori denuncia que los medios en su comportamiento no hacen más que interpretar en la opinión pública el retorno de las opiniones que ellos han producido y difundido: *“Decía que a la democracia representativa le basta, para funcionar, que exista una opinión pública que sea verdaderamente del público. Pero cada vez es menos cierto, dado que la videocracia está fabricando una opinión solidamente heterodirigida que aparentemente refuerza, pero que en sustancia varía, la democracia como gobierno de opinión. Porque la televisión se exhibe como portavoz de una opinión pública que en realidad es el eco de regreso de la propia voz”* (Sartori 1999:

72). Por ende el poder de los medios está en el control de la información que difunden y en la interpretación de la respuesta de la opinión pública, lectura que realizan con referencia a los mensajes que los medios dominan.

2.3. Definición de opinión pública

Al hablar de opinión pública, como campo de investigación dentro de la comunicación política, tenemos que fijarnos en la interdisciplinariedad que su estudio ha producido. En él convergen tanto la ciencia política, la sociología, la psicología social y la comunicación social.

Sin embargo, un problema más engorroso surge al tratar de definirla, es más, algunos señalan que en realidad no existe opinión pública frente a otros que dicen que ella debe existir ya que tanto se la ha referido. Sandro Monzón llega a la conclusión de que *“el concepto de opinión pública es un concepto complejo y polisémico que puede llevar a tantas definiciones como marcos de referencia se utilicen”* (Monzón, 2000: 191-192).

Para fines del estudio trataremos de resumir las definiciones más importantes que permitan dar un marco afín a esta investigación. De los significados de opinión pública identificados por Monzón destacan:

- a) Manifestaciones directas de los públicos en forma de estados y corrientes de opinión.
- b) El concepto de opinión pública surge al amparo del desarrollo de los principios democráticos (elaborados y liberales) y desde el momento en que el régimen de opinión empieza a andar; políticos y teóricos de la ciencia política verán en el sufragio una de sus formas más claras y legales de expresión y, en el Parlamento, su representación formal. El desarrollo de la opinión pública irá unido al desarrollo de los principios democráticos y, en concreto, a la historia del sufragio y a la representación de las

distintas corrientes de opinión en el Parlamento.

c) Una forma indirecta y representativa de reconocer la opinión pública se encuentra en las declaraciones de aquellos dirigentes que lideran una ideología, un movimiento social, simplemente un grupo o una corriente de opinión.

d) La opinión pública puede encontrar en la prensa, la radio y la televisión, una de las formas más adecuadas para darse a conocer. Prensa y opinión pública –dirán– forman el cuarto poder. Este protagonismo de los medios hará que se conviertan en mediadores y mediatizadores de la opinión pública; por un lado, porque posibilitan su expresión, por otro, porque influyen y crean opinión (Monzón, 2000: 193-195).

Se ha de destacar también, la definición de Sartori en *Homo videns*, ya que tiene en cuenta la relación actual de la política con lo público y lo masivo, cuando se refiere al público como el agente central principal y a lo público como asunto común a la colectividad social. El autor reconoce una ubicación ganada por la opinión pública; que es el conjunto de opiniones que se encuentran en el público o en los públicos.

Sin embargo, para Sartori, la noción de opinión pública prima sobre todas las opiniones generalizadas del público, “*las cuales son del público en el sentido de que el público es realmente el sujeto principal*”. Además, señala que “*una opinión se denomina pública no solo porque es del público, sino también porque implica la res publica, la cosa pública, es decir argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos*” (Sartori, 1999: 69).

En tanto, al término opinión el autor afirma que es correcto llamarla así, por cuanto “*opinión es doxa, no episteme, no es saber y ciencia; es simplemente un parecer, opinión subjetiva para la cual no se requiere una prueba. Del mismo modo las opiniones son convicciones frágiles y variables, si se convierten en convicciones profundas y fuertemente enraizadas, entonces debemos llamarles creencias (y el*

problema cambia)". (Sartori, 1999: 70).

El esfuerzo en la precisión de los términos que componen la concepción de opinión pública, se justifica en que será la concepción de estas dos palabras lo que determine el sentido que se le ha dado a la comprensión de este fenómeno a nivel teórico.

Asimismo, no podemos olvidar que el público, en tanto de una configuración de grupo con características e intereses afines, es una configuración que crea y determina el investigador o analista de la opinión pública, al interesarse por conocer las opiniones que circulan en una parte de la población que le interesa. El investigador es quien agrupa los temas e intereses en el público.

El desenvolvimiento de la opinión pública está interrelacionado con el sistema político, como lo indica Monzón. En el caso del sistema democrático requiere de la opinión pública en la medida en que es un elemento importante en la supervivencia del sistema. La democracia garantiza los derechos y libertades de los ciudadanos, especialmente la libertad de opinión, por un lado. Y la opinión pública desarrolla una conciencia colectiva que participa, vigila y expresa sus puntos de vista sobre los temas de interés general, por otro (Tuesta, 1997: 43).

Al referirse a las principales conceptualizaciones contemporáneas de la opinión pública, Tuesta clasifica tres grandes tendencias provenientes del mundo alemán: la perspectiva político valorativa de Jürgen Habermas, la antropológico social de Elisabeth Noelle-Neumann y la sociopolítica funcionalista de Niklas Luhmann, que a continuación se sintetizan, ya que nos sirve para completar la estructura teórica de la investigación:

a. Jürgen Habermas. La perspectiva política valorativa: el diálogo democrático

Esta línea de reflexión proviene de la tradición del derecho, la filosofía y la ciencia política. Por ello, trata de vincular la existencia de un Estado democrático con la legitimación popular de la opinión pública. Distingue entre una opinión pública real o crítica, que permitirá hablar de un Estado democrático auténtico y una pseudo opinión pública o manipulada que no es más que la triste realidad cotidiana que muestran, a decir de Habermas, la mayoría de las democracias formales, en donde hay una carencia de mediaciones críticas en la comunicación política. Habermas reivindica la opinión pública como el resultado de un diálogo racional y plural (Tuesta, 1997).

Enmarcado en el modelo normativo, el estudio de este fenómeno se sitúa en la teoría crítica de la sociedad. Para Habermas la opinión pública no es sólo un problema científico, es un problema práctico moral. La comprensión de la opinión pública sólo puede ser posible a la luz de esta teoría. Los sondeos conducen a una posición acrítica que tiende a echar de lado el sentido general más amplio del fenómeno y sus dimensiones ético-políticas. Frente a esta opción, Habermas no asume simplemente el concepto ideal y mítico de opinión pública elaborado por el liberalismo.

Para comprender el término opinión pública del autor, señala Maricela Portillo, es necesario referirse a tres conceptos centrales en la teoría de la acción comunicativa de Habermas: la acción comunicativa, mundo de la vida y sistema. Para definir la acción comunicativa, Habermas trabaja sobre la especificación del término acción, proveniente de la tradición weberiana. Estableciendo la comprensión de la acción a través de dos: formas, como acción estratégica (orientada a la consecución de fines) y como acción comunicativa (orientada a la comprensión).

La teoría de la acción comunicativa postula una relación de complementariedad entre el concepto de acción comunicativa y el mundo de vida. Con base en los supuestos planteados por Durkheim en *La división del trabajo*, Habermas presenta esta diferenciación entre integración social e integración sistémica, lo cual da pie a establecer una

distinción entre racionalización del mundo de la vida y aumento de la complejidad de los sistemas sociales.

Es esta visión dual de la sociedad la que establece entonces dos niveles de acción susceptibles de ser analizados: mundo de la vida y sistema. El sistema es el campo propio de la acción estratégica y, por tanto, de las acciones orientadas al éxito. Cabe decir, por otro lado, que la acción comunicativa es propia del mundo de la vida. Es éste el espacio de las acciones orientadas al entendimiento. El espacio en el que los individuos reconocen intersubjetivamente, a través del lenguaje, las pretensiones de validez del otro. El lugar en el que los individuos confrontan no sólo *saberes* sino *quereres*. El ámbito en el que opera la opinión pública (Portillo, 2000:1).

b. Elisabeth Noelle-Neumann. La perspectiva antropológica: el mecanismo sicosocial

La opinión pública debe ser explicada como un hecho social, desprovisto de categorías normativas que la analizan a partir de lo que debería ser y no de lo que realmente es. El esfuerzo debería centrarse en describir y analizar a la opinión pública tal y como se presenta, sin pretender asociarla a ningún tipo de valoración, por más justa que ésta parezca o pretenda ser.

La opinión pública como conjunto de comportamientos que constituyen la expresión de las mentalidades y actitudes de las colectividades sobre temas de cualquier índole. Así, las opiniones están ligadas a tradiciones, valores, prejuicios o modas antes que posturas racionales ligadas a los aspectos político-institucionales. En su teoría del Espiral del Silencio señala que las personas están atentas a las opiniones de su entorno para construir la suya. En cierto modo, ésta se encuentra dependiente de aquella, basada en el profundo temor al aislamiento, es decir, sometidos a la presión social. Los que se encuentran en minoría, en relación a sus opiniones, las silenciarán antes de recibir el rechazo y la sanción social (Tuesta, 1997).

Maricela Portillo, reconoce que la definición de Noelle-Neumann se basa en las concepciones que de la opinión pública elaboran cuatro pensadores. De Locke y Madison asume esta relación entre ley de opinión y la amenaza que se cierne sobre el

individuo si disiente de su grupo de referencia. Por otra parte, de Hume toma la idea de opinión como elemento de distinción. Y finalmente, de Rousseau, recupera esta visión más compleja que parece definir y contrastar ella misma con su hipótesis, la opinión pública como elemento de cohesión social que, sin embargo aplasta –o silencia- al individuo.

c. Niklas Luhmann: La perspectiva sociopolítica funcionalista: el haz de luz

La opinión pública es la estructura temática de la comunicación pública, en la medida en que es ésta estructura de sentido común, la que permite una acción intersubjetiva en un sistema social. Esta posición, que está a mitad de camino entre las dos anteriores, considera que si bien la opinión pública es un aspecto particular de la interacción social, tiene presente las funciones políticas del fenómeno y traduce el consenso de un reconocimiento de unos temas de interés general. Es, en otras palabras, la tematización común que permite el diálogo político-social.

Ve a las sociedades contemporáneas cada vez más complejas, como consecuencia de la mayor especialización y diversificación funcional. Este proceso creciente podría hacer estallar el propio sistema, en la medida en que los individuos perciben cada vez menos dicha complejidad –menos aún la globalización–, tendiendo por lo tanto a regirse por criterios muy particulares y minifundistas.

Ante esta situación, el sistema demanda un mecanismo reductor que canalice las fuerzas centrífugas psicosociales, produciéndose de esta manera las observadas simplificaciones globalizantes. Es este papel funcional el que le consigna Luhmann a la opinión pública.

El medio y las formas de la opinión pública no son nada más que la mirada auto-referencial que los protagonistas de la opinión pública se dirigen a sí mismos y a sus actuaciones. Dicho ‘espejo social’ también podríamos compararlo con un ‘cañón de luz’

o un ‘haz de luz’ que focaliza y concentra la atención en un escenario. La mirada se concentra en un solo punto, así no sea éste relevante, permitiendo que todos compartan un tema en común (Tuesta, 1997).

2.3.1. Los sondeos

La situación actual por la que atraviesan los sondeos de opinión, radica en la puesta en duda de su representación de la opinión pública. Se les acusa de demoler la pluralidad de opiniones, constituir una forma reduccionista de ver a la opinión pública.

A pesar que la técnica del sondeo trata de cumplir los requerimientos de una investigación objetiva, se acusa a su aplicación de orientar las respuestas de los encuestados o de obligar al ciudadano a contestar sobre asuntos que realmente desconoce y no tiene una opinión. *“Para ser exactos, los sondeos de opinión consisten en respuestas que se dan a preguntas (formuladas por el entrevistador). Y esta definición aclara de inmediato dos cosas: que las respuestas dependen ampliamente del modo en que se formulan las preguntas (y por tanto, de quién las formula) y que frecuentemente, el que responde se siente forzado a dar una respuesta improvisada en aquel momento”* (Sartori, 1999: 73).

Wolton, al definir comunicación política, señala a los sondeos como representación de la opinión pública, sin embargo manifiesta el riesgo del sondeo: *“es el que se corre cuando los sondeos se alimentan de la opinión pública y dan la sensación de una representación posible de ésta. Lo que gana aquí en simplicidad se pierde en complejidad y verdad. Hoy la tendencia es la de que ya no hay otra representación de la opinión pública que no sea la de los sondeos”* (Gauthier et al., 1998:124).

Los sondeos tratan de medir la legitimidad de los gobernantes como representantes políticos de la voluntad popular, concebidos en términos de aprobación a

las gestiones. Pero habría que preguntarse también la legitimidad de los sondeos como medio de expresión de la opinión pública. Por ejemplo, desde que empezó el gobierno del presidente Toledo, los sondeos aparecen muy seguidos en cortos periodos, sin que se entienda la intención en ello, ni la presencia de tantas encuestadoras.

Los sondeos, más que un instrumento que revela la opinión pública, se convierten en una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo. Su influencia puede bloquear decisiones útiles e imprescindibles; o también, lleva a tomar decisiones equivocadas sostenidas por simples rumores, por opiniones débiles, deformadas, manipuladas e incluso desinformadas. En definitiva, por opiniones ciegas (Sartori, 1999: 79).

2.4. Imagen pública

El uso del término ‘imagen pública’ está muy extendido en lenguaje del análisis y las actividades de comunicación política. Utilizado mayormente para referirse a las percepciones u opiniones de un público sobre un actor político. Este uso se relaciona con el dominio de la lógica del marketing político en las campañas políticas electorales.

Los asesores de campaña se preocupan por la imagen del candidato-producto en el electorado-mercado. A través de estudios de mercados, determinan cómo los electores ven al personaje y su entorno; además, de tratar de determinar la imagen que más se ajusta a las expectativas del elector.

El interés por la imagen tiene sus orígenes en el marketing, vinculado en un inicio al producto y sus marcas. En esta teoría se plantea que el producto es tan bueno como el cliente piensa que lo es. La idea se extendería luego del producto a la marca y, como es lógico, a la institución. De allí que sea tan común hablar de ‘imagen institucional’.

Mirlandia Valdés analiza distintas definiciones de imagen corporativa, entre ellas, podemos destacar las nociones de Nicholas Ind, quien concibe imagen organizacional como *"la que tiene un determinado público sobre una organización a través de la acumulación de todos los mensajes que haya recibido"*. Norberto Chávez la expresa como *"el fenómeno de opinión pública consistente en la lectura social de los atributos y valores de la de la institución, resultante del tipo de comunicación entablada entre ambos. Es la lectura pública de una institución, la interpretación que la sociedad o cada uno de sus grupos, sectores o colectivos, tiene o constituye de modo intencional o espontáneo"*. Justo Villafañe plantea que *"la imagen de una empresa es el resultado interactivo que un amplio conjunto de comportamientos de aquella producen en la mente de sus públicos"*.

Valdés encuentra en estas definiciones dos características comunes, al tener una representación de carácter subjetiva y global a la vez. Para la autora la imagen pública tiene carácter subjetivo, o sea intangible, porque puede ser visto como un concepto receptor, emisor o como un producto de las comparaciones que hacen las personas entre las expectativas y las experiencias. Y por otro lado, un carácter global, ya que sintetiza la idea que existe sobre la organización, que será transmitida hacia los individuos, los que serán capaces de establecer valoraciones y juicios acerca de la misma (Valdés, 1997:1).

No es posible no comunicar o proyectar una imagen de la organización como entiende Joan Costa, *"el mensaje de identidad es emitido por el primer comunicante, por el hecho intrínseco de 'estar ahí' o de existir, y es recibido por el segundo comunicante por el hecho de coexistir uno y otro en un mismo tiempo y espacio"*.

En la percepción de la imagen se trata de distinguir lo que el receptor entiende; esto es: la *'función de subjetivación'*. Porque la apropiación de la identificación por el

receptor, lo induce a suponer que lo que identifica es idéntico a sí mismo, “*admitamos que identidad (según el receptor) es igual a verdad, y este condicionamiento encierra en sí una primera conclusión que conviene retener: para el público la imagen que él se hace de la empresa es su ‘verdadera’ identidad*” (Costa, 1993: 18-19).

Como se ha afirmado los medios son constructores de la realidad social, una realidad que se construye simbólicamente. Los medios son las principales fuentes de intermediación entre los actores políticos y el público. Por ello la imagen que el público se construye de los partidos políticos se encuentra mediatizada.

En este trabajo, el análisis de la imagen que los partidos políticos proyectan se hizo en función a las percepciones, conocimientos y actitudes de los jóvenes acerca de la organización partidaria, las acciones de sus representantes, la presencia mediática y la valoración de los sesgos positivos y negativos reflejados.

2.5. El papel de los medios en el Perú de fines del siglo XX

A la caída de la dictadura cívico-militar de Alberto Fujimori, las investigaciones en torno al nexo entre los medios de comunicación y la mafia del *‘fujimontesinismo’*, involucraron a los propietarios de los principales canales de televisión⁷ y estaciones de radio, los dueños de algunos diarios serios y a los empresarios de la llamada *‘prensa chicha’*.

El primer *‘vladivideo’* mostraba la corrupción de algunos congresistas *‘tránsfugas’* que vendieron sus votos para dar mayoría parlamentaria al tercer mandato de Fujimori. Los demás documentos audiovisuales que siguieron difundándose mostraron los verdaderos nexos de la red corrupta para controlar el poder político y

⁷ En el estudio *El consumo televisivo*, Magdalena García, docente de la Escuela de Comunicación Social - UNMSM, caracteriza a los informativos de televisión el hecho de haber dejado los temas político, privilegiando las “curiosidades” y el sensacionalismo.

militar. Copamiento que incluía los otros poderes del Estado, las Fuerzas Armadas, el Jurado Nacional de Elecciones, el Tribunal Constitucional, Poder Judicial y, en especial, los medios de comunicación.

El Servicio de Inteligencia Nacional, manejado por Vladimiro Montesinos, era el órgano principal desde el cual operaban Fujimori y su asesor, todos los planes para mantener el mandato presidencial. Por muchos años se hizo patente el juego de los medios en la desinformación, subinformación y distracción de la sociedad con respecto a la situación política del país.

Gracias al registro videográfico que se obtuvo a la caída del régimen autocrático de Fujimori, ahora se tiene las pruebas para establecer hasta dónde llegó el control de la información para el beneficio y conservación del poder en el Perú durante los años noventa.

En el cuadro N° 1 aparece al detalle el contenido de los *'vladivideos'* que involucran el control de los medios. Si observamos las fechas de reunión y los motivos, podremos concluir que el fin del gobierno era incluir a los medios dentro de la logística de su campaña electoral del año 2000, apuntó a neutralizar a la oposición al disminuir las opciones de aparecer en los medios; además, de atacarlos mediante las informaciones tendenciosas de la prensa manipulada por el asesor de Fujimori.

Los testimonios obtenidos en los juicios de los personajes involucrados en la red de corrupción de Fujimori-Montesinos, nos confirman hasta qué punto llegaron las campañas psicosociales de la denominada *'prensa popular'*, como señala el diario La República:

Otro de los secretarios de Montesinos, el capitán(r) Mario Ruiz Agüero, confirmó que Bresani coordinaba directamente las campañas del SIN que se publicaban en los diarios 'El Tío', 'La Yuca', 'La Chuchi', 'Diario Más', entre otros, además de los pasquines 'Repudio' y 'República', diseñados por la mafia para desacreditar al diario La República, a su fundador Gustavo Mohme Llona y a sus periodistas Ángel Páez y Edmundo Cruz, cuando se desempeñaban como jefe y redactor de la

Unidad de Investigación. Bresani y Montesinos eran los ‘tituleros’ de la prensa basura. También precisó que el dinero con que se financiaba a la prensa basura procedía de fondos desviados de la Marina, el Ejército y la Fuerza Aérea. ‘Todos los comandantes generales sabían para qué serviría el dinero’ (Anónimo, 2003: 10).

El 14 de abril 1998, un comunicado del Instituto de Prensa y Sociedad, publicado en su portal web⁸, señalaba: “*Prosigue hostilización a periodistas atribuible a servicios de inteligencia*”. En el contenido del documento se puede leer “*Diversas publicaciones sensacionalistas continúan publicando materiales difamatorios contra representantes de la prensa independiente, configurando una campaña que de estar -como se denuncia-, inspirada y financiada desde organismos del Estado, sería otro síntoma de la precaria situación de la libertad de prensa en el país*”. Además, este comunicado hace referencia a la expropiación de televisora Frecuencia Latina al accionista mayoritario, como agresiones a la prensa dentro del plan del gobierno.

En el caso de las radioemisoras de noticias, el gobierno de Fujimori ejerció presión sobre las principales, pues como se observa en el Cuadro N° 1, Montesinos se reunió con Manuel Delgado Parker, dueño de Radio Programas, la principal emisora de noticias a nivel nacional. También hay que recordar la hostilización de radio Miraflores y radio 1160 noticias, que fueron presionados por el Poder Judicial y la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT). CPN radio se convirtió, pues, en la principal alternativa de periodismo radial objetivo que pudo mantener su funcionamiento.

⁸ www.ipys.org.pe

Cuadro N° 1
Reuniones registradas en audio y video de Vladimiro Montesinos con propietarios de medios de comunicación⁹

Fecha de reunión	Fecha de difusión	Número de documento	Descripción	Detalle
12/10/1998	16/07/2001	Video 1197	Julio Vera y Daniel Borobio	Montesinos entrega 50 mil dólares al empresario televisivo Julio Vera; asimismo, se conversa sobre la cancelación de los programas de Cecilia Valenzuela y Luis Iberico.
14/10/1998	08/03/2001	Videos 1200-1201	José Francisco Crousillat	El empresario televisivo recibe de Montesinos la suma de 1 millón 857 mil nuevos soles para garantizar la línea informativa del canal, en favor del régimen fujimorista.
26/02/1999	09/03/2001	Videos 1349-1350	José Francisco Crousillat, José Crousillat López-Torres y animadora Gisella Valcárcel	Luego de terminada de la reunión, entre Gisella Valcárcel, Montesinos y José Francisco Crousillat, la animadora se retira e ingresa a la sala José Crousillat López-Torres. Montesinos da de 1 millón de soles a dichos empresarios.
26/02/1999	09/03/2001	Videos 1347-1348	José Francisco Crousillat y José Crousillat López-Torres	Continuación de la reunión anterior. Petición de apoyo a Montesinos de parte de los Crousillat, para resolver problemas financieros del canal.
07/04/1999	22/02/2001	Videos 1459-1460	Genaro Delgado Parker y Víctor Joy Way	Decisión del empresario de retirar de la programación al periodista César Hildebrandt. Ofrecimiento de Montesinos de solucionar problemas judiciales a Delgado Parker.
21/04/1999	13/03/2001	Videos 1487-1488	Genaro Delgado Parker	Solicitud del empresario a Montesinos para que intervenga en problemas judiciales que atañen al primero. Delgado Parker reafirma su servicio al régimen.
19/07/1999	07/07/2001	Videos 1607-1608	Crousillat, Wo, Bertini	Conversaciones entre Montesinos y Crousillat, sobre el financiamiento de América Televisión, y la participación de Bertini en el mismo, como directivo del Banco Wiese.
25/08/1999	24/05/2001	Videos 1677-1679	Manuel Delgado Parker y Ernesto Shutz	Reunión del ex-asesor con los accionistas mayoritarios de Panamericana Televisión y RPP, Ernesto Shutz Landazuri y Manuel Delgado Parker, respectivamente
14/09/1999	11/05/2001	Video 1736	Eduardo Calmell del Solar	Reunión entre Montesinos y el ex-director del diario Expreso, Eduardo Calmell del Solar. El ex-asesor le hace entrega de 500 mil dólares a Calmell del Solar para el afianzamiento patrimonial del mismo en dicho diario. Coordinan las acciones contra candidatos de la oposición.
05/10/1999	11/05/2001	Video 1753	Eduardo Calmell del Solar	El ex-asesor le hace entrega de otros 500 mil dólares; asimismo, siguen las coordinaciones en contra de los candidatos de oposición.
06/11/1999	04/07/2001	Video 1778	Vicente Silva Checa	En presencia de Eduardo Calmell del Solar y el General EP Luis Delgado Arenas, Montesinos entrega 2 millones de dólares a Silva Checa, ex-presidente de directorio de Cable Canal de Noticias, para la adquisición de acciones de dicho canal a nombre del Ministerio de Defensa.
11/11/1999	06/07/2001	Videos 1788-1789	Eugenio Bertini, Crousillat y Winter	Conversación en torno a la inyección de dinero a los canales 2 y 4, en presencia del ejecutivo del Banco Wiese, Eugenio Bertini.
26/11/1999	17/02/2001	Video 1795	Hermanos Samuel y Mendel Winter Zuzunaga, Boloña y altos mandos militares	Planificación de estrategias orientadas a la reelección de Alberto Fujimori, entre ellas, la campaña de desprestigio en contra de los otros candidatos.
15/03/2000	01/03/2001	Video 1822	José Francisco Crousillat y Alex Kouri	En presencia del empresario de América Televisión, Montesinos ofrece a Kouri la posible candidatura a la Presidencia, en eventuales elecciones del año 2005.
13/04/2000	12/05/2001	Audios 1475-1476	Eduardo Calmell del Solar	Reunión entre Montesinos y Calmell del Solar, en la que este último recibe un ofrecimiento económico de parte de Montesinos, para que ponga el diario Expreso al servicio de la campaña reeleccionista de Fujimori.
21/04/2000	12/05/2001	Audio 1492	Eduardo Calmell del Solar	Petición de Montesinos para que el diario Expreso apoye a la campaña reeleccionista de Fujimori, al mismo tiempo que le repite el ofrecimiento económico de la anterior reunión.

⁹ Fuente: diario *El Comercio*. Elaborado por Roberto Yogui Matsudo.

Los organismos del Estado fueron utilizados para presionar a la prensa, a través de la SUNAT, ente fiscal que, no solo se dirigía en contra de los medios periodísticos; sino también, contra las empresas que anunciaban en los programas y diarios incómodos para el régimen. *“Desde entonces, el gobierno empezó a tratar de presionar a los medios de comunicación a través de las empresas anunciantes con la amenaza de ser ‘visitados’ por funcionarios de la temida SUNAT”* (Salazar, 1999:1).

Para Julio Cotler la suma del asistencialismo estatal y el control de los medios de comunicación propiciaron *“la despolitización de las desorganizadas masas indigentes y su dependencia del Estado”* (Cotler, 2000: 51). Además, el monopolio, del régimen fujimorista, de la información en los canales de televisión, contribuyó a que la mayoría de la población tuviera una información parcial y distorsionada de los candidatos en las elecciones generales del 2000.

En el año 2000, durante la campaña electoral, el Estado era el primer anunciante, hecho que le permitía al gobierno interferir en el funcionamiento de los medios. Sonia Luz Carrillo en su análisis *“Actuación política de los medios de comunicación peruanos. Elecciones generales del 2000 y 2001”* describe la relación entre la inversión de la publicidad estatal y el control de la prensa, el gobierno financiaba los diarios sensacionalistas, cuya función principal durante las elecciones fue demoler la imagen de cuanto líder aparecía en oposición al régimen; en tanto, que retiraba la publicidad a los diarios opositores como *La República* y *Liberación*. Carrillo, argumenta que el entonces Ministerio de la Presidencia era considerado por la Supervisión de Medios y Publicidad S.A.C., como el principal cliente publicitario de los medios. El Estado fue el principal anunciador con 16 millones de dólares entre enero y mayo de 1999, seguido, por una empresa fabricante de cervezas, con seis millones. *“Parte de esa publicidad es la que sustenta en buena medida a la prensa sensacionalista que hoy ataca diariamente*

a políticos opositores y periodistas independientes” (Carrillo: 2001:1).

Los videos comprobarían luego que el gobierno de Fujimori, a través de Montesinos y Bresanni, buscó un manejo psicosocial de la prensa sensacionalista, que Carrillo lo considera dirigido a los sectores pobres, que en nuestro país son mayoría. *“El temor al regreso del terrorismo de Sendero Luminoso, se conjugó con la promoción de otros miedos y complejos problemas con lo que se fue construyendo una realidad en la que el único gobierno posible para el Perú seguía siendo el de Fujimori”*.

En uno de sus artículos el escritor Mario Vargas Llosa se pregunta *“¿Cómo fue posible que un régimen de esta índole, manejado por rufianes descarados y explícitos, que no sólo cometían a diario innumerables fechorías, sino, como hacía Vladimiro Montesinos, las filmaban en cientos, acaso miles de vídeos, que documentan día a día las dimensiones vertiginosas de la corrupción, fuera, durante buena parte de estos diez años de oprobio, un régimen popular?”*. Seguido responde: *“gracias al inteligente e inescrupuloso manejo de los grandes medios de comunicación, en especial los canales televisivos de señal abierta, que la dictadura puso a su servicio, comprando a sus dueños”*. En su columna Vargas Llosa dibuja y compone la escena total del tinglado en que los medios fueron el mayor recurso de poder.

La manera como procedió Montesinos, el habilidoso genio maléfico del servicio de inteligencia de la dictadura fue, al mismo tiempo, sutil y brutal. A ciertos medios de comunicación los chantajeaba, mediante la oficina de impuestos. A condición de su silencio, servilismo y complicidad la espada de Damocles del cobro de los tributos acumulados se alejaba o acercaba hasta amenazar la supervivencia de la empresa. Los que no se entregaban debían pagar sus deudas, que crecían a capricho del régimen. En otros casos, la operación era más cruda y directa: los dueños de los medios vendían en monedas constantes y sonantes, su línea editorial, sus primeras planas, sus informaciones, las mentiras, infamias y silencios que servían a la propaganda del régimen y a la satanización y desprestigio de sus críticos mediante campañas y diatribas que Montesinos concebía, administraba y ordenaba. Esta orquestación demagógica de la opinión pública, gracias a los grandes medios de comunicación, fue factor central en la popularidad de un régimen que vivía de y en la mentira (Vargas Llosa, 2001: 34-35).

En el Informe de Fiscalización Periodística en el Perú, Julio 2000 – Setiembre 2002, el Instituto Prensa y Sociedad menciona las siguientes tendencias al final de la era Fujimori-Montesinos:

a. El gobierno erradicó todo espacio crítico en la televisión de señal abierta. El único espacio informativo independiente en la televisión era un canal de cable del grupo El Comercio, Canal N.

b. La prensa independiente estuvo principalmente representada por los diarios El Comercio, La República y Gestión, la revista Caretas y en Canal N.

c. Pese a las denuncias, la prensa chicha financiada por el gobierno, continuaba atacando a la oposición y defendiendo a Fujimori.

d. El gobierno, a través del Servicio Nacional de Inteligencia (SIN), hacía maniobras para cerrar aún más el control, sobre los medios, participando indirectamente en los movimientos de acciones y en los conflictos empresariales en el Poder Judicial.

e. La aparición del video Kouri Montesinos rompe todas las alianzas del gobierno en la prensa, menos en la prensa chicha, que continúa agresivamente defendiendo al régimen.

f. Conforme siguen apareciendo más graves denuncias y Fujimori se distancia de Montesinos, la antigua prensa adicta, cambia de posición y deja completamente solo al régimen. Por su parte, la prensa chicha se olvidó de los contenidos políticos.

La reseña de esta etapa oscura en la historia reciente de los medios de comunicación del Perú es necesaria, porque el funcionamiento actual de la prensa, radio y televisión es tributaria y heredera directa. Las acciones de los medios y la información que difunden no dejan de estar bajo la sospecha de que se siga repitiendo el guión pasado.

Del mismo modo, el control de los medios pasa por la confrontación política entre la mafia que mantiene sus vínculos en los poderes del Estado, el gobierno de turno, los partidos y los grupos económicos. Resulta imposible ignorar el importante papel de constructor de la realidad y acceso a la información pública que poseen los medios y el periodismo en particular.

CAPÍTULO III

SISTEMA POLÍTICO PERUANO

3.1. Democracia

Cuanto más ha avanzado la organización de los Estados republicanos, más patente se presenta el problema de definir el sistema democrático, régimen por excelencia elegido por la mayoría de Estados occidentales.

Mayor embrollo es la divergencia entre el concepto de democracia y su práctica dentro de la política del Estado-nación. Existe dificultad para definir qué se entiende por democracia y, en especial, determinar cómo debe darse en la realidad. En este sentido, habría que considerar lo que ha escrito Sartori, quien plantea el doble problema de definir democracia, basado en dos tipos de definiciones: descriptiva y prescriptiva. Una no puede existir sin la otra y, a la vez no pueden sustituirse. De esta forma, sintetiza que *“a) El ideal democrático no define la realidad democrática y viceversa, una democracia real no puede ser una democracia ideal y; b) Que la democracia resulta de, y es conformada por, las interacciones entre sus ideales y su realidad, el empuje del deber y la existencia del es”* (Sartori, 1987: 27). Estas dos proposiciones han de tomarse para acercarse a una definición más conveniente con la organización que se establece en los Estados y la teoría.

¿Cuál es la mejor forma de gobierno?, es una interrogante que la civilización se ha venido planteando desde el tiempo de la Grecia clásica. ¿Quién debe gobernar la polis?, ¿el rey?, ¿los aristócratas?, ¿el pueblo? o ¿la asamblea popular?, con los correspondientes regímenes que establecieron los griegos, son las preguntas que se han mantenido en la historia de la organización de las sociedades. Los griegos comprendían democracia como el gobierno del pueblo (multitud, muchedumbre), según Platón no

era una buena forma de gobierno, pues entre la muchedumbre siempre se encuentran muchos males.

Popper, objeta cuando Platón razona sobre el mejor gobierno a partir de la pregunta ¿quién debe gobernar?; interrogante que se ha mantenido a lo largo de muchos siglos de estudio sobre de la Teoría del Estado. Popper rechaza tal pregunta, pues la considera inmoral (uno de los grandes problemas que encierra la democracia). A mediados del siglo XX Popper propone *rechazar como falsa la pregunta platónica “¿Quién debe gobernar?” y sepultarla para siempre. Añadiendo “se trata de un problema ficticio que conduce a irrisorias soluciones ficticias: soluciones que de forma aparente se exige moralmente. Y por lo que a moral concierne, es sumamente inmoral considerar a los adversarios como moralmente malos o malvados (y al propio partido como bueno)”* (Popper, 1995: 189).

Para Popper no se trata de saber ¿quién debe gobernar?, sino establecer ¿cómo debe gobernarse? y, sobre todo, de que quien gobierne, no gobierne demasiado. Se trataría entonces del ‘¿cómo?’ de la administración pública. Es decir se trata de hallar la mejor forma y organización que obtenga óptimos resultados.

Este ‘¿cómo?’ ha devenido en la actualidad a movilizar las acciones del Estado dentro de ciertos parámetros, político-económicos. Han sido las reglas del capitalismo liberal las que se han impuesto en los Estados occidentales, así lo expresa Sartori, cuando al delimitar la democracia, en los regímenes capitalistas, lo ubica como el sistema político-económico en sí mismo, *“la democracia capitalista es un sistema político-económico y para los marxistas, a decir verdad, es un sistema económico proyectado en una supraestructura política”* (Sartori, 1987: 12).

En la praxis, la única forma en que se entiende el gobierno democrático es, como lo señala Bobbio, en contraposición a todas las formas de gobierno autocrático; la

democracia será un régimen caracterizado por la sujeción a un conjunto de reglas que establece quién está autorizado para tomar decisiones.

Para dar una definición mínima de democracia Norberto Bobbio considera que no son suficientes ni la atribución del derecho de participar directa o indirectamente en la toma de decisiones colectivas para un número alto de ciudadanos ni la existencia de reglas procesales como la de mayoría, se necesita una tercera condición: es indispensable que aquellos que están llamados a decidir o a elegir, se planteen alternativas reales y estén en condiciones de seleccionar entre una y otra. Según el autor, para que esto sea posible se hace necesario que a quienes deciden les sean garantizados *“los llamados derechos de libertad de opinión, de expresión de la propia opinión, de reunión, de asociación, etc, los derechos con base en los cuales nació el Estado liberal y se constituyó la doctrina del Estado de Derecho en sentido fuerte, es decir, del Estado que no solo ejerce el poder sub lege (sometido a la ley), sino que lo ejerce dentro de los límites derivados del reconocimiento constitucional de los llamados derechos ‘inviolables del individuo’”* (Bobbio, 1994: 15).

Al igual que otros autores, Bobbio halla una relación cercana entre la democracia y el liberalismo, la doctrina democrática descansa en una concepción individualista de la sociedad, *“esto explica por qué la democracia moderna se haya desarrollado y hoy exista solamente allí donde los derechos de libertad han sido reconocidos constitucionalmente”*.

Observar el orden político de las sociedades nos lleva a establecer una realidad palpable, que es el dominio del sistema económico capitalista el que ha determinado la concepción de democracia comprendida en la doctrina liberalista. Paradójicamente, nuestra libertad de opción, está restringida por el sistema democrático liberal. Estamos ante el dominio de un pensamiento único, que ha descartado cualquier otra alternativa

ideológica.

En la política actual, la sociedad parece estar desplegando esfuerzos que responden a la necesidad de que exista una definición de democracia en consenso de manera más adecuada y; en la cual, tratar de enmarcar la puesta en práctica de los gobierno de todos los Estado-nación.

Se puede afirmar que, en cuanto a la organización y conducción del Estado, la preocupación ha girado en torno a determinar cuál es régimen político más adecuado. En ese sentido, fue en el siglo XX en que las relaciones geopolíticas de los Estados, a través de los foros mundiales, ha privilegiado la imposición del sistema democrático, unido a la tendencia liberalista y la instauración del denominado Estado de derecho.

La idea la sostiene de manera inequívoca Fukuyama en *El fin de la historia y el último hombre*, al hablar de las tendencias que en estos momentos comprometen a nivel internacional a los Estados. Nadie podrá negar que en la actualidad rige una orientación explícita hacia la adopción del sistema democrático liberal. También resalta este autor que el liberalismo y la democracia están estrechamente relacionados: la democracia funciona mejor con liberalismo económico y político.

Con el liberalismo, la democracia llegaría a ser más funcionable que con cualquier otra opción. Los conflictos entre ideologías llegaría a su fin en la evolución de la historia del hombre. Fukuyama toma las ideas acerca del proceso de la historia humana de Hegel y del superhombre de Nietzsche. La democracia liberal se impone como la más racional organización que permite el desarrollo del deseo *thymótico*¹⁰

¹⁰ Fukuyama toma el término thymos de Platón, que puede traducirse como espiritualidad. En La República, Sócrates identifica tres partes del alma humana: el deseo, que empuja al hombre hacia algo; la razón que controla el deseo y explica el comportamiento de los hombres, y el thymos que ayuda a la razón a controlar el deseo. El thymos aparece relacionado, en cierto modo, con el valor que uno se da a sí mismo, la "autoestima". Fukuyama lo toma como el "deseo de reconocimiento", el motor que empuja la historia humana., idea que aparece a lo largo de los siglos del pensamiento filosófico político: deseo humano de gloria, Maquiavelo; de orgullo o vanagloria, Hobbes; de amor propio, Rousseau; de reconocimiento, Hegel, y de "la bestia con mejillas sonrosadas" Nietzsche. Para Fukuyama el thymos aparece relacionado con un buen orden político, porque es la fuente de valor y espiritualidad.

humano y, donde se hace posible alcanzar la Paz perpetua planteada por Kant.

En la actualidad, la organización de los Estados-nación no puede evaluarse fuera del contexto de la globalización. El Perú, no escapa a esta prescripción de la globalización, si así lo hiciera, tal vez se vería en serios problemas por la presión política y especialmente económica a nivel internacional, es más, se vería obligado a violar su Constitución. La gobernabilidad del país, según nuestra Carta Magna, está enmarcada jurídicamente dentro del régimen democrático.

Nuestra libertad de opción está limitada por dos marcos legales impuestos por nuestro ordenamiento jurídico. En lo político estamos regidos por la Constitución, en lo civil lo estamos fundamentalmente por el Código Civil. Respecto a la primera, podríamos decir que no vale la pena especular porque la decisión está tomada. A decir del Artículo 43 de la Constitución la República del Perú es democrática, social, independiente y soberana, su gobierno es unitario, representativo y descentralizado y se organiza según el principio de la separación de poderes (...) Con respecto a los derechos civiles, los naturales o esenciales de los cuales goza toda persona jurídicamente capaz, reconocidos por las leyes civiles, tales como poder contratar, testar, contraer matrimonio, adquirir o transmitir bienes (...) La Constitución es la norma que regula la sociedad política mientras el Código Civil y el Derecho Privado regulan la sociedad civil (De la Puente: 1996, 362-363).

Pero eso no es todo, la Constitución también limita nuestro régimen económico, nuestra economía, según el Artículo 58°, está definida como una economía social de mercado y es bajo este régimen que *“el Estado orienta el desarrollo del país, y actúa principalmente en las áreas de promoción de empleo, salud, educación, seguridad, servicios públicos e infraestructura”*. Sin embargo, la política económica actual tiende a acciones propias de una economía de mercado liberal. Esto también nos lleva a tomar en cuenta, la relación entre liberalismo y democracia, que influye en la organización Estatal y sus alcances en el Perú.

Para entender lo que se plantea en esencia sobre la idea de democracia dominante, De la Puente sintetiza las ideas de Sartori; que, la relación entre liberalismo

y democracia suele concebirse como una relación entre la libertad y la igualdad. *“Así, para separar el liberalismo de la democracia decimos que el primero reivindica la libertad y la segunda la igualdad. La relación entre liberalismo y democracia hay que analizarla también en plano más concreto. El liberalismo es ante todo la técnica de limitar el poder al Estado, y la democracia la inserción del poder popular en el Estado”* (De la Puente, 1996: 364).

a. Globalización y democracia

La democracia como sistema de gobierno durante años, se desarrolló dentro de la soberanía estructural de los Estado-nación; las políticas de gobierno interno y externo se tomaban de manera independiente; sin embargo, el fenómeno de globalización ha afectado el funcionamiento de los Estados.

Dirk Messner, en su artículo *“Globalización y gobernabilidad global”*, centra su atención en los retos que la globalización (económica, social y cultural) plantea a los Estado-nación y a la política internacional. Nos habla de los antecedentes del fenómeno de globalización, pasados intercambios comerciales y culturales entre diferentes regiones del mundo antiguo. Resalta las características que diferencia a la globalización contemporánea con las anteriores, aquella es más rápida, más barata y más profunda. *“Las redes mundiales en expansión, en donde se mueven el capital, las mercancías, las informaciones, las ideas, los conocimientos, los individuos o incluso casos ecológicamente relevantes se traducen en tejidos cada vez más tupido de interdependencias globales”* (Messner, 2001).

Messner observa que la globalización económica de los mercados, causa interdependencias sociales y ecológicas entre los Estados, que se traducen en reacciones políticas. Es por ello, que la globalización es más que un fenómeno de la economía mundial, abarca el complejo mundo de la convivencia humana. Esto desencadena

nuevos problemas, nuevos procesos sociales y económicos.

De la misma forma, Marván (1999), indica que el proceso de globalización ha influido en cambios económicos, sociales y políticos de los Estados-Nación. El fin de siglo pasado, dejó como característica importante la crisis de los Estado-Nación.

Los cambios en las relaciones internacionales están obligando a la transformación conceptual y funcional del Estado. Marván identifica la crisis del Estado en su operatividad (cada vez menos puede resolver los problemas internos de manera independiente) y en su legitimidad (el ciudadano de un Estado se siente cada vez menos representado). El surgimiento de organizaciones supranacionales y tratados entre naciones limitan la capacidad de acción de los Estados, que enmarcan sus políticas dentro de las exigencias de estas instancias.

Otro hecho ligado al proceso de globalización en las relaciones de los Estados, es la ocurrencia dentro de ellos, de importantes procesos de regionalización y creación de microidentidades culturales y autonomía de los gobiernos locales, que producen una complejidad mayor de interrelaciones, intereses y vínculos de representación política.

Por estos motivos, los problemas de organización democrática de toda sociedad plantean preguntarse por diferentes mecanismos de participación y representación en el dinamismo de los cambios que apuntan a una reconfiguración de la organización y soberanía de los Estado-nación, en el establecimiento de sus políticas de gobierno.

Tomemos atención a los retos que vienen enfrentando los Estados en el largo proceso de unificación europea, donde no solo han establecido un sistema monetario unificado, sino que con la nueva Constitución de la Unión Europea, integra sus políticas a través de la normatividad jurídica, que finalmente restringe en las decisiones de sus políticas de Estado.

b. La cultura democrática

Una de las definiciones que se amoldan a la organización social que apuntan los sistemas políticos, es aquella que Alain Touraine concibe como cultura democrática. La cultura democrática solo puede nacer si la sociedad política, es concebida como una construcción institucional cuya meta principal es combinar la libertad de los individuos y las colectividades con la unidad de la actividad económica y las normas jurídicas. No reduce la democracia al ser humano únicamente como ciudadano; lo reconoce como un individuo libre, pero que, también, pertenece a las colectividades económicas y culturales. Touraine busca una responsabilidad ética social.

Touraine llama la atención sobre tres combates que definen la cultura política, sobre la cual se basa la democracia: *“combina elementos que tienden constantemente a separarse y que, cuando están así aislados, se degradan en principios de gobierno autoritario. La nación que fue liberadora, se degrada en comunidades cerradas y agresivas; la razón, que atacó las desigualdades transmitidas, se degrada en “socialismo científico”; el individualismo, asociado a la libertad, puede reducir al ciudadano a no ser más que un consumidor político”* (Touraine, 1995: 26).

La democracia, senda que sigue el proyecto de modernidad occidental, afirma Toureine, descansa sobre la difícil gestión de las relaciones de la razón y el sujeto, de la socialización y la subjetivación. Para el autor, el sujeto mismo es un esfuerzo por asociar la razón instrumental con la identidad personal y colectiva, *“la democracia se define de la mejor manera mediante la voluntad de combinar el pensamiento racional, la libertad personal y la identidad cultural”* (Touraine, 1995: 26). Define a la cultura democrática como un esfuerzo de combinación de la unidad y la diversidad de la libertad y la integración.

Este autor, establece una definición fuerte de democracia. Propone que, más allá de una democracia de participación, meramente deliberativa, es necesaria una democracia de liberación para la sociedad. Democracia que apunte al pluralismo y sea laica. Por ello, no ve a la democracia como conjunto de garantías institucionales, una libertad negativa, sino como la lucha de unos sujetos, en su cultura y su libertad, contra la lógica dominadora de los sistemas; toma la expresión de Robert Fraisser la política del sujeto, para centrarla. En donde, *“un individuo es un sujeto si asocia en sus conductas el deseo de libertad, la pertenencia a una cultura y el llamado a la razón, por lo tanto un principio de individualidad, un principio de particularismo y un principio universalista”*. De la misma forma y por los mismos motivos, para Touraine una sociedad democrática es aquella que *“combina la libertad de los individuos y el respeto a las diferencias con la organización racional de la vida colectiva por las técnicas y las leyes de la administración pública y privada”*.

Así pues lo que define a la democracia no es solo un conjunto de garantías institucionales o el reino de la mayoría sino, ante todo, el respeto de los proyectos individuales y colectivos, que combinan la afirmación de una libertad personal con el derecho a identificarse con una colectividad social, nacional o religiosa particular. La democracia no se basa únicamente en leyes sino sobre todo en una cultura política (con frecuencia la cultura democrática fue definida por la igualdad) (Touraine, 1995: 27).

La democracia no puede existir sin el reconocimiento de la diversidad de las creencias, los orígenes, las opiniones y los proyectos. Por todo lo dicho, el régimen democrático será, para Touraine, la forma de vida política que da la mayor libertad al mayor número, que protege y reconoce la mayor diversidad. Aunque, en la práctica, la mejor forma de definir a la democracia en cada época es mediante los ataques que sufre.

Hablar de cultura democrática se refiere a cómo se manifiesta el sistema político en la vida de los ciudadanos: las oportunidades que tiene para ejercer su ciudadanía; el

acceso a la información, educación, justicia y servicios; cómo ejerce sus derechos; la libertad de expresión; el respeto por su identidad y; el reconocimiento de la diversidad, sin discriminación alguna.

En el caso del Perú, durante la década del noventa, la dictadura cívico-militar que representó Fujimori, atacó bases fundamentales de la democracia nacional. Consiguió la desestabilización de las principales instituciones del Estado, el control de los medios de comunicación, la desinformación, el control del sistema judicial, postergación de las demandas de modernización y descentralización, la corrupción generalizada, entre otros actos. Estos y otros síntomas nos hicieron saber que habíamos perdido el rumbo democrático.

La recuperación de la democracia en nuestro país va a tomar tiempo, más allá del gobierno del presidente Toledo. Se necesitan leyes que fortalezcan la institucionalidad para que el sistema funcione de forma sostenida y permita enrumbar el destino del país a partir de un proyecto nacional compartido. Asimismo, es fundamental fortalecer las capacidades y los valores ciudadanos en la población.

3.2. La democracia como sistema de partidos políticos

Para tratar de entender el funcionamiento del sistema político democrático, aplicado en la organización estatal de la gran mayoría de los países de influencia occidental, se le concibe como un sistema de partidos políticos.

Tuesta Soldevilla al abordar el estudio de los sistemas de partidos, sintetiza que el Estado democrático será siempre un Estado de partidos. Basado en los trabajos de Giovanni Sartori, Manuel García Pelayo y Maurice Duverger, entre otros; Tuesta, en su estudio *Sistema de Partidos Políticos del Perú 1978-1995*, advierte que los marcos generales y tipologías concebidos en las democracias occidentales europeas, que

permiten entender el fenómeno partidista adecuándolo al contexto político latinoamericano, han de tener en cuenta las dificultades que toda tipología conlleva, poniendo especial énfasis en su aplicación.

De esta manera, Tuesta adecua la concepción, entendiendo por sistema de partidos al *“conjunto de partidos situados en un determinado Estado y a los elementos que caracterizan su estructura: cantidad de partidos; relaciones que desarrollan entre sí –tanto respecto con la magnitud de ellos como a sus fuerzas de relación-; ubicaciones mutuas, ideológicas y estratégicas, como elementos para determinar las formas de interacción; relaciones con el medio circundante; con la base social y sistema político”* (Tuesta, 1995: 20-21). Todo esto lo resume como el conjunto de relaciones que establecen los partidos dentro de un sistema político.

Entre las definiciones halladas en trabajos de autores peruanos, con la que trabajaremos, se suma el aporte de Pedro Planas, quien determina algunas de las exigencias que caracterizan a un sistema de partidos políticos:

El sistema democrático equivale a un sistema de partidos, en tanto cada partido compite en procesos electorales libres en igual condición y para adquirir similares derechos respecto al ejercicio de funciones. Precisamente una característica principal del sistema de partidos es su naturaleza competitiva, garantizada, a su vez, por un ambiente que permite la creación y libre desarrollo de partidos, con vigencia plena de libertades públicas y los derechos ciudadanos, la transparencia de los resultados en unas libres elecciones y la alternancia en el poder. Desde esa perspectiva, el sistema de partidos asume determinada estructura interna, según las formas y posibilidades que tienen los partidos de acceder al poder (Planas, 2000: 30).

Sin embargo, esta definición y organización del sistema democrático se ve afectada por la crisis de los Estado-nación que produce el fenómeno de globalización ya señalado. Marván sugiere que una de las causas de la globalización en la crisis del sistema de partidos se observa en que la posibilidad de que un partido se diferencia de otro y genere simpatías con una propuesta de política económica original y viable, tiene limitaciones objetivas precisas. Cada vez se vuelve más difícil la relación entre las

doctrinas de los partidos y su posibilidad de oferta diferenciada que puede incluir sus programas de gobierno.

a. Partido político

Para conocer cómo se ha entendido la definición de partido político en el Perú, nos basaremos en los estudios acerca del tema de los más sobresalientes investigadores en materia política, así como de la actual Ley de Partidos Políticos.

Bernales, al referirse al papel de los partidos políticos, esclarece que estos constituyen la institución política por excelencia; son los ‘*aparatos*’ a través de los que se promueve la participación de la población, se formulan problemas, pensamientos y propuestas sobre la realidad social, que concurren a formar la pluralidad y libertad de las ideas. Principios, sin los cuales no hay democracia. Hay que destacar su labor como formadores naturales de opinión, tendiendo a identificarse con determinadas opciones o intereses de la sociedad, que configuran su posición y al mismo tiempo el espacio político desde el cual concurren a la formación de la democracia (Bernales, 1993: 43).

En tanto, el trabajo de Tuesta sistematiza diversas definiciones sobre partidos políticos recogidos de Schumpeter, Sartori y Von Beyme. Mientras que para Schumpeter, “*un partido político es un grupo cuyos miembros se proponen actuar concertadamente en la lucha competitiva por el poder político*”; para Sartori “*un partido es cualquier grupo político que se presenta a las elecciones y puede colocar mediante estas a sus candidatos en cargos públicos*”; según éste, los partidos políticos se convierten en medios de expresión a lo largo del proceso de democratización de la política. Los partidos forman así, la estructura central intermedia entre la sociedad civil y el Estado.

Von Beyme dice que “*los partidos aspiran a participar en elecciones y a conquistar cargos públicos. Sus funciones, además de articular y agregar intereses, son*

la búsqueda de objetivos ideológicos y programáticos, de movilización y socialización de los ciudadanos en el sistema, de reclutamiento de élites y de formación de gobiernos”.

A partir de estas concepciones, Tuesta intenta una definición para entender los partidos políticos peruanos: *“Un partido político es un grupo político que disponiendo de una base ideológica y organizativa, tiene como objetivo manejar los asuntos de gobierno y Estado”* (Tuesta, 1995: 20). Sin olvidar de destacar el papel de canalización de los partidos *“el sistema por ellos forjado constituye el sistema de canalización de la política y de la sociedad”* (Tuesta, 1995: 18), en el sistema de partidos políticos, estos relacionan al Estado y la sociedad civil, siendo los partidos parte de la sociedad civil.

De igual modo, Pedro Planas se preocupa por encontrar una definición de partido político pensada para nuestro medio. Destaca así su carácter permanente, su organización para participar en las elecciones nacionales, regionales y municipales y para aplicar sus principios y programas al asumir cargos públicos con altos niveles de decisión política. *“Deberá tener estatutos de organización, ideario y programas debatidos y aprobados internamente. Poseerá una estructura de dimensión nacional, con una autoridad máxima que es la Asamblea Nacional, un comité dirigencial de carácter nacional, comités departamentales, provinciales y distritales, locales partidarios siempre activos y un planillón abierto de militantes en cada uno de esos locales”.* (Planas, 2000: 37)

En el caso de Rojas Samanez, apunta hacia las mismas características; por ello, propone que una definición más global debe contener los siguientes puntos: *“una organización bien establecida y articulada que mantenga relaciones regulares y variadas. Una organización duradera, es decir, aquella cuya esperanza de vida política sea superior a la de sus dirigentes. La voluntad deliberada de asumir y ejercer*

el poder, solos o en alianzas y no simplemente influir en él. Y buscar apoyo popular, sea por elecciones y otros medios” (Rojas, 1988: 29).

Las definiciones de Bernales, Tuesta, Planas y Rojas no son excluyentes, sino complementarias y nos permite abarcar los rasgos generales que identifican a nuestras organizaciones partidarias. Sin embargo, en esta investigación es importante recoger la definición de la actual Ley de Partidos que aplica ideas expuestas. La Ley de Partidos Políticos, Ley N° 28094, publicada el uno de noviembre de 2003, pretende convertirse en el marco legal que reglamente el funcionamiento de los partidos políticos –ausente por muchos años–, ha determinado finalmente, en sus definiciones generales:

- Los partidos políticos expresan el pluralismo democrático. Concurren a la formación y manifestación de la voluntad popular, y a los procesos electorales. Son instituciones fundamentales para la participación política ciudadana y base del sistema democrático.
- Los partidos políticos son asociaciones de ciudadanos que constituyen personas jurídicas de derecho privado cuyo objeto es participar por medios lícitos, democráticamente, en los asuntos públicos del país dentro del marco de la Constitución Política del Estado y de la presente ley.
- La denominación ‘*partido*’ se reserva a los reconocidos como tales por el Registro de Organizaciones Políticas. Salvo disposición legal distinta, sólo estos gozan de las prerrogativas y derechos establecidos en la presente ley.

Lo importante de esta reciente ley es que establece los requisitos que se exigen a las organizaciones políticas para constituirse en un partido político y, de esta manera, pretende acabar con la informalidad que ha caracterizado al sistema de partidos en la década anterior a causa de la falta de normatividad adecuada. Los partidos y movimientos políticos existentes tendrán que adecuar su organización a la ley, democratizarse internamente e inscribirse en el Registro de Organizaciones Políticas a

cargo del Jurado Nacional de Elecciones, para ser considerados partidos políticos y puedan presentarse en las elecciones generales.

En la acción práctica y en la teoría de los partidos, la comprensión del concepto de partido de Hugo Neira (2002) es mucho más esclarecedora para nuestro trabajo, al momento de conocer la idea que los jóvenes perciben de estos. Según Neira, el partido como teoría y práctica nos viene de Occidente, *“lo hemos adoptado como tantas otras cosas, hasta producir algo irreductible a sus lejanos modelos”*. Un partido, a decir del autor, es una entidad respetable, pero parcial y que aspira, por obvias razones, a la representación sobredimensionada.

Un partido es un ente parcial, expresión de una parte como lo refiere su nombre y no de la generalidad. Sin embargo, su condición segmentaria no le impide tomar la palabra en nombre del bien común, ni transformar su egoísmo de grupo en proyectos políticos globales e involucrar a personas con identificaciones diferentes.

La democracia contemporánea, a decir de Neira, se basa en el supuesto, en parte cínico, en parte realista, de que los intereses de clase son opuestos y distintos y de que, por lo general, puede negociarse. En tal caso, los partidos dentro de cada Estado-Nación juegan un papel decisivo al ser agentes de la integración y del conflicto. Según este autor, obedecen al postulado de la política como competición permanente. Los partidos, en la práctica, no se pueden pensar sin el adversario. Por ello, no se les puede reprochar que sean a la vez “bomberos” e “incendarios”, pues ese dualismo sería lo mejor que tienen.

El problema, analiza Neira, surge al considerar al oponente como al enemigo (lo cual es fundamento del totalitarismo). *“Si un sector de la clase política lo percibe así, se pierden y nos pierden. En el caso peruano es necesario que las clases políticas se civilicen, se autoimpongan reglas y límites”*. Se concibe, por otro lado, a los partidos

políticos como elemento constitutivo de la democracia representativa, es decir de un vasto sistema de mediación, listos para interceder entre ciudadanos y los ámbitos donde se toman las decisiones. Es decir, encarnan la voluntad general y al mismo tiempo la mediatizan.

Neira, afirma que si negar los partidos políticos es rechazar la democracia representativa; es verdad, admitirlos sin la ilusión de otra alternativa es aceptar el principio absolutista de la delegación del poder, es decir fórmulas de legitimidad vigentes, donde gobernar es asunto de pocos. En su análisis, halla que la democracia en sociedades de masas; desde sus orígenes, está sujeta a esa maldición, la intermediación. Los ciudadanos eligen y se desentienden de las tomas de decisiones hasta una nueva votación; es donde está el origen de la actitud esquivada ante los partidos. Una actitud que es prescindible cambiarla.

b. La estructura partidaria

Para conocer mejor un partido político, debemos ver los principales componentes de su estructura orgánica que desempeñan roles distintos. Aquí es más indicado tomar la estructura que establece Rojas Samanez (1988: 26), un partido articula tres tipos de elementos constitutivos, orgánicamente actuantes:

- a) Un organismo de base, cuya característica principal es el compromiso y militancia. Lo constituyen los partidarios;
- b) Una dirigencia exterior, que actúa en los diversos mecanismos y niveles a los cuales accede el partido. Está conformado por los representantes, los elegidos;
- c) Un grupo interno que toma decisiones, quienes dirigen tanto a los partidarios como a los representantes. Este grupo constituye el elemento centralizador del poder. Se sitúa por encima de los electores y de los elegidos, puesto que a los primeros los instruye y los controla y a los segundos los dirige. Lo conforman los dirigentes.

La estructura de las organizaciones políticas partidarias intervendrá en la imagen institucional; las acciones de los miembros, individual y colectivamente, será la base a partir de la cual se construya la imagen pública de un partido político.

c. Tipología de los partidos políticos

Existen diversas tipologías de los políticos, para este trabajo se asumirá una tipología histórico-organizativa a partir de la aparición de las organizaciones partidarias en cada época de desarrollo de la democracia.

Como menciona Duverger hasta 1850, salvo Estados Unidos, ningún país del mundo “*conocía partidos políticos en el sentido moderno de la palabra: había tendencias de opiniones, clubes populares, asociaciones de pensamiento, grupos parlamentarios, pero no partidos propiamente dichos*” (Duverge, 2000: 15). Los partidos políticos se desarrollan con la extensión del sufragio y de las prerrogativas parlamentarias; su nacimiento está ligado de los grupos parlamentarios y comités electorales.

Este autor establece, a principios de la década cincuenta del siglo XX, la clásica diferenciación entre partidos de cuadros y partidos de masas, basada en una diferencia estructural más que de tamaño. Las característica principal de los partidos de cuadros es la de reunir notables (técnicos y financieros) para preparar y conducir las elecciones y mantener el contacto con los candidatos notables influyentes, cuyo nombre, prestigio o brillo servirán de fiador al candidato y le cosecharán votos.

La implantación del sufragio universal originó el desarrollo de partidos socialistas como partidos de masas; en ellos los miembros realizan una educación política para sacar de ella una élite capaz de gobernar el país y funcionan mediante el financiamiento por cuotas que pagan sus miembros, por ello busca obtener más militantes.

La distinción entre partidos de cuadros y de masas, en la comprensión de Duverger, descansa en la infraestructura social y política.

A mediados de los sesenta, Otto Kirchheimer plantea la transformación del partido de masas en partido-escoba o '*catch-all*' (atrapatodo). En su análisis Kirchheimer observa que la mayor secularización de la sociedad, socialmente más heterogénea, originaron que los antiguos partidos se abran a otros sectores sociales.

Con esta transformación las relaciones entre los partidos y el electorado se debilitan. Entramos a la desideologización de los partidos; las campañas se centran en temas generales, se produce una pérdida de importancia política de la militancia y el fortalecimiento del liderazgo de los caudillos. Katz y Mair interpretan de la siguiente manera esta etapa de la evolución de los partidos políticos:

El nacimiento de lo que Kirchheimer (1966) dio en llamar el '*partido catch-all*' supuso un gran desafío a la noción del partido como representante de sectores sociales predefinidos. En primer lugar, el desdibujamiento paulatino de las líneas de división sociales a finales de los años cincuenta y durante la década de los sesenta trajo consigo un debilitamiento de lo que hasta entonces había sido identidades colectivas claramente distinguibles e hizo más difícil la identificación de grupos diferenciados dentro del electorado. (Katz y Mair, 2004: 12)

Angelo Panebianco a partir del modelo de Otto Kirchheimer, destacó el aspecto organizativo de la progresiva profesionalización de los partidos en las sociedades contemporáneas. En los partidos '*catch-all*' la participación de profesionales asume un rol más importante, la razón se debe al desplazamiento del foco de atención de los militantes a los electores. Panebianco plantea dos tipos de partidos: el partido burocrático de masas y el partido profesional-electoral.

Panebianco, también advierte a cerca del surgimiento de nuevos liderazgos, que se presentan como alternativa a los partidos, los outsiders se promueven como alternativas a las arraigadas dirigencias partidarias, orientado al pragmatismo y relación directa con la población. Fortalecidos por los medios, principalmente la televisión.

La evolución de los partidos es un proceso dialéctico constante donde “*cada nuevo tipo de partido genera una reacción que estimula un nuevo desarrollo, y que por lo tanto lleva a su vez a un nuevo tipo de partido*” observan Katz y Mair (2004), para quienes este proceso se genera debido no solo a cambios en la sociedad civil, sino también de las transformaciones en las relaciones entre los partidos y el Estado.

En el proceso evolutivo del partido de masas al partido ‘*catch-all*’, Katz y Mair resaltan la diferencia en las relaciones de estos modelos con la sociedad civil, sin embargo, ambos mantienen una clara distinción con el Estado. El partido de masas nace de la sociedad civil y pretende penetrar el Estado, el partido ‘*catch-all*’, en cambio, no nace como un partido de la sociedad civil, sino que se sitúa entre la sociedad civil y el Estado, también pretende influir sobre el Estado(Katz y Mair, 2004: 14).

Considerando estas observaciones Katz y Mair sostienen que en los últimos años, los partidos en las democracias occidentales tienden hacia una simbiosis cada vez más estrecha con el Estado, condición para que surja un nuevo tipo de partido, que lo definen como el ‘*partido cartel*’ y como en los anteriores casos, este partido cartel implica una concepción particular de la democracia.

Los partidos se acercan cada vez más al Estado y se alejan de la sociedad civil, desplazamiento que trae la posibilidad que los partidos acabaran siendo parte del aparato mismo del Estado. La tesis de estos autores, es que esta es la senda hacia la que los partidos en las democracias modernas se encaminan desde hace dos décadas (Katz y Mair, 2004: 24)

Para Malamud (2002) lo que Katz y Mair plantean es un cambio en la concepción de los partidos: “*ya no serían intermediarios entre el estado y la sociedad, sino que el Estado se habría transformado en nexo entre la sociedad y los partidos*”. Lo que ha causado que, en la actualidad, “*los partidos sean más fuertes, pero más remotos;*

tienen mayor control pero menos poder; y gozan de más privilegios pero menor legitimidad”.

Todo esto trae consecuencias, en el sistema democrático, en la competencia de las organizaciones políticas por el control del Estado, según Katz y Mair, veríamos al partido cartel,

Caracterizado por la interpenetración entre el partido y el Estado, y por un patrón de colusión Inter-partidista. En este sentido, sería quizá más correcto hablar de la emergencia de los partidos cartel ya que este desarrollo se basa en la colusión y cooperación entre aparentes rivales, y en los acuerdos que necesariamente requieren del consentimiento y cooperación de todos, o casi todos los participantes relevantes. No obstante, mientras que en un sentido este desarrollo está también importantes implicaciones para el perfil organizativo de cada uno de los partidos dentro del cartel, de manera que podemos hablar del partido cartel en singular.(Katz y Mair, 2004:27).

Al analizar este fenómeno, Malamud (2002) menciona como signos visibles de esta tendencia la insatisfacción del electorado con los partidos, el déficit de gobernabilidad, la aparición de nuevos partidos liderados por outsiders y la reducción de la participación electoral. En ese sentido, este autor relativiza la llamada crisis de los partidos políticos,

Como se ve, la utilización misma del concepto de *crisis* data del origen histórico de los partidos y se funde con sus identidades, lo que disminuye la novedad de su valor para describir la situación actual. Más bien, los problemas contemporáneos pueden ser entendidos tal como hace Manin con la idea de la representación: como transformación–o, en sus términos, como metamorfosis. El modo en que se resuelvan los dilemas planteados determinará el tipo de organización que predomine en el futuro (Malamud, 2002: 24).

La consolidación del tipo de partido cartel está por verse; según Katz y Mair su surgimiento se hace más evidente en aquellos países en los que la ayuda estatal a los partidos está más extendida. En el Perú, por lo pronto, la nueva Ley de Partidos, contempla el financiamiento del Estado a aquellos que logran representación en el Congreso, asimismo, se ha promulgado la ley que establece la valla del 4% de la votación a nivel nacional para obtener representación en el Parlamento y mantener la

inscripción del partido en el registro del Jurado Nacional de Elecciones.

Entonces, analizadas las diversas propuestas todo indica que los partidos históricamente se han ajustado a cuatro categorías: de cuadros, de masa, atrapado y de cártel.

En el caso del Perú, Neira, revisa la historia de los partidos políticos peruanos, tomando solo la clasificación de Duverger y Panebianco, con acento en la organización interna y en la importancia del régimen de sufragio. Ya que será el régimen de sufragio el que crea el tipo de partido y no al revés.

Neira propone tres grandes momentos y familia de partidos:

1. Sistema de clubes de partidos (1871-1931).
2. Partido de masas (1931-1990).
3. Partidos '*Cath-all-party*' o máquinas electorales atrapado (1990).

3.3. Devenir histórico de los partidos políticos peruanos

Los gobiernos del Perú de la etapa republicana, en especial los del siglo XX, se han sucedido como un péndulo: entre largos periodos de dictaduras y cortos pasajes democráticos. La historia de los partidos en nuestro país se inicia cincuenta años después de la Independencia; aun así, el accidentado camino republicano del Perú no ha permitido en más de 130 años consolidar un sistema democrático con partidos fuertes y bien constituidos,

La inestabilidad del sistema político peruano a lo largo de la república, no ha permitido a los partidos peruanos, pequeños, instalados en las coyunturas electorales y la mayor parte de ellos de breve duración, han carecido de posibilidad para conformar un sistema de partidos (...). Sin cuestionar su necesidad y legitimidad. Lo que los partidos deben hacer por la democracia es aún una asignatura pendiente (Ames *et al.*, 2001: 145-146).

A modo de entender este accidentado proceso, veamos el camino que ha seguido la vida y desaparición de los partidos a través de nuestra historia, nos seguiremos

sirviendo de los estudios de Ames, Tuesta, Bernaldes y Planas, entre otros, para tal fin. El repaso breve del devenir histórico de los partidos políticos en el Perú, nos permitirá comprender la situación actual de nuestro sistema político, determinado por un camino tan inestable, así como reconocer las particularidades de algunas organizaciones que han permanecido en la arena de confrontación. Al dar una mirada al ambiente en que se han desarrollado los partidos, podremos también, observar cómo ha avanzado el acceso a las libertades democráticas por parte de la ciudadanía peruana. A continuación, se presenta la una síntesis del desarrollo histórico de los partidos políticos en el Perú.

a. Partido Civil

El Partido Civil es el primer partido político peruano, surge en 1871, liderado por Manuel Pardo y representaba las intenciones de la burguesía comercial para erigirse como clase dirigente. Pardo ganaría las elecciones de 1872; sin embargo, el civilismo liberal sería interrumpido por la Guerra del Pacífico, conflicto que dejó a su término caos, endeudamiento y la implantación del segundo militarismo que duró hasta 1895. Luego del cual retornó el liderazgo del Partido Civil. *“A la caída de éste último reapareció el Partido Civil, en competencia con otros partidos menores (Demócrata, Nacional, entre otros). Al interior de un sistema de democracia restringida, en sucesivas elecciones, logró mantenerse o influir sobre el poder entre 1895 y 1919 – salvo el paréntesis del gobierno de Billinghurst”* (Tuesta, 1995: 33).

b. El oncenio de Leguía

La asunción de Leguía, ex líder civilista, al poder en 1919 (periodo de la historia conocido como el oncenio de Leguía) constituyó el fin de la hegemonía del Partido Civil. Leguía significaría la eliminación del débil, pero importante pluralismo político, existente en forma ininterrumpida desde 1895. Suprimió de un golpe todo escenario institucional: las libertades políticas, la independencia judicial, el recurso de Habeas

Corpus (vigente como ley protectora desde 1897), el derecho de asociación, la competencia propia de los procesos electorales, la autonomía del Parlamento y hasta la libre circulación de opinión e información a través del periodismo (Planas, 2000: 94).

En esta etapa se produjeron cambios sociales y políticos fundamentales; Martín Tanaka ve hacia los años veinte el nacimiento del Perú moderno. Surgieron las primeras alternativas políticas organizadas que cuestionaron el orden oligárquico.

Estas alternativas estuvieron basadas en cuerpos ideológicos más o menos acabados y plantearon un programa integral de transformaciones. El aprismo de Haya de la Torre y el socialismo de José Carlos Mariátegui, así como las propuestas más conservadoras –pero que también ponían en cuestión el orden oligárquico- de intelectuales como Víctor Andrés Belaúnde, Francisco García Calderón o José de la Riva Agüero; todas esas alternativas buscaban cada cual a su modo, modernizar el Perú (Tanaka, 1998: 15).

De 1919 a 1930 se instaló un régimen político personalista, estableciéndose en nuestra economía una alianza mayor con el capital norteamericano, que desplazó al inglés. En la década de los veinte surgiría organizaciones sociales y sindicales (gremios que mantienen su organización hasta el día de hoy), como la Central General de Trabajadores del Perú (CGTP) y la Federación de Estudiantes del Perú (FEP), en cuyos procesos de gestación contribuyeron el Partido Socialista Peruano (PSP) fundado por José Carlos Mariátegui y el Partido Aprista Peruano (PAP) creado por Víctor Raúl Haya de la Torre.

Estos partidos de masas, con una declarada tendencia marxista, antioligárquica y antiimperialista fueron puestos fuera de la ley y perseguidos.

c. Regímenes políticos de 1931 a 1948

Depuesto Leguía, se produciría la elección de 1931, en dicho proceso electoral se implementó una reforma que amplió la participación en el sufragio a los varones alfabetos mayores de 21 años, se creó el registro electoral permanente, y se instaló el sistema de representación mayoritario con participación de las minorías. Sin embargo, el fraude electoral, seguido por los sucesos de la guerra civil de 1932, acabaría con la ilegalización del PAP, la muerte anunciada de Sánchez Cerro y la llegada del tercer militarismo en nuestra historia.

La crisis Económica de los años 30 precipitó la caída de Leguía y con ella la irrupción de las masas en el escenario nacional. La incapacidad de la oligarquía para articular nuevos partidos políticos se expresó en su apoyo a un militar, Luis Sánchez Cerro, en las discutidas elecciones de 1931. En ellas no participó el PCP, que se encontraba proscrito. El PAP, por su parte, las calificó fraudulentas. El levantamiento armado en 1932, terminó con la ilegalización del Apra y posterior asesinato del Presidente Sánchez Cerro. De esta manera se inició el llamado tercer militarismo que persiguió y reprimió a apristas y comunistas. A pesar de ello el Apra logró un liderazgo indiscutido entre un numeroso sector de la población organizada, que se prolongó durante las siguientes tres décadas (Tuesta , 1995: 33-34).

Destaca en este periodo avances en las libertades políticas contenidos en la Constitución de 1933, aprobada en el gobierno de Sánchez Cerro, como el establecimiento de las elecciones para alcaldes municipales y el voto femenino para esas elecciones, que obviamente no se acataron. Odría será quien lleve a la práctica el voto femenino y, Belaúnde, la vía del sufragio para elegir alcaldes.

A la etapa siguiente del régimen de Leguía, Pedro Planas la denomina '*Periodo autoritario con dos momentos competitivos*' (1931-1956) en este periodo de veinticinco años, predominaron la estructura autoritaria y la falta de garantías electorales que impedían formar un autentico sistema de partidos. La mayoría de las elecciones fueron fraudulentas. Es un periodo de oscurantismo político, donde solo destacan, como hechos aislados y excepcionales, las dos únicas elecciones libres habidas en este ciclo,

en 1931 y en 1945, bien fuese con la participación directa (1931) o indirecta (1945) del Apra (Planas, 2000: 95).

Bustamante y Rivero obtiene el poder en 1945, pero las pugnas internas hacen fracasar el frágil sistema político. En el proceso electoral de 1945 triunfó del Frente Democrático (FD), opuesto a la candidatura dominante de la oligarquía. En el FD participaron el Apra y el Partido Comunista Peruano (PCP), aunque estaban aún en la ilegalidad. Se estableció un régimen democrático con una competencia limitada, con importantes exclusiones en relación a la participación política ciudadana y de partidos. El Parlamento, si bien inicialmente apoyó al presidente José Luis Bustamante y Rivero, se convierte luego en su abierto opositor, con el Apra como principal cabeza. La lucha política hace al país ingobernable; un sector aprista insurgente y armado se enfrenta al régimen y fracasa, lo que finalmente se produjo fue un golpe de Estado, que impuso un régimen de derecha que mantuvo el poder por ocho años.

d. La dictadura de Odría

La dictadura de Odría (1948-1956) se caracteriza como un régimen represivo que excluye y persigue a los partidos de bases populares (PAP y PCP). Sin embargo, a nivel sociopolítico un hecho importante es la apertura del derecho al sufragio de las mujeres en 1955, que votaron en las elecciones del año siguiente.

Asimismo, destaca el avance en el proceso de urbanización e industrialización, iniciado en los cincuenta, que estuvo acompañado por un proceso migratorio, que trajo como consecuencia, un crecimiento desbordante de Lima y otras ciudades, mostrando en toda su magnitud la crisis del agro y el resquebrajamiento de las bases del poder oligárquico.

e. Gobiernos entre 1956 y 1968

Al final de la dictadura de Odría, aparecieron tres nuevas agrupaciones políticas. Dos con carácter doctrinario explícito (el Partido Demócrata Cristiano y el Movimiento Social Progresista), en tanto que el Frente de Juventudes Democráticas (Acción Popular), giró alrededor de su candidato presidencial Fernando Belaúnde Terry. Como se recuerda, el aprismo estuvo ausente de las elecciones de 1956, regresando a la escena política en las elecciones de 1962.

La posterior incorporación del Apra al sistema político y el levantamiento del veto militar; tuvo como consecuencia, el acercamiento y pacto del aprismo con el odriísmo. Las consignas de lucha antioligárquicas fueron retomadas, en parte, por los nuevos reformismos representados por los partidos Acción Popular (AP) y Democracia Cristiana (DC) triunfadores de las elecciones de 1963; luego de que los militares anularan las de 1962, que otorgaba el triunfo al PAP liderado por Haya de La Torre (Tuesta, 1995: 34).

En todo este periodo existe un sistema político, que pasa de ser semicompetitivo entre 1956 a 1962 a ser competitivo a partir de 1963. A decir de Pedro Planas, fue un periodo de competitividad política. *“Desde 1956, por fin, se inicia un periodo de gran competitividad política, registrado en siete procesos consecutivos tres elecciones generales (1956,1962 y 1963), dos elecciones municipales (1963 y 1966) y dos complementarias (1966 y 1967)”* (Planas, 2000: 96).

Este periodo se caracterizó por un fuerte presidencialismo; sin embargo, debido al antagonismo entre las alianzas políticas que controlaban el Ejecutivo (Acción Popular-Democracia Cristiana) y el Parlamento (APRA-Unión Nacional Odriísta), se evitó muchas reformas propuestas por el Poder Ejecutivo, entre ellas, la postergada reforma agraria.

f. Gobierno Militar (1968- 1978)

La propagación de los ideales de la Revolución Cubana influyó en los primeros brotes insurreccionales de las guerrillas del Movimiento de Izquierda Revolucionario (MIR) y el Ejército de Liberación Nacional(ELN), que tuvo que hacer frente el gobierno de Belaúnde. Otra vez, el fracaso del sistema político lo llevó a una crisis económica y de gobernabilidad, que llegó a su fin, con el golpe militar del General Juan Velasco Alvarado en 1968, régimen que implantó un programa de reformas sociales y estatales.

Se observa en esta etapa de dictadura militar que, si bien no desaparece a los partidos, se deporta a algunos de sus líderes políticos e influyentes periodistas e intimida a los medios de comunicación y los confisca. *“Desde una perspectiva institucional, a diferencia de Leguía y de Odría, se trata de una dictadura más franca: no hay elecciones generales, ni parlamentarias, ni municipales, ni tampoco un simulacro de parlamento para mantener formalidades”* (Planas, 2000: 96).

Sin embargo, el carácter autoritario hacia la sociedad civil hizo surgir una fuerte oposición desde los gremios y sindicatos. Dentro de estos, hubo una clara presencia de diversos grupos de partidos de izquierda marxista de alternativa radical. El régimen del general Juan Velasco fue continuado, a partir de 1975, por el general Remigio Morales Bermúdez, este gobierno tuvo una fuerte oposición civil que, a partir de 1978, condujo a la transición democrática mediante las elecciones de 1979 para la Asamblea Constituyente y de las elecciones presidenciales de 1980.

En relación al sistema de partidos, se excluyó a todos los ejes de decisión, y no participaron sino en forma individual y secundaria al interior del gobierno (...). Al inicio, el poder militar no sabía qué hacer con los partidos: los tuvo al margen pero no los ilegalizó (...). Más tarde la propuesta del régimen pasó por la canalización de la participación política al margen y compitiendo con los partidos políticos. Posteriormente, un sector del régimen quiso formar el partido de la Revolución, en una solución a la mexicana, fracasando en su intento. Lo que se impuso, finalmente, fue lo que se denominó la ideología del no

‘partido’. Sin embargo, tras la caída de Velasco, si bien el general Morales Bermúdez establece un régimen más represivo contra la izquierda, intentará abrirse a otros partidos. Estamos pues, delante de un sistema político autoritario con exclusión de los partidos políticos (Tuesta, 1995: 37-38).

Las reformas del velasquismo cancelaron el viejo orden oligárquico, pero no logró cuajar un orden alternativo. Terminado el gobierno militar, la escena social y política del Perú resulta totalmente distinta; por lo que es importante ver, si es que los partidos que sobrevivieron o surgieron luego, se adaptan y responden a este nuevo panorama del país.

g. Panorama político de 1978-1990

Por primera vez en la historia, con las elecciones a la Asamblea Constituyente de 1979, se estableció en el Perú una democracia sin exclusiones políticas, que permitió la participación del APRA y de los partidos de izquierda. En la legislación electoral, en términos sociales, permitió a partir de entonces el voto de los analfabetos. El pluralismo ideológico estuvo representado por el aprismo, socialismo y reformismo conservador. En tanto, las fuerzas armadas replegaron su actuación política, a la vez que se inician las acciones subversivas del Partido Comunista Peruano Sendero Luminoso.

Desde 1978 hasta 1995, se desarrolló una secuencia electoral como nunca antes en la historia política peruana. Tuesta resalta que en este periodo el Perú tuvo un escenario altamente competitivo, como no había existido desde la República Aristocrática: tres elecciones generales (1980,1985 y 1990), cuatro municipales (1980,1983, 1986 y 1989), una constituyente (1978) y una elección regional (1989-1990).

En 1978 a la Asamblea Constituyente, doce grupos políticos compitieron por llegar a sus asientos, cifra muy elevada, nunca antes registrada en nuestra historia electoral. Diez partidos lograron representantes, sin embargo, tres de ellos (PAP, PPC y Frente Obrero Campesino Estudiantil del Perú - FOCEP) sumaron 71.5% de los votos,

lo que revela una elevada concentración del voto. En tanto, Acción Popular se abstuvo de participar. La Asamblea Constituyente, presidida por Haya de la Torre busca la reforma del Estado, para instaurar un nuevo orden que algunos avances, en esencia, mantiene la Constitución actual.

Otra característica que marcó estos años fue el fuerte componente ideológico que circulaba en la sociedad. Tanaka parafraseando un apunte de Nelson Manrique, dice

A mediados de los años ochenta, coexistían y competían duramente en el Perú uno de los partidos reformistas más importante de América Latina – el APRA– , que estaba en el poder, una de las izquierdas más fuertes tanto en el terreno social como electoral – Izquierda Unida– y una de las derechas con mayor respaldo social e ideológicamente consolidadas en la región – el Frente Democrático (Fredemo). Además lo hacían acosados por movimientos armados extrasistémicos como el Partido Comunista Peruano-Sendero Luminoso –sin duda uno de los más radicales de la historia del continente- y el Movimiento Revolucionario Tupac Amaru (MRTA). Todo esto ocurría en un contexto de creciente militarización y de una aguda crisis económica, cada vez menos manejable (Tanaka, 1998:18).

Posturas opuestas en extremo. Alan García, en el gobierno del APRA, planteaba las medidas del no pago de la deuda externa y la nacionalización del sistema financiero; Vargas Llosa defendía el liberalismo doctrinario político y de mercado; el llamado '*Pensamiento Gonzalo*', de Abimael Guzmán, que atentaba contra el viejo sistema capitalista, tal como sentenciaban en su prédica.

Gobierno de Fernando Belaúnde

En las elecciones generales de mayo de 1980 participaron quince agrupaciones, hubo una alta concentración del voto: en Acción Popular liderado por Fernando Belaúnde (42.2% en presidencial, 40.9% en senadores y 38.9% en diputados) y en el PAP cuyo candidato presidencial fue Armando Villanueva (27.4% en la presidencial, 27.6% en senadores y 26.5% en diputados).

La devolución de los medios de comunicación a sus antiguos propietarios es la

primera acción que toma el gobierno de Belaúnde, con lo cual la televisión, mediante inversiones, lleva a cabo cambios tecnológicos, a la vez que la programación varía.

El 17 de mayo de 1980, momento en que se retornaba a un gobierno democrático mediante la elección de Belaúnde; se inicia, con la quema de 11 ánforas en la localidad de Chuschi (Ayacucho), la ofensiva subversiva del PCP Sendero Luminoso, que va a marcar la configuración del sistema político y social con el recrudecimiento de la violencia armada. La participación de los militares, en la lucha armada contra el terrorismo, va a ser causa de varios problemas en el gobierno, debido a los atropellos de los derechos humanos en muchas comunidades andinas.

En el plano del sistema político, las diferentes agrupaciones de izquierda logran consenso al reunirse en una sola agrupación. Izquierda Unida dirigida por Alfonso Barrantes ganará las elecciones a la alcaldía de Lima en 1983. Mientras el partido Aprista, tras la muerte de su líder fundador, consolida su presencia a través de un nuevo líder carismático, Alan García Pérez. Son tres fuerzas las que configuran en los primeros años de los ochenta, la alianza Acción Popular-PPC, el Partido Aprista y la Izquierda Unida. La presencia del Partido Aprista se mantendrá constante en las elecciones hasta finales de la década.

Gobierno de Alan García

En las elecciones generales de 1985 hubo una tendencia de concentración, similar a la anterior, esta vez las preferencias ciudadanas se dividieron en dos grandes agrupaciones, de nuevo el PAP comandado por Alan García y en el frente electoral Izquierda Unida representado por Alfonso Barrantes Lingán, alcalde de Lima.

En 1985, en medio de una profunda crisis económica y recrudecimiento de la violencia política, con las segundas elecciones presidenciales el Perú vivió su quinto proceso electoral consecutivo. El APRA ganó obtuvo la primera mayoría a nivel nacional y conquistó la mayoría absoluta en las dos cámaras legislativas (...). Su gobierno al igual que el

anterior, empezó con apoyo ciudadano, pero a la mitad de su gestión se vio imposibilitado de cumplir las promesas ofertadas. A pesar de haber triunfado en las elecciones municipales de 1986, posteriormente tuvo que enfrentarse a una situación crítica en el ámbito económico derivada del fracaso de su modelo (Tuesta , 1995: 41-42).

Ante los malos resultados, del gobierno de García y del precedente, se inicia la ruptura entre el voto ciudadano y los llamados partidos ‘tradicionales’. Los fracasos y la patente corrupción en los dos gobiernos que asumieron la conducción del país, luego de la Asamblea Constituyente de 1979, contribuyeron al abandono del apoyo popular a los partidos políticos. En tanto, que en el caso de la Izquierda Unida, vuelve a dividirse en pequeños grupos; algunos, quedan muy afectados por falta de un deslinde público, inequívoco con las acciones subversivas de los grupos armados.

A finales de la década de los ochenta, se inicia la denominada ‘crisis de los partidos políticos’ y el auge de los movimientos independientes. Fue en las elecciones municipales de 1989, donde los llamados movimientos políticos independientes, empezaron a atraer las preferencias electorales; a raíz del desencanto con los gobiernos y la clase política que dirigía los principales partidos. La elección de Ricardo Belmont como alcalde de Lima, por el movimiento Obras, fue el primer llamado de atención de un fenómeno que se apreciaría en toda su magnitud en las elecciones generales de 1990; por primera vez, los electores peruanos dejaron de votar mayoritariamente por los partidos más importantes, que ingresaba a una grave crisis de representatividad y credibilidad.

h. Fujimori: década de la crisis de partidos¹¹

En las elecciones generales de 1990, los candidatos independientes, Vargas Llosa que lideraba el Fredemo (frente conformado por el Movimiento Libertad, AP y PPC) y Alberto Fujimori, líder de Cambio 90, se enfrentaron en la segunda vuelta, donde las preferencias ciudadanas le dieron el triunfo a un oscuro candidato sin ninguna organización política. *“Sin una organización partidaria, pasado político y con pocos recursos, el candidato Fujimori dio la sorpresa, en tanto los partidos políticos grandes sufrían una pérdidas antes impensada de preferencias electorales”* (Tuesta, 1995: 43).

A pesar de ganar las elecciones presidenciales, Fujimori no obtuvo mayoría en ninguna de las dos cámaras del Congreso. El APRA, a pesar de la crisis de su gobierno, obtuvo el 20% de votos. El parlamento de 1990 se caracterizaba por el pluralismo de fuerzas entre los partidos tradicionales y los improvisados movimientos independientes. Constituía el principal obstáculo para los planes a largo plazo del nuevo régimen. Fujimori desató una dura campaña contra los partidos políticos y los otros poderes del Estado, el Parlamento y el Poder Judicial, sintonizado con las críticas ciudadanas.

Para los planes del gobierno cívico-militar autoritario, que diera un nuevo rumbo al país, el débil sistema democrático y sus instituciones representaban un estorbo. La falta de capacidad de los partidos políticos de la década de los ochenta, para enfrentar de manera concertada la crisis económica, la violencia interna y la pobreza; trajo el desprestigio de los partidos y se impuso el pragmatismo en las acciones de gobierno. Es por ello, que a pesar de los casos de corrupción del entorno familiar del jefe de Estado

¹¹ Cuando Tanaka se refiere a la crisis del sistema de partidos político peruano señala que el sistema político establecido entre 1972 a 1992, aunque joven y débil, cumplía con los tres requisitos mínimos: desempeño del sistema de partidos en la arena electoral; capacidad de intermediar en lo político los intereses y las demandas de los principales grupos de interés y movimientos sociales y; compromiso de los actores políticos con las reglas de juego democrático, respeto al pacto político. Menciona, “En mi caso en la medida en que estoy interesado en explicar el colapso del conjunto de partidos protagonistas de los años ochenta, prefiero hablar de sistemas, al menos cumpliendo requisitos mínimos, y no solo en la arena electoral” (Tanaka, 1998, 72).

que el Congreso investigaba, el autogolpe de Estado fue apoyado por la ciudadanía, que lo entendía como un acto necesario para que el gobierno imponga firmemente su política de *'cambio: honradez, tecnología y trabajo'* sin las trabas político-burocrática de los partidos en el Congreso.

El autogolpe del 5 de abril fue decisivo para cambiar el rumbo definitivo del débil *'sistema de partidos'* hacia el dominio electoral de los movimientos independientes.

Quando Fujimori fue elegido legalmente en 1990, estábamos en medio de una hiperinflación fuera de control con recesión económica y aislamiento financiero internacional por el no pago de la deuda externa. Ello, sumado a una guerra política basada en el terror, desatada por el grupo "Sendero Luminoso" y la represión militar indiscriminada, llevó a la sociedad entera, en todos sus sectores, particularmente los populares, a una sensación de seguridad extrema. En ese contexto se produjo el colapso del régimen liberal entonces existente y la desaparición de los partidos. Más del 80% del país apoyó el "autogolpe de Estado" (5/4/1992) que diera Fujimori instalando un "Gobierno de Emergencia y Reconstrucción Nacional". Se cerró el Congreso, se intervino el Poder Judicial y el Ministerio Público. Este régimen surgió del acuerdo entre el outsider Fujimori y las Fuerzas Armadas y logró su control de recursos de acción y en parte por el azar, resolver la inflación y la violencia política. Cuando Fujimori, que ya había implementado drásticamente las medidas de liberalización económica del llamado "Consenso de Washington", prometió regresar al Estado de derecho y a las elecciones, el apoyo público y privado internacional fortaleció plenamente la alianza en el poder (Ames *et al.*, 2001: 19).

Para Enrique Bernaldes, si bien el golpe del 5 de abril se materializó con la disolución del Parlamento, desde el primer momento la acción de Fujimori estaba dirigida esencialmente contra los partidos políticos. Según este autor, *"la legitimación del golpe tiene en esta hipótesis dos niveles: el primero es el de la formalización de las responsabilidades en las instituciones que no funcionan: Parlamento, Poder Judicial. Pero el segundo nivel y el más importante y sustantivo, es sin embargo otro, consiste, desde la perspectiva de los golpistas, en afectar de manera radical el poder de los partidos, la capacidad manipuladora de éstos; la habilidad para condicionar o interferir las decisiones gubernamentales desde las cúpulas políticas"* (Bernaldes, 1993:

47- 48).

El interés del régimen era debilitar la democracia representativa, como lo indica Cotler, “*Fujimori se hizo eco de los intereses militares al poner en marcha una sistemática campaña que responsabilizaba a los partidos políticos, a las organizaciones sociales y a las instituciones estatales por el caos del país*” (Cotler, 2000: 24).

El conjunto de disfunciones del sistema, como la conducta de confrontación, la capacidad de generar consensos, el fuerte presidencialismo, parlamento ineficaz, leyes electorales benevolentes, sistema electoral incoherente, carencia de ley de partidos, crisis económica y violencia; no permitieron responder al embate de la autocracia fujimorista, lo que acentuó la crisis de los partidos.

Sin embargo, a pesar de la pérdida de representatividad, durante los últimos años del régimen de Fujimori, los partidos políticos que desde el gobierno fueron atacados sistemáticamente, no dejaron de ser importantes para la defensa de la democracia y en la denuncia de los atropellos contra los Derechos Humanos y del fraude electoral:

Precisamente en esta última fase, la de la lucha contra las elecciones fraudulentas del año 2000, permitió a los partidos un espacio de lucha política, desde el que se propició un encuentro con diversos grupos organizados de la sociedad civil, que no dudaron en coordinar sus acciones de protesta y de resistencia con los partidos políticos. Por otro lado, si bien los partidos carecieron en el Parlamento del número suficiente de votos para oponerse a la legislación pro fraude a favor de la reelección de Fujimori, no dejaron de generar una influencia en la formación de una amplia corriente de opinión pública creciente contraria a la reelección y dispuesta a resistir y desconocer un resultado que se sabía por adelantado, aseguraría a Fujimori un tercer mandato consecutivo (Ames *et al.*, 2001: 164).

Con la caída del fujimorismo y la recuperación democrática, a los partidos políticos se les presentó una excelente oportunidad para volver a posicionarse en el escenario político que les corresponde. Pero, tal como se advierte, la crisis de partidos políticos es un fenómeno internacional presente. A nivel mundial, los partidos tienen

serios cuestionamientos que están dirigidos a criticar su rol como instituciones de participación, organización y representación política de la población. Asimismo, se observa el abandono de la ideologización que caracterizó a las décadas pasadas. Los ciudadanos se han apartado de la militancia política dentro de los partidos.

3.4. Características del sistema político peruano 2000- 2004

El trabajo de campo de la presente investigación, se realizó durante el segundo semestre del 2003. Por lo correspondiente, se describe el contexto político del periodo 2000 – 2004.

Hasta el 2003, como se ha mencionado en este capítulo, no existía una norma que regule la organización y funcionamiento de los partidos políticos. Este hecho nos permite afirmar que, en realidad, no existen organizaciones políticas partidarias, con una sólida estructura a nivel nacional; quizá el partido más cercano a cumplir este requisito sea el PAP. Según los autores Ames, Bernales, Roncaglilo y Sinesio López esto “lleva a afirmar que los miembros de las organizaciones partidarias carecen de medios objetivos para influir en la política partidarias y en la selección de candidatos. Ambos factores, explican su crisis de credibilidad y de representación”. Aunque los autores también reconocen cambios positivos en la recuperación del sistema de partidos en estos últimos años.

Asimismo, los partidos políticos cargan con el peso de su responsabilidad política de las violaciones de los derechos humanos durante la lucha contra el terrorismo entre 1980 y 2000. La Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR), en su Informe Final llamó la atención a los partidos políticos y a aquellos dirigentes de la época *que “renunciaron a, o no lograron, asumir la grave responsabilidad de ofrecer al país caminos de paz y concordia y que guardaron frecuentemente silencio frente a la trágica*

historia que vivió nuestra sociedad, padecida también por muchos de sus miembros, así como a los partidos y dirigentes actuales para que, considerando por sobre todo los altos intereses de la nación, asuman su responsabilidad y cumplan con el papel que les corresponde en la consolidación de la vida ciudadana”

Luego de la fuga de Fujimori y posterior renuncia desde Japón, se instaló el Gobierno de Transición de Valentín Paniagua, presidente del Congreso, representante del partido Acción Popular. El gobierno de Paniagua se instaló a fines de noviembre de 2000, la composición de su gabinete ministerial fue de apertura, debido a la convocatoria plural de connotados personajes, su signo característico fue el ajuste de su comportamiento a la ley y el respeto al Estado de derecho.

Se reconocen que los derechos civiles y políticos fueron los más restringidos durante el régimen autoritario de Fujimori, siendo uno de los principales motivos de indignación popular y el rechazo de la sociedad hacia el régimen, convirtiéndose en uno de los factores que finalmente contribuyó a su caída. En el gobierno de transición, este punto fue una de las principales demandas sociales y una suerte de deuda del gobierno con la sociedad, que le brindó su apoyo en su conformación y legitimidad. *“Por ello las medidas tomadas para volver al Estado de derecho han sido bien recibidas entre la población. El ejemplo más ilustrativo de esto lo constituyen, sin lugar a dudas, los multitudinarios mítines que convocaron los diversos candidatos a la presidencia (Lourdes Flores, Alejandro Toledo y Alan García) en las elecciones pasadas”* (Ames et al., 2001: 86 - 87).

a. Gobierno de Alejandro Toledo

Después de ocho meses de Gobierno de Transición, asume la presidencia Alejandro Toledo, líder de Perú Posible, nueva agrupación política que disputó en segunda vuelta con el ex presidente y candidato del Apra, Alan García. Su agrupación

Perú Posible, es una organización política electoral que agrupa a políticos y personajes independientes de distintas tendencias o de ‘todas las sangres’ como coloquialmente llama el líder a su movimiento.

A diferencia de los gobiernos de los ochenta, en las últimas elecciones la ciudadanía no dio la mayoría absoluta en el parlamento a ninguna agrupación, los votos estuvieron repartidos entre Perú Posible, el Apra, Unidad Nacional y el Frente Independiente Moralizador. Se repite así un similar escenario parlamentario con el que Fujimori convivió los dos primeros años de su gobierno antes del autogolpe de 1992; escenario que reflejará, qué tanto las agrupaciones políticas del país y sus representantes han madurado en la convivencia que exige la reconstrucción o refundación de un sistema de partidos políticos.

En síntesis, el escenario político peruano sufrió severas transformaciones durante los dos últimos años. Se pasó de un gobierno dictatorial en un contexto de elecciones amañadas a un proceso de transición hacia la democracia. En esta última fase, el tablero político fue ocupado por los partidos democráticos que no solo se reposicionaron políticamente sino que además deberán ser los protagonistas en un futuro inmediato de las grandes reformas políticas, constitucionales y legales (Ames *et al.*, 2001: 168-169).

Al inicio de su gobierno, el presidente Toledo trató de continuar e impulsar las reformas políticas del gobierno de transición, como la vigencia del sistema democrático, el apoyo a la Comisión de la Verdad y Reconciliación, el proceso de descentralización y otras medidas. Al comienzo del gobierno de Perú Posible, el presidente convocó a las agrupaciones políticas y organizaciones de la sociedad civil a trabajar en el documento del Acuerdo Nacional para buscar un consenso en el rumbo político, económico y social del país a través de políticas de Estado concertadas.

Sin embargo, durante los tres años del gobierno de Alejandro Toledo, los escándalos de corrupción, la falta de respuesta hacia las demandas sociales, la ineficacia de la concertación entre los grupos políticos, han puesto de nuevo en peligro la

estabilidad del sistema. Las constantes encuestas no dejan de recordar el descrédito y la carencia de representatividad, no solo del presidente, sino de casi toda la clase política y sus instituciones.

El rumbo del país parece sin dirección, no hay cambios en las políticas económicas, un continuo crecimiento de índices macroeconómicos que no logra transformar la realidad de la pobreza extrema y recesión en que se encuentra el país, no se ha reactivado suficiente el aparato productivo, mientras la burocracia y la deuda externa consumen el presupuesto del Estado en constante déficit.

Al 2004, con el fracaso en las acciones del gobierno, se entreveía una amenaza a la consolidación y establecimiento del sistema político, que evite un retroceso dirigido a liderazgos autoritarios. La clase política, tanto del oficialismo como de la oposición, no ha sabido responder a las exigencias de la transición democrática, el consenso en las políticas de Estado a las cuales llegaría el Acuerdo Nacional, ha dejado ver la falta de compromisos y propuestas para la solución de los agudos problemas y crisis social permanente que sufre el país. Acciones y omisiones que una vez más siembran el desprestigio de los políticos y el sistema en general.

A la luz de acontecimientos, como la investigación por falsificación de firmas del partido de gobierno y otros actos de corrupción, las huelgas laborales, conflictos por las privatizaciones, el lento avance del proceso de descentralización, el fracaso de la concertación de las fuerzas políticas y la sociedad civil en el Acuerdo Nacional, así como en las Mesas de Lucha Contra la Pobreza, la magra resonancia y recepción de las recomendaciones de la Comisión de la Verdad y Reconciliación, la disfunción de los programas de apoyo a los sectores en pobreza y extrema pobreza, reformas institucionales como del Poder Judicial, Contraloría General, la Policía Nacional y la Fuerzas Armadas, cambios en la Procuraduría del Estado, penas más severas para la

corrupción pública, violación de derechos humanos, delincuencia, entre otras demandas, que eran necesarias para fortalecer el sistema y no se han realizado, puede evaluarse que la transición que representaba el gobierno de Perú Posible y la presencia de partidos y grupos políticos en el Congreso no ha logrado cubrir las expectativas de la sociedad; por lo cual, seguimos con un sistema político débil, golpeado desde el interior, por la confrontación y de futuro incierto. Por esos motivos, se establecía un panorama desalentador, donde los partidos no responden a las exigencias de los ciudadanos y a las nuevas prácticas políticas que afectan su modo ser.

b. Los partidos y movimientos políticos peruanos

Los partidos peruanos son instituciones poco enraizados políticamente en la conciencia ciudadana, la gran mayoría son relativamente jóvenes, algunos surgieron en situaciones de crisis, como el caso de Perú Posible, Cambio 90, Solidaridad Nacional, Renovación, Somos Perú, entre otros. A decir de Bernales, entre sus principales características, están ser electoralistas (carecen de continuidad entre elección y elección), líderes carismáticos caudillistas, pretenden carácter nacional, organización cerrada, de base predominantemente territorial y estructuradas de arriba abajo. La renovación de las dirigencias se hace por asambleas de base, en el primer nivel o escalafón de la militancia, utilizándose la modalidad de la asamblea regional o provincial para el segundo nivel y el Congreso Nacional para la elección de los dirigentes nacionales, reuniéndose este organismo cada tres o cuatro años.

La militancia partidaria, si no forma parte de alguno de estos organismos locales, regionales o nacionales, no tiene literalmente nada que hacer, salvo en los casos que la organización partidaria tenga trabajos de tipo sectorial.

En términos generales, la organización partidaria resulta centralizada, elitista, selectiva y concentra la decisión en muy pocas manos. Por lo tanto, independientemente

de la identidad y de la propuesta democrática del partido, éste o éstos no son democráticos en su organización, presentando un blanco débil, que en la práctica, se convierte en propicio para los ataques de todos aquellos que son proclives a las prédicas antipartido, tras las que ocultan concepciones sustantivamente antidemocráticas. (Bernales, 1993: 54)

Al analizar el contexto actual del sistema político, con una mirada a los tres momentos de clasificación mencionados por Neira, el autor determina en el tiempo actual, la convivencia de los partidos de masa con los movimientos independientes. Seguidamente se pregunta ¿Qué sistema es éste, que abarca a organizaciones tan disímiles, ideológicas unas y pragmáticas otras, estructuradas o laxas, y de lealtades distintas? Para él, lo cierto es que esa situación expresa la heterogeneidad de la propia sociedad peruana.

Del mismo modo, la personalización de la representación política, es un factor que debilita a los partidos dentro del Congreso, ya que si uno de los congresistas renuncia al partido o agrupación, continúa dentro del Parlamento; en tanto que las agrupaciones, poco a poco, pueden ir perdiendo el peso de representación que obtuvieron en las elecciones.

La falta de continuidad del sistema no ha permitido generar una clase política, no hay políticos de formación, que se legitimen en la administración pública. El poder es un lugar para la improvisación. Neira observa una ausencia de clase política, que acentúa el personalismo. Y ante el crecimiento de la sociedad civil y la concepción como problema generalizado, propone que los partidos si bien son necesarios, pueden que tengan que compartir un poco el terreno político y la toma de decisiones. Es necesario aumentar la representación, concluye el autor, más democracia para sanar la democracia de los partidos.

Con respecto a los partidos y agrupaciones políticas que existían en el 2004, el panorama resulta incierto. Dada la nueva Ley de Partidos, muchos de ellos inscritos con representación en el Congreso, han valido su inscripción adecuando su organización a los requerimientos de la ley. Según la información del Jurado Nacional de Elecciones, en ese año se encuentran registradas 22 organizaciones políticas, que se preparaban para participar en las elecciones generales del 2006. Entre ellas destacaban:

- *Partido Aprista Peruano (PAP)*: Entre los partidos y grupos políticos el Apra constituiría el partido mejor organizado y disciplinado, tal vez el único que podría llamársele partido, con presencia a nivel nacional. Con más de 70 años de trayectoria, historia que en un inicio tuvo visos de facción clandestina y vetada participación, luego de pasar a la legalización mantiene una participación cardinal en la vida política del país. Es la principal fuerza política, luego que en las últimas elecciones generales compitiera por la presidencia en segunda vuelta con el movimiento Perú Posible y se constituyera en la segunda minoría en el Parlamento, con la presencia de un grupo muy disciplinado con respecto a las decisiones de la dirigencia del partido. Asimismo, en las elecciones regionales el Apra ganó la presidencia de 11 de las 25 regiones, siendo la agrupación política que dirige más consejos regionales. Aun así, la imagen del partido en la población arrastra un sesgo negativo, producto de la crisis económica, denuncias de corrupción y avance del terrorismo, que dejó el primer gobierno aprista. En Alan García encontraron la imagen que remplazó al caudillo fundador, Víctor Raúl Haya de la Torre, creador de la doctrina aprista, cuya obra ideológica es muy poco conocida por las nuevas generaciones. En lo doctrinario el APRA, si bien ha variado muchas de sus posturas, su ubicación ideológica se mantiene dentro de la socialdemocracia latinoamericana. La consolidación política del Apra es la más firme de todo el 'sistema', el éxito de la campaña de apertura de su padrón de militantes ha permitido captar

nuevos miembros y asegurar su vigencia partidaria.

- *Alianza Unidad Nacional (UN)*: tiene al PPC como la mayor fuerza ideológica y organizativa, acompañado por el Partido Renovación y el Partido Solidaridad Nacional. Es, entre las agrupaciones políticas con representación en el Parlamento, la segunda fuerza de oposición. Su nuevo liderazgo se basa en el respaldo que tuvo la candidata demócrata cristiana del PPC, Lourdes Flores en las elecciones presidenciales del 2001, así como, el éxito en las elecciones municipales a la alcaldía de la capital del líder del movimiento Solidaridad Nacional, Luis Castañeda Lossio. Se observa en el caso del PPC, si bien mantiene la alianza con fines electorales, realizó esfuerzos para modernizar su organización a través de la renovación de sus cuadros políticos, elecciones internas; sin embargo, mantiene los postulados ideológicos de la democracia cristiana.

- *Acción Popular*: Antes de la elección de Valentín Paniagua como presidente del Gobierno transitorio 2000-2001, el partido del ex presidente Fernando Belaúnde, que gobernó antes y después del gobierno militar revolucionario parecía condenado a desaparecer. El reducido apoyo electoral, la migración de sus representantes a otros movimientos políticos, la pérdida de su organización a nivel nacional, la ausencia de la figura del líder relataba que estábamos ante la agonía del partido que postulaba “El Perú como doctrina”. Sin embargo, el desempeño y cualidades de Valentín Paniagua durante los ocho meses de gobierno dieron la oportunidad de relanzamiento del partido, que aunque no obtuvo mayor representación en el Congreso, viene intentando su reorganización. Hay que añadir que la figura de Valentín Paniagua, reconocido como líder de opinión de la oposición, ayuda a la presencia de AP como fuerza política, sin embargo, parece no ser suficiente sostén para la organización.

- *Perú Posible (PP)*: Los errores de la gestión del gobierno han provocado que el futuro del actual movimiento oficialista sea incierto al término del mandato presidencial. El

grupo parlamentario y el movimiento en sí carecen de una dirección clara, la organización del movimiento no responde a un ideario o doctrina que cohesione a sus miembros. Definido con un movimiento de “todas las sangres” (frase tomada de la narrativa arguediana), al parecer la transfusión de diferentes tendencias políticas de la que provienen sus representantes, afecta al funcionamiento orgánico del cuerpo de este movimiento político. Las denuncias de corrupción de congresistas, ministros, familiares del presidente; los desatinos del jefe del Estado y de su entorno inmediato, la renuncia de varios parlamentarios a la bancada, mantiene un gobierno agobiado por elevada desaprobación que innumerables encuestas de opinión arrojan y la pésima relación con la prensa.

- *Frente Independiente Moralizador (FIM)*: Su alianza parlamentaria con Perú Posible le permitió formar parte del actual gobierno, sin embargo, debido a diversas denuncias de corrupción y el fracaso del gobierno frente a mejorar las condiciones sociales, las denuncias contra su líder, este movimiento ha cosechado el mismo descrédito del movimiento oficialista. La imagen moralizadora de Fernando Olivera con el paso de los meses junto al gobierno ha pasado al descrédito.

- *Movimientos Fujimoristas*: conformado por los movimientos organizados por Fujimori con fines electorales, inscritos en el Jurado Nacional de Elecciones: Cambio 90, Nueva Mayoría y Vamos Vecinos. Su líder pese a estar en el extranjero, prófugo de la justicia peruana, conserva el apoyo de un sector considerable (aproximadamente 20% de aceptación electoral según diversas encuestas realizadas en el 2004) lo que puede asegurar la participación en los asuntos políticos de los representantes del fujimorismo en los próximos años.

- *Unión Por el Perú(UPP)*: hasta ese entonces, era un partido con una pequeña representación en el Congreso. Su fundador, el ex Secretario de la ONU, Javier Pérez de

Cuellar, ya se había alejado de la conducción del partido.

- Movimiento Nueva Izquierda (MNI): Surge en las últimas elecciones municipales del año 2002 como una organización que reúne a varios grupos de izquierda representados por Rolando Breña Pantoja. La organización de la izquierda en el Perú, siempre se vio mellada por los mismos conflictos y tendencias internas, luego del intento de la IU en los años ochenta, no se ha logrado constituir un partido que hegemonice las simpatías del sector popular al que pretenden representar. Con la caída del muro de Berlín y el derrumbe de la URSS, hubo un debilitamiento de las doctrinas de la izquierda comunista en el mundo. A causa de todo ello, hemos vistos en los últimos años que gran parte de sus figuras más conocidas migraron a movimientos de diversa índole ideopolítica.

Además existen otros partidos a nivel municipal como Somos Perú y Solidaridad Nacional, liderados por Alberto Andrade y Luis Castañeda Lossio, respectivamente.

Asimismo, junto al sistema de partidos políticos ‘formalizados’, que en realidad nunca se ha constituido en el Perú como tal, existen partidos y movimientos que si bien no tienen representación en el Parlamento, el despliegue de sus acciones dentro de los gremios y sindicatos no pueden ser ignorados. El más claro ejemplo, es el Partido Comunista del Perú-Patria Roja (PR), que controla el sindicato de profesores; además, mediante su facción juvenil, Juventud Popular actúa en la movilización estudiantil dentro de las universidades. Es un partido presente por muchos años en la arena política, que en varias oportunidades, ha ejercido presión en el sistema mediante sus acciones políticas, como en el caso de las huelgas del Sindicato Único de Trabajadores de Educación del Perú (SUTEP) que paralizan el funcionamiento de las escuelas.

c. Partidos antisistema

Como se mencionó anteriormente, el sistema político peruano ha sido fuertemente afectado por la incursión de grupos subversivos. El llamado Partido Comunista Peruano-Sendero Luminoso (PCP-SL) ha sido desde 1980 el principal partido antisistema que ha tenido el Perú a lo largo de su historia y el que más daño ha ocasionado. El Informe Final de la Comisión de la Verdad y Reconciliación (CVR) denuncia que la causa inmediata y fundamental del desencadenamiento del conflicto armado interno, fue la decisión del PCP-SL, de iniciar la *lucha armada* contra el Estado Peruano; a contracorriente de la abrumadora mayoría de peruanos y peruanas, y en momentos en que se restauraba la democracia a través de elecciones libres.

Para la CVR, el PCP-SL fue el principal perpetrador de crímenes y violaciones de los derechos humanos tomando como medida de ello la cantidad de personas muertas y desaparecidas. Fue responsable del 54 por ciento de las víctimas fatales reportadas a la CVR. Esta cuota tan alta de responsabilidad del PCP-SL es un caso excepcional entre los grupos subversivos de América Latina y una de las singularidades más notorias del proceso que le ha tocado analizar a la CVR. La CVR considera que el PCP-SL sustentó su proyecto en una ideología de carácter fundamentalista, centrada en una rígida preconcepción del devenir histórico, encerrada en una visión únicamente estratégica de la acción política y, por tanto, reñida con todo valor humanitario. El PCP-SL desdeñaba el valor de la vida y negaba los derechos humanos (Comisión de la Verdad y Reconciliación, 2003: 1).

Otra agrupación subversiva fue el Movimiento Revolucionario Túpac Amaru (MRTA), desarrolló una práctica guerrillera de enfrentamiento con el Estado. Es necesario mencionar a estos grupos, en la medida en que afectaron las prácticas políticas en diferentes sectores de la sociedad peruana, como en el caso de las universidades públicas, donde la prédica de ambos captó adeptos y militantes.

Al parecer, las intenciones de recomponer la organización senderista no han sido dejadas de lado por su dirigencia. La derrota de Sendero Luminoso no fue total, los miembros de su comité central volverán a ser juzgados; es muy probable que sus militantes traten de regresar a las universidades, infiltrarse en los sindicatos y en

algunos partidos políticos. Mientras tanto, según nos informan los medios de comunicación, en la zona de la Selva del Alto Huallaga, reducidos grupos armados continúan enfrentándose al Estado.

3.5. Sociedad civil y ciudadanía

Al hablar del sistema político democrático actual, no es posible dejar de mencionar el papel de la sociedad civil, lo que hace necesario establecer un concepto de sociedad civil y ciudadanía. Comenzaremos por este último, ya que al tener interés la participación de los jóvenes en política y su atención sobre los asuntos públicos, buscamos saber acerca de cómo el joven construye su ciudadanía.

Ciudadanía es un concepto polisémico, no hay una definición única; porque no existe una sola concepción de ciudadanía, ni existe un solo tipo de ella en la historia del mundo moderno, explica Sinesio López¹². Por esa razón, habrá tantos tipos de ciudadanías como tipos de comunidades políticas modernas.

El autor distingue, entre tipos de ciudadanía y concepciones de ciudadanía. Aquellas serán las reales o existentes; mientras, estas son las ciudadanías imaginadas. López trata de encontrar un denominador común entre ciudadanía real e imaginaria. Por esta razón, desarrolla un concepto básico o una especie de definición mínima : *“un ciudadano es el individuo o comunidad de individuos con derechos garantizados por el Estado y con responsabilidad hacia la comunidad política de la que forma parte. Esta breve definición de ciudadanía tiene la virtud de recoger la dimensión pasiva de la ciudadanía –la ciudadanía como derechos- e integrarla con su dimensión activa: las*

¹² La ciudadanía moderna tanto clásica como contemporánea ha sido vista desde diversas perspectivas que pueden ser agrupadas, grosso modo, en liberales, marxistas comunistas, democrático liberal, social demócrata y comunitarias. El debate actual toca asimismo dos temas importantes: la ciudadanía activa y las ciudadanías diferenciadas. El escenario de esta última etapa del debate sobre la ciudadanía es el mundo globalizado. Para la referencia respecto con los autores que desarrollaron estas concepciones consultar el capítulo segundo del libro *Ciudadanos reales e imaginarios* de Sinesio López.

responsabilidades que los ciudadanos tienen con la comunidad política a la que pertenecen” (López, 1997: 119).

Es posible medir el nivel de ciudadanía o los niveles de ciudadanía en una población, como lo ha realizado Sinesio López, a partir del acceso al ejercicio de sus derechos ciudadanos y al acceso a una vida digna. El ejercicio de una ciudadanía real dentro del sistema democrático, requiere que las personas satisfagan algunas necesidades prioritarias como alimentación, educación y salud.

El ejercicio de la ciudadanía se orienta a la organización de la sociedad civil. *“La ciudadanía, más que un concepto, es un conjunto particular de nociones, actitudes y formas de reflexión y acción en personas y organizaciones, que motiva y orienta su participación activa en asuntos de interés colectivo” (Chávez, 2000: 35).*

Pasamos así a establecer qué significa sociedad civil dentro de la teoría democrática. Desde una perspectiva de la comunicación social, Claudio Flores utiliza el concepto de sociedad civil, desarrollado a partir de la teoría de la acción comunicativa de Habermas, por Jean Cohen y Anderson Arato.

Ellos encuentran el fundamento mismo de la sociedad civil en las instituciones y formas asociativas, que necesitan de la acción comunicativa para su reproducción. Desde esta perspectiva, la sociedad civil sería un espacio en que se generan procesos de aprendizaje colectivo. Las asociaciones y movimientos generan nuevas potencialidades culturales que se estabilizan selectivamente por medio de la creación de nuevas instituciones sociales, nuevas leyes y aparatos. Observamos, entonces, que sociedad civil implica organización y gestión. Una sociedad vigorosa es aquella donde encontramos una amplia diversidad de organizaciones de ciudadanos con las más variadas metas y objetivos (Flores, 1998: 12).

Se establece una relación de sociedad civil con los espacios ordinarios de participación directa del ciudadano común en los debates públicos y en el diseño de programas sociales y políticos. Solo una sociedad civil organizada, podrá definir una sociedad como realmente democrática. La sociedad civil es un lugar de actividad política para los ciudadanos, donde pueden influir en la toma de decisiones y vigilancia

del poder del Estado.

Cuando hacemos referencia a sociedad civil, estamos reflexionando sobre el conjunto de instituciones cívicas y asociaciones voluntarias, que median entre los individuos y el Estado. Es el caso de las Organismos No Gubernamentales (ONG), Organizaciones Sociales de Base (OSB), colegios profesionales, las iglesias, gremios de trabajadores, entre otros. *“Constituyen por tanto espacios de actuación claramente diferenciados respecto del aparato estatal y del mercado (...) La función de estas instituciones – desde un punto de vista político– consiste en articular corrientes de opinión pública, de actuación y deliberación ciudadana que permita hacer valer las voces de los ciudadanos ante el Estado en materia de vindicación de derechos y políticas públicas”* (Gamio, 2004: 1).

Cuando Marván evalúa la crisis de los partidos y la globalización, se detiene en describir el desempeño de las ONG, instituciones muy activas de la sociedad civil, cuyas actuaciones atraviesan las fronteras nacionales, organizaciones que llegan a competir con sus propuestas e incidencias en la vida de la población.

Los partidos políticos son también asociación de ciudadanos, constituyen también parte de la sociedad civil, pero que por muchos años y dentro del orden normativo eran el nexo privilegiado de representación y participación entre el Estado y la sociedad civil. Y si bien se afirma, que la sociedad civil no pretende usurpar la labor de los partidos o de las autoridades, sino ofrecer espacios para la práctica política ciudadana, los cambios y nuevos protagonismos de las instituciones sociales en las acciones del Estado, suma su granito de arena en la debilidad de los partidos políticos como entes de representación. Porque, mientras que las instituciones de la sociedad civil dividen sus actuaciones en temas de interés específicos, los partidos políticos tratan de abordar la problemática social general en un Estado.

Dada las diferencias sociales y culturales de nuestro país y por tanta diversidad de intereses, contamos con una sociedad civil muy plural y a la vez, muy fragmentada. Nuestra pluralidad pasa por las iglesias, las ONG, sindicatos, instituciones educativas, artísticas empresariales, organizaciones populares, comunidades nativas, entre otras.

Para entender la exposición de este capítulo, se diría que se ha expuesto cómo se organiza nuestro Estado-nación como sistema democrático, con sus instituciones constitutivas que de manera hegemónica se basan en la teoría democrática liberal, no por defender el orden político económico, sino porque es la tendencia a la que apunta nuestro Estado.

Sin embargo, esto no evita añadir algunas concepciones de la complejidad del poder de Estado que representa nuestro orden, aportes desde la crítica marxista. Antonio Gramsci, será quien plantee la ampliación del concepto de Estado y la consiguiente reformulación del concepto de hegemonía. Como ya mencionamos es Gramsci, seguido por Althusser, quien trata de explicar la complejidad del Estado y su relación con la dominación burguesa en las sociedades de capitalismo desarrollado. Es así, que amplía su visión del Estado, no solo a los aparatos (coercitivos) de Estado, sino que incluye a la sociedad civil. Ambos, se encargan de mantener la supremacía de la burguesía en el capitalismo. Mabel Thwaites destaca que para Gramsci existe:

una compleja red de instituciones y organismos que en el seno de la sociedad civil que, además de organizar/expressar su propia unidad como clase, organizan el consenso de las clases subalternas, para la reproducción del sistema de dominación. La existencia del sufragio universal, de partidos de masas, de sindicatos obreros, de variadas instituciones intermedias, además de la escuela y la iglesia, formas todas en que se expresa la complejidad de la sociedad civil capitalista de Occidente, hablan del denso entramado de relaciones sociales que el desarrollo de las fuerzas productivas ha permitido construir (Thwaites, 1994: 1).

Este entramado de relaciones sociales, no permite la transformación del sistema político, sino que se mantiene mediante la ideología, el control de la clase dominante. A decir de Gramsci, *"La supremacía de un grupo social se manifiesta de dos modos, como*

«dominio» y como «dirección intelectual y moral”. La sociedad civil es el lugar donde la clase dominante difunde su ‘visión del mundo’, una filosofía, una moral, costumbres, un ‘sentido común’ que favorecen el reconocimiento de su dominación por las clases dominadas.

A pesar de que el sistema liberal se encuentre en crisis, mediante las instituciones de la sociedad civil, se difunde el ideal de la sociedad como un todo, un modelo utópico que se orienta al progreso y bienestar, donde no se concibe el fracaso y la explotación, ni la lucha de clase. Thwaites registra la siguiente reflexión de Gramsci

En cuanto idea-límite, el programa liberal crea el Estado ético, o sea, un Estado que idealmente está por encima de la competición entre las clases. Ese Estado es una aspiración política más que una realidad política: sólo existe como modelo utópico, pero precisamente esa su naturaleza de espejismo es lo que le da vigor y hace de él una fuerza conservadora. La esperanza de que acabe por realizarse en su cumplida perfección es lo que da a muchos la fuerza necesaria para no renegar de él y no intentar, por tanto, sustituirlo (Thwaites, 1994: 1).

Como ya se ha referido en el capítulo anterior, los medios serán un espacio que mediante su información no dejan de cumplir con apoyar el orden establecido. Recordemos también, que las organizaciones de prensa, radio y televisión; constituyen una de las instituciones de la sociedad civil de mayor poder al controlar la información, aunque su credibilidad se encuentre mellada. Prueba de ello, es que no existe el dominio de la sociedad, con respecto a la actuación de la televisión, tal como lo recomienda Popper.

CAPÍTULO IV

JUVENTUD UNIVERSITARIA, CULTURA Y COMUNICACIÓN

4.1. Configuración sociodemográfica

Según las proyecciones estadísticas actualizadas a partir del IX Censo de Vivienda y IV de Población de 1993, el Perú proyectaba para junio del 2001 una población aproximada de 26.090.330 habitantes. La edad promedio de la población es de 24 años, siendo el 54% de los peruanos menores de 25 años. Nuestro país tiene una población juvenil estimada al rededor 5. 240.400 habitantes. La población juvenil por edades sería la siguiente: 1.630.800 entre 15 y 17 años, 1.587.600 entre 18 y 20 y una mayor cantidad entre las edades de 21 y 24 años aproximadamente 2.022.000. Además las estadísticas indican que del total de la población juvenil un 42% estudia, un 23% se dedica a trabajar, 11% estudia y trabaja a la vez y un 25% no estudia ni trabaja. Según la Asamblea Nacional de Rectores (ANR), en el 2001, el Perú tenía una población estudiantil de 415.465 alumnos matriculados en un total de 78 universidades (33 públicas y 45 privadas).

La Ley 27802 del Consejo Nacional de Juventudes (CONAJU), considera a la juventud como “la etapa del ser humano donde se inicia la madurez física, psicológica y social; con una valoración y reconocimiento; con un modo de pensar, sentir y actuar; con una propia expresión de vida, valores y creencias, base de la definitiva construcción de su identidad y personalidad hacia un proyecto de vida”. Vale precisar, que con la creación del CONAJU, en el 2002, el Estado, siguiendo la tendencia de otras naciones, inicia su apoyo con una política nacional que vele por el bienestar de un sector amplio de la población. Los beneficios de la ley comprenden a los adolescentes y jóvenes entre 15 y 29 años.

En cuanto a los criterios para definir a la juventud por la edad del individuo, estos no son homogéneos a nivel internacional. La ONU considera juventud a la población que tiene entre 15 y 24 años, aunque esto cambia según los criterios de cada país. Por ejemplo, México considera jóvenes a las personas entre 12 y 29 años, en tanto en Costa Rica y Uruguay sitúan a la juventud entre los 14 y 29 años.

Este trabajo de investigación ha considerado un rango de edad entre los 18 (que es la edad en la cual se adquiere la ciudadanía y se tiene participación en los procesos políticos y electorales) y 25 años. Se tomó este rango de ocho años porque en este segmento poblacional pueden hallarse características comunes; siendo esta además, una proporción importante del electorado peruano.

Aunque, el consenso, es que la definición de juventud va mucho más allá de tipificarla a partir de la edad del individuo. En los estudios acerca de esta etapa de la vida del ser humano, se ha abordado el tema de la dificultad para su definición. El concepto de juventud ha abarcado desde aspectos fisiológicos, psíquicos; hasta aspectos sociales y culturales, con el fin de señalar una mejor caracterización para su comprensión.

Mario Margulis (Cormick, 1996:17) entiende la etapa juvenil, como un periodo que combina una considerable madurez biológica con una relativa inmadurez social. No obstante, las características de la juventud, son diferentes según el sector social que se considere. Desde luego que la diferenciación social (las distintas clases de segmentos sociales), configuran diferentes juventudes.

En las sociedades de clases, aquellas diferencias económicas, sociales, políticas, étnicas, raciales, migratorias; marcan profundas desigualdades en la distribución de recursos, con lo cual, la naturaleza misma de la condición de joven en cada sector social, se altera. En ese sentido, es que Silvia Sigal (Cormick, 1996: 18), dice que, en

América Latina, a diferencia de Europa, donde sería más amplia, la “juventud” está casi reservada para los sectores medios altos, que pueden acceder a la educación superior y la moratoria en toda la plenitud del término.

Es por ello, que hay que tener presente las brechas de desarrollo social en nuestro país. El Informe Anual 2003 de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe, revela que en el año 2001 en el Perú el porcentaje de hogares en pobreza era de 47% (34% en la zona urbana y 71% rural) y el nivel de indigencia o extrema pobreza de los hogares de 20% (zona urbana 7%, rural 44%). Quiere decir, que cuando hablamos de un sector de la población tan amplio como el que agrupa a la juventud, habrá en su configuración, una serie de características heterogéneas que divide el sector.

4.2. Cultura juvenil y consumo cultural

La dinámica social, se desarrolla unida a un conjunto de manifestaciones y presencia pública, donde los grupos humanos, producen características propias que los identifica y que serán elementos de la cultura. Respecto con las juventudes peruanas acabamos de hacer referencia de su heterogeneidad en su configuración social; al respecto, Javier Protzel alude a la diversidad cultural, mencionando lo siguiente:

Sin menoscabo de la medición demográfica, la juventud no es solamente un dato biológico del desarrollo del ser humano, sino también un constructor, es decir, una serie de cualidades y comportamientos social y culturalmente atribuidos a una categoría de edad –dentro los límites muy variables-- merced a la relación que esta guarda con otras(...) Más allá de estereotipos no existe verdaderamente un agregado juvenil “nacional”, sino una serie de situaciones distintas para la misma categoría de edad, jalonados cada uno por diversas historias culturales que evolucionarán con ritmos propios desde un pasado en el que estaban seguramente mucho más alejados entre sí que en estas tres últimas décadas (Protzel, 1995: 15-17).

Con respecto al componente cultural de la juventud, un hecho importante es la conformación de una generación. Cormick, considera central aclarar, la configuración de cada generación en su espacio social. La generación alude a la época en que cada

individuo se socializa, y con ello, a los cambios culturales. Así, cada generación podría considerarse, hasta cierto punto, como perteneciente a una cultura diferente, en la medida en que incorpora en su socialización, nuevos códigos y destrezas, lenguajes y formas de percibir, de apreciar, clasificar y distinguir.

Cada época tiene su episteme, y las variaciones epistémicas son percibidas y apropiadas, con toda su intensidad, durante el proceso de socialización, por los nuevos miembros que va incorporando la sociedad. Por lo tanto, las generaciones comparten códigos, pero también se diferencian de otras y, al coexistir en interior de un mismo grupo social – por ejemplo, una familia– las diferencias generacionales, éstas se expresan, frecuentemente, bajo la forma de dificultades y ruidos que alteran la comunicación y, a veces, constituyen abismos de desencuentro, que en gran parte tienen que ver con que no se comparten códigos (Cormick, 1996:18-19).

Desde una perspectiva dinámica social antropológica, Sandro Macassi analiza las culturas juveniles y los cambios civilizatorios, para él *“cada generación aporta al capital simbólico de las naciones, maneras distintas de aprehender la realidad, lenguajes particulares; pero al mismo tiempo, la juventud de nuestros tiempos se encuentra conectada con el mundo. Mira a otros jóvenes de distintos puntos del planeta”* (Macassi, 2001: 26).

Pueden establecerse entonces, las características que definen una generación joven, esto mediante las expresiones públicas, que de generación en generación, varían de acuerdo con la transformación del entorno histórico-social, la tecnología, la producción cultural y el medio ambiente. Expresiones públicas ligadas a la cotidianeidad de los individuos, su identidad, consumo y sociabilidad. Macassi (2001:39-44) establece las siguientes expresiones públicas de los jóvenes en la urbe:

1. Producción y consumo musical, expresión de identidades: existe una diversidad de expresiones culturales juveniles en Latinoamérica, unas comerciales otras contestatarias, e intermedias, pero que comparten las mismas matrices audiovisuales. Nuestra juventud se ha apropiado de distintas músicas, como también a producido las propias para

expresar sus vivencias generacionales. Esto se combina con el consumo de bienes simbólicos y el uso de elementos identificatorios como las ropas, los tatuajes, y el 'piercing', los cuales constituyen formas de identidades y estilos culturales.

2. *El juego virtual: la socialidad a través de lo lúdico:* internet y los videojuegos como escenarios en donde se articulan vivencias juveniles; son espacios de expresión y de ;construcción intersubjetiva.

3. *Expresiones virtuales y múltiples identidades ('nickname'):* a través de los 'chat' y correos electrónicos, los jóvenes se encuentran, interaccionan, intercambian apoyo emocional, amistad, juegos sexuales, entre otras experiencias afectivas. El carácter anónimo que aparece detrás de los 'nickname', permite a los jóvenes representar identidades diferentes a la suya.

4. *Tribus y socialidades urbanas:* el consumo cultural, es la clave para el encuentro con otros iguales y para su diferenciación. La industria cultural, funciona como fuente, para la construcción de identidades y percepciones políticas.

5. *Voluntariado y servicio social:* si bien hay muchas prácticas culturales individualistas y anómicas, también se observa la participación de los jóvenes en causas de ayuda social, siempre y cuando, no sean utilizadas para fines políticos de otros. Son esporádicas, dúctiles e individualistas, circunscritos a tiempos y espacios concretos.

6. *Trashumancia y nomadismo juvenil:* dado la heterogeneidad y fragmentación de la vivencia juvenil, el consumo cultural adquiere el mismo signo, sus gustos los llevan al consumo sin lealtades.

7. *Descreimiento, apatía como expresión social:* se le nombra como la Generación X, su identidad es pragmática, cortoplacista, poco comprometida con la sociedad, por haber perdido ese nexo a causa del individualismo. Sus actuaciones se guían por la circunstancia.

8. *Entre el protagonismo anónimo y la expresión pública:* los jóvenes han pasado en los últimos tiempos, a ser protagonistas de muchos problemas que aquejan a la ciudad (bandas colegiales, barras bravas en los encuentros futbolísticos, pandillas barriales). Son grupos fuertemente cohesionados.

Podemos observar, que las expresiones públicas de las culturas juveniles, son complejas y a la vez contradictorias; lo que nos permite establecer, que al mencionar juventud, estamos en realidad agrupando a diversos colectivos culturales, que si bien comparten características similares, como la edad o su ubicación en el espacio urbano, existen aspectos sociodemográficos que diferencian sus expresiones sociales dentro de la ciudad. Esto nos permite ubicar, dentro de la cultura juvenil, algunas subculturas que identifican a colectivos que comparten intereses, lógica de sentido, consumo de productos simbólicos, entre otros.

4.3. Consumo de la información periodística

Al estudiar los jóvenes y el consumo de medios, vemos que la demanda de los productos simbólicos está segmentada, si bien existen consumos masivos que los jóvenes comparten de manera más intensa, el consumo de la oferta de la prensa, radio, televisión e Internet, en gran parte, responde a identidades de núcleos subculturales dentro de cada generación, que, por supuesto, serán matizadas por los intereses individuales y por el entorno social y familiar.

El consumo de la industria cultural, los nuevos modos de consumo de productos simbólicos, marcados por la oferta de nuevos productos, así como, las renovadas demandas que las nuevas generaciones determinan; marcan diferencias en la percepción de la realidad de las personas de diferentes edades, clases y estatus. Asimismo, una particularidad en los modos de consumo cultural, es que van variando influidos por los

cambios sociales, tecnológicos, culturales, económicos; entre otros, que se presentan en una sociedad.

La idea de la cual parte el estudio, es que los medios de comunicación masiva como la prensa, el cine, la radio y la televisión, intervienen dentro de la vida social en la construcción de la realidad y el sentido simbólico de lo real.

En general, si observamos la oferta de los medios y la demanda de los jóvenes, ésta se presentan de manera variada. En principio, podría dividirse la oferta que cada medio presenta al segmento juvenil. En la televisión, y más marcado en la prensa, los productos diseñados para el consumo de un público objetivo, conformado enteramente por los jóvenes, es reducido. En cambio la diversidad y el dinamismo que caracteriza la oferta radial, muy ligado a presentar los éxitos musicales del momento, con los cuales muchos jóvenes identifican su generación y que es acompañada de programas dirigidos a ellos, crea un vínculo distinto entre el medio y consumidor joven.

Por otro lado, la demanda de los jóvenes se mueve dentro del espectro de toda la oferta y de sus gustos marcados por sus intereses personales y a la vez influido por su entorno social (la familia, los amigos, la universidad, etcétera). Por lo que interesa conocer, cómo está determinado el consumo de la información periodística, en relación, con la acción de la vida cotidiana y el entorno del joven universitario.

4.4. Actuación política del movimiento juvenil universitario

Al segmentar la población joven, para identificar subculturas juveniles que compartan características que los ligan más directamente, nos es posible hablar, de una subcultura juvenil de universitarios, representada por el grupo de jóvenes que accede a la educación en las universidades públicas y privadas. Un sector donde habrá que establecer algunas características propias que nos permitan su estudio.

En el estudio que realiza Agenda Perú (Chávez, 2000), se trata de formular un diagnóstico de las ideas de los jóvenes, donde señala que, contrariamente a lo que se pueda pensar, las opiniones son coincidentes entre los distintos grupos de trabajo. No importa de dónde procedan; los jóvenes se preocupan y se sienten afectados, más o menos, por las mismas cosas. Es así, que con mayor razón, podrá establecerse una opinión pública entre individuos con características similares.

Toca aquí acercarnos a la universidad, como espacio mediador del encuentro de ideas y de reflexiones, de la formación académico profesional y de la proyección social; a que apunta la concepción de esta institución adoptada en el Perú. La universidad es entonces, el lugar que conserva prácticas tradicionales en las acciones de sus miembros, formas de interacción muy propias establecidas entre docentes, autoridades, alumnos, graduados y trabajadores que se conjugan con las características particulares de cada universidad.

Como toda organización, la universidad funcionará respondiendo a los fines establecidos, su identidad corporativa estará marcada por el clima interno de las relaciones, prácticas, actividades, ritos, visión, historia y todo aquello que identifica la cultura corporativa. Asimismo, la esencia del funcionamiento, organización y estructura, no podrá dejar de responder al entorno social, político, cultural y tecnológico que lo envuelve. Si bien la organización universitaria tiene un funcionamiento burocrático, marcado por su adecuación al cumplimiento de la Ley Universitaria, su proyección social y la respuesta al entorno inmediato, lleva a ver la organización como un sistema, que responde a las exigencias de la sociedad y del mercado (laboral, comercial, científico, tecnológico).

Para comprender el carácter institucional de la universidad peruana y su relación con la vida social, política y cultural; habría que remitirse a la configuración de su orden

interno, que norma el Estado a través de la Ley Universitaria (N° 23733) vigente desde 1983, a la par de mirar el papel que ha tenido la universidad, institución más antigua que la República, en su más de cuatro siglos y medio de presencia.

La Ley Universitaria, concibe la universidad como organización educativa superior, integrada por profesores, estudiantes y graduados; dedicada al estudio, la investigación, la educación y la difusión del saber y la cultura, y a su extensión y proyección sociales. Además, se le reconoce autonomía académica, económica normativa y administrativa dentro de la ley (Artículo 1°).

Los fines de las universidades peruanas, considerados por la Ley Universitaria, en el Artículo 2°¹³, vinculan el funcionamiento de la universidad con un papel activo dentro de la sociedad; la universidad, no puede ser ajena a la vida social, política y cultural del país. La cual, es una característica fundamental, que puede influir en sus miembros, a estar comprometidos y responder a los asuntos públicos que afectan a la sociedad.

Comentario similar, merecen los principios que rigen las universidades según ley; entre ellos destacan, los principios de búsqueda de la verdad y los principios constitucionales democráticos como el pluralismo, libertad de expresión y pensamiento y seguridad.

La definición y características atribuidos por la Ley Universitaria responden a perfilar el rol que la institución académica debe cumplir frente a la sociedad; este modelo de universidad que el parlamento plasma en la legislaciones, deriva de las reflexiones que en el seno universitario han surgido, se comparte el pensamiento de que las instituciones de educación de mayor nivel, deben tener un papel activo y reflexivo

¹³ Incisos: c) Formar humanistas, científicos y profesionales de alta calidad académica, de acuerdo con la necesidad del país, desarrollar en sus miembros los valores éticos y cívicos, las actitudes de responsabilidad y solidaridad social y el conocimiento de la realidad nacional, así como la necesidad de la integración nacional, latinoamericana y universal y; d) Extender su acción y servicios a la comunidad y promover su desarrollo integral (Ley Universitaria, Artículo 2°).

en el desarrollo de sus Estado-nación. Concepción basada, también, en el papel histórico de las ideas progresistas y el protagonismo de algunos de sus miembros, en la vida política del país.

Se aprecia en la historia de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, fundada en 1551 (por varios siglos la única universidad de Lima), como la universidad, que en cierto modo, podía intervenir en la actividad política en la época de la Colonia, durante la Independencia y con mayor libertad durante la República.

Es célebre el discurso “*Elogio a Jáuregui*” del catedrático José Baquijano y Carrillo, el 27 de agosto de 1781, en la bienvenida al Virrey Agustín de Jáuregui. Discurso que se distinguió de los usuales recibimientos aduladores que la universidad acostumbraba a brindar a cada nuevo virrey. Baquijano, substituyó las alabanzas poéticas, por un manifiesto acerca de las responsabilidades del gobierno colonial ante las necesidades y abusos cometidos contra los súbditos del rey de España.

Previo a la Independencia, el elitismo y conservadurismo académico de los docentes de San Marcos, evitó que la universidad limeña tuviera un protagonismo, presentando una visión crítica del país. Este comportamiento alejado de la realidad nacional, se mantendría durante el proceso de Emancipación, ya que sería el espacio más libre de los Colegios Mayores y asociaciones civiles, donde surgirían las ideas de independencia y república¹⁴.

Sin embargo, la organización estudiantil universitaria como movimiento que interviene en la política, se da a partir de la Reforma Universitaria de Córdoba (1918), que difundió en América Latina, una propuesta radical en el funcionamiento de la universidad. El movimiento reformista influirá, a partir de ese momento, en las

¹⁴ Acerca de la participación de la universidad en la política revisar el primer capítulo del libro de Jorge Chávez Granadino, *¿Los Jóvenes a la obra? Juventud y participación política*.

plataformas de exigencias del estudiantado por conseguir una universidad moderna, adecuada al contexto latinoamericano.

Durante los años veinte del siglo pasado, los líderes universitarios participaron en la política del país, el caso más emblemático se dio con Víctor Raúl Haya de la Torre. Es necesario mencionar este acontecimiento histórico, porque afectó a la Universidad peruana en cambios que se mantienen hasta hoy, como el cogobierno estudiantil, la cátedra libre, renovación de métodos pedagógicos, la extensión universitaria, la autonomía universitaria, entre otras reivindicaciones que se fueron consagrando con el tiempo y la lucha del movimiento estudiantil. Asimismo, es a partir de la Reforma Universitaria, que se puede ver la participación política de los jóvenes estudiantes en la sociedad.

Más que realizar un recuento histórico del movimiento estudiantil, aquí nos interesa conocer los antecedentes del comportamiento actual, como colectivo de los jóvenes universitarios en la política. No se puede comprender este comportamiento, sin establecer su relación con la situación política del país, que afectaron a la universidad en las décadas del setenta y ochenta del siglo anterior.

A decir de Jorge Chávez Granadino (1999), identifica en la década setenta una disminución gradual del protagonismo del movimiento estudiantil universitario debido a la emergencia de nuevos actores en la movilización social, como grupos de izquierda con presencia en los sindicatos de obreros, agrupaciones campesinas, pobladores barriales; así como, asociaciones de sectores medios, todo ello producto de las importantes transformaciones sociales ocurridas en los años cincuenta. En referencia a esta es etapa, Lynch, en su libro *Los jóvenes Rojos de San Marcos*, describe el radicalismo político durante la década de los setentas.

En los años ochenta, la universidad pública fue el reflejo de la violencia política que el país sufría. El control de la universidad para sus fines, fue una de los objetivos que buscaron los grupos armados como el PCP-Sendero Luminoso. El caos y la violencia en las universidades, agudizó el empobrecimiento académico, la desorganización administrativa, radicalización política y pérdida de los espacios democráticos dentro de la universidad. En tanto, en las universidades privadas, existía un clima más ordenado para el avance en los fines académicos institucionales, se presenta un fortalecimiento de la instrucción universitaria, para las clases sociales medias y altas.

En los años noventa, la intervención militar y política del gobierno en las universidades públicas, la represión contra los gremios estudiantiles, hechos como el asesinato de nueve estudiantes y un profesor de la Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle, '*La Cantuta*', por manos del grupo paramilitar '*Colina*', marcaron el paso de la crisis del movimiento universitario, entendida como la desarticulación y pérdida de importancia de las organizaciones estudiantiles en la universidad en general. A mediados de los años noventa, existían pocas federaciones de estudiantes activas, la Federación de Estudiantes del Perú perdió capacidad de articulación, convocatoria y representatividad. Los centros federados perdieron legitimidad y fuerza que las organizaciones estudiantiles tuvieron en decenios anteriores.

Sin embargo, la coyuntura de autocracia del gobierno de Fujimori y sus intenciones de una tercera elección, que llevó al Congreso a destituir a tres magistrados del Tribunal Constitucional, produjo un resurgimiento del protagonismo del movimiento universitario a través de una multitudinaria manifestación pública en junio de 1997, que fue analizada y resaltada por algunos medios de comunicación.

En la organización y participación de las marchas por las calles, se exigía el respeto del Estado de derecho. A finales del segundo mandato de Fujimori, durante las fraudulentas elecciones del 2000 y la toma de mando del tercer periodo gobierno, se observaba en este nuevo movimiento, características muy alejadas del movimiento estudiantil de las décadas anteriores.

En los alumnos de las universidades públicas y privadas que participaron en estas movilizaciones, se percibía la ausencia y alejamiento de compromisos con cualquier tipo de ideología política. Desde entonces, se han visto diversas experiencias de organización, cambio de actitudes; surgieron nuevas agrupaciones y procesos en los cuales desde la sociedad civil intervinieron los universitarios, como en el caso de la Comisión de la Verdad y Reconciliación, que trabajó con organizaciones y líderes universitarios.

Si bien la transición democrática y el clima político menos convulsionado mantiene al movimiento estudiantil en su conjunto menos involucrado; las manifestaciones y protestas públicas de los estudiantes, a raíz de la gestión administrativa de la universidad, en particular de las universidades nacionales, atraen la atención a menudo. Constantes tomas y enfrentamientos entre autoridades y alumnos, es lo que mayormente reproducen los medios de comunicación.

La presente realidad no nos permite hablar de movimiento estudiantil como un espacio organizado, como institución dentro de la sociedad civil. Los jóvenes universitarios participan dentro de muchas organizaciones sociales, algunos son militantes de los partidos, otros son miembros de La Federación de Estudiantes del Perú, tienen representantes en el CONAJU; sin embargo, como asociación organizada y representativa, los estudiantes no han podido constituirse, por el contexto político mismo.

4.5. Jóvenes y ciudadanía

¿Tienen conciencias ciudadana los jóvenes? ¿Les interesan los asuntos públicos? ¿Está preparado, el joven universitario, para asumir sus deberes y derechos ciudadanos? La respuesta a estas preguntas pasa por las oportunidades y espacios de acción y diálogo que la sociedad y el Estado construyan. En principio, debemos detenernos y evaluar si las instituciones de socialización política como la familia, la escuela y los medios de comunicación, cumplen con brindar al joven, el conocimiento necesario para la práctica ciudadana. La educación como política del Estado, para la proyección y conservación de la sociedad, juega un papel importante.

Si bien algunos jóvenes universitarios participan en algunas instituciones, es más evidente la falta de espacios, no existe intención de diálogo por parte del gobierno y la clase política, salvo en las coyunturas electorales, cuando se ofrece solucionar los problemas de la juventud. Los jóvenes comparten la misma desconfianza en la política, al igual que otros sectores sociales. Desconfianza manifiesta en diversas encuestas que registran la desaprobación de casi todas las instituciones del Estado.

“El joven es un sujeto social en construcción”, señala Macassi, y su ciudadanía, se encuentra atravesada tanto por su ubicación en el mundo, su desarrollo afectivo y emocional, como por los grandes cambios ocurridos en el ámbito de la globalización mundial (Macassi, 2001: 55). Entre las disyuntivas en la inserción ciudadana de los jóvenes, propuestas por Macassi, identifica el carácter autoexcluyente juvenil, que busca estar al margen de lo público. Donde los ciudadanos jóvenes, pierden el sentido de lo comunitario. Frente a este carácter autoexcluyente, también hay en jóvenes impulsos por pertenecer a la sociedad, como impulsos solidarios y de responsabilidad social.

La indiferencia, apatía y ausencia de liderazgo, en la juventud actual, es producto, tanto, de la desconfianza en la política y la falta de espacios públicos de

participación política; como, una fuerte orientación de los jóvenes urbanos a sus intereses particulares, a los cuales apunta el estilo de vida actual, orientado al éxito personal, que es creado y ‘vendido’, por nuestra sociedad consumista, a través los medios de comunicación, la publicidad y demás instituciones sociales.

CAPÍTULO V

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

5.1. Método

Las características del método utilizado en el presente estudio son:

- a. Nivel correlacional y comprensivo: el estudio persigue comprender la correlación establecida entre las variables dentro del contexto de interrelaciones que se dan en nuestro sistema social mediante el método hermenéutico propio de la ciencia social.
- b. Tipo básica y empírica: la investigación apunta a la producción de conocimiento sobre la comunicación política en el Perú, mediante el estudio de campo del consumo de medios por los jóvenes universitarios.
- c. Estudio transversal: las muestras seleccionadas fueron tomadas en el segundo semestre del 2003.
- d. Deductivo: la investigación aplica de manera ecléctica aproximaciones teóricas de estudios que permiten explicar la realidad social; a partir de las cuales, se orientan las hipótesis y la metodología de trabajo empírico.

5.2. Técnicas y selección de muestras

Además de la investigación documental, el estudio se concentró principalmente en la aplicación combinada de dos técnicas: encuesta y grupo focal. De esta forma se complementó el análisis cuantitativo de la situación, con uno cualitativo.

a. Técnica cuantitativa: Encuesta

Para la investigación cuantitativa se aplicó la técnica de la encuesta, para lo cual se seleccionaron estudiantes de las siguientes universidades: Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Universidad Nacional Federico Villarreal, Universidad Nacional

de Ingeniería, Pontificia Universidad Católica del Perú y la Universidad Particular San Martín de Porres; dentro de sus principales sedes institucionales se llevó a cabo el trabajo de campo. En los anexos se ha incluido el modelo del cuestionario utilizado para este trabajo de campo¹⁵.

Universo

El año 2003, según la ANR, el Perú tenía una población de 461.499 estudiantes universitarios matriculados. Existían 79 universidades en total, de las cuales 33 universidades eran públicas, con 273.326 alumnos, y 46 universidades privadas, con 188.173 alumnos. La distribución por sexo en el alumnado era la siguiente: alumnos varones, 255.648 (55,40%) y 205.851 estudiantes mujeres (44,60%).

En ese mismo año, Lima contaba, según información de la Dirección de Estadística de la Asamblea Nacional de Rectores, con 31 universidades: 8 universidades públicas y 23 privadas, con una población aproximada de 144.000 alumnos.

Muestra

Para organizar y llevar a cabo el trabajo de campo, la selección de la muestra se basó tomando en cuenta los siguientes criterios: las universidades públicas y privadas más importantes, en razón a la cantidad de alumnos, el número de carreras que ofrecen, su reconocimiento y mayor presencia en la comunidad, entre las cuales no existan brechas abismales en la conformación social de los alumnos. Por estos motivos, se seleccionaron las siguientes universidades:

¹⁵ Ver Anexo N° 1, página 201.

Cuadro N° 2

Universidades	N° Alumnos	Varones	Mujeres	N° Carreras
Universidad Nacional Mayor de San Marcos	28.659	16.084	12.575	46
Universidad Nacional Federico Villarreal	20.410	10.777	9.633	57
Universidad Nacional de Ingeniería	10.588	9.170	1.418	26
Universidad San Martín de Porres	27.471	12.950	14.521	19
Pontificia Universidad Católica del Perú	16.797	9.787	7.010	46
Total	103.925	58.768	45.157	

El tamaño de la muestra tomada es de 430 jóvenes universitarios (262 varones y 168 mujeres), mayores de dieciocho años, distribuidos en proporción al tamaño de la población estudiantil de cada universidad estudiada:

Universidades Públicas

- Universidad Nacional Mayor de San Marcos 119
- Universidad Nacional Federico Villarreal 94
- Universidad Nacional de Ingeniería 48

Universidades Privadas

- Universidad Particular San Martín de Porres 101
- Pontificia Universidad Católica del Perú 68

El trabajo de campos se realizó durante las dos primeras semanas de setiembre de 2003.

b. Técnica cualitativa: Grupo focal

La técnica del grupo focal permite comprender mejor las actitudes e ideas del público estudiado. La guía del moderador utilizada para la realización de los grupos focales se presenta dentro de los anexos¹⁶.

¹⁶ Ver Anexo N° 2, página 203.

La técnica de grupos focales o grupos de discusión es un dispositivo conversacional, que consiste en llevar a un fragmento de la sociedad a conversar en un espacio cerrado.

A nivel metodológico, se le ubica en la perspectiva estructural, ya que lo que se observa son las relaciones que se dan entre los elementos, o relaciones entre individuos o grupos de individuos que nos reflejan las estructuras sociales.

En los grupos de discusión, se analizan los consensos y disensos, se develan los deseos y anhelos, prejuicios, información arraigada en la mente del individuo que se compara con la de los demás. Con esta técnica, se busca comprender algunas afirmaciones y tendencias que se hallaron en la encuesta.

Luego de aplicar las encuestas, se trabajó con dos grupos focales con la finalidad de profundizar la comprensión de los resultados obtenidos. Los grupos focales se realizaron la primera semana de noviembre de 2003.

Para la determinación de la muestra de los grupos de discusión, se invitó a estudiantes de distintas universidades, cada grupo estuvo conformado por ocho integrantes de diferente género y distintas especialidades.

El primer grupo estuvo constituido por alumnos de las universidades públicas (4 San Marcos, 2 Villarreal y 2 UNI), 5 hombres y 3 mujeres. El segundo grupo estuvo conformado por estudiantes de universidades privadas y públicas (3 San Martín de Porres, 2 Católica, 1 San Marcos, 2 Villarreal), 4 mujeres y 4 hombres. La invitación a los participantes se hizo de manera indirecta, se contactó a una persona para que invitara un conocido que pudiera asistir al grupo de discusión.

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS: JÓVENES UNIVERSITARIOS, CONSUMO DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y PARTIDOS POLÍTICOS

6.1. El consumo de medios de los jóvenes universitarios: usos, gratificaciones y mediaciones

6.1.1. Preferencias en el acceso a la información periodística

En las diversas investigaciones sobre el consumo de medios realizados en el país (Macassi 2001, García 1999, Latinobarómetro 2003), se ha observado la notable preferencia que las personas tienen por la televisión. La oferta de los medios responde a las necesidades de información, entretenimiento, conocimiento que la gente busca satisfacer en sus ratos de ocio o mientras desarrolla sus actividades cotidianas.

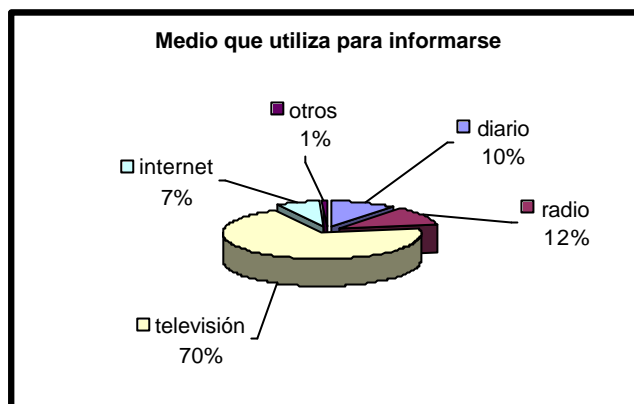
Para informarse y entretenerse los jóvenes universitarios de Lima Metropolitana cuentan con medios de comunicación convencionales, como el diario, la radio y la televisión y nuevos medios tecnológicos (como la Internet) y, últimamente, los teléfonos celulares (que han incorporado juegos, 'e-mail', 'chats', información, cámara fotográfica y video), aparato cuyo uso es muy común entre los estudiantes.

Si bien existe esta variedad de canales de información y de entretenimiento, los jóvenes prefieren la televisión como medio de información. El *gráfico N° 1*, de este estudio, muestra que el 70% de los estudiantes dan privilegio a la televisión como el principal canal de información utilizado.

Estos resultados indican el alto porcentaje que mantiene el uso de la televisión, con respecto a los otros medios tradicionales, como la radio y la prensa. Asimismo, se comprueba que la televisión no ha sido aún desplazada por la Internet, una nueva competencia que rápidamente gana cada vez más jóvenes usuarios. Se sabe que Lima

se ha convertido en una ciudad *sui generis* en América Latina, por la gran cantidad de cabinas públicas de Internet.

Gráfico N° 1



Preferencia por la rapidez, precisión y distracción

La causa determinante del consumo privilegiado de la televisión, es la preferencia por imágenes audiovisuales. Otro factor de su consumo, es la proximidad en el ambiente familiar. Del mismo modo, se debe considerar, que las características de la información televisiva se adecuan al estilo de vida de los jóvenes estudiantes que demandan rapidez, precisión y distracción. Tal como lo expresa el público en las sesiones de los grupos focales.

Cuadro N° 3

¿Qué medio prefiere para informarse? ¿por qué?
<i>'Noticieros de televisión, porque son precisos y cortos'</i>
<i>'Prefiero la televisión porque puedo ver como sucedieron los hechos'</i>
<i>'En realidad, veo más televisión, por comodidad porque veo la pantallita y me distraigo un rato, los 30 minutos que tengo libre del día; pero generalmente, cuando quiero estar más informado escucho radio, prefiero la radio, pero es más fácil prender el televisor'</i>
<i>'Digamos que a veces uno está enterado de algo importante, entonces prende la televisión para ver, empieza a ojear todos los noticieros y el que más le gusta, en ese se queda'</i>
<i>Periódicos, muy de vez en cuando. Para enterarme de noticias, lo último en política, me entero por la TV, porque no tengo tiempo para leer periódicos.</i>

Pero este acercamiento a la televisión, por parte de los jóvenes, hay que mirarlo desde diferentes perspectivas, no solo basta conocer la preferencia, sino que es

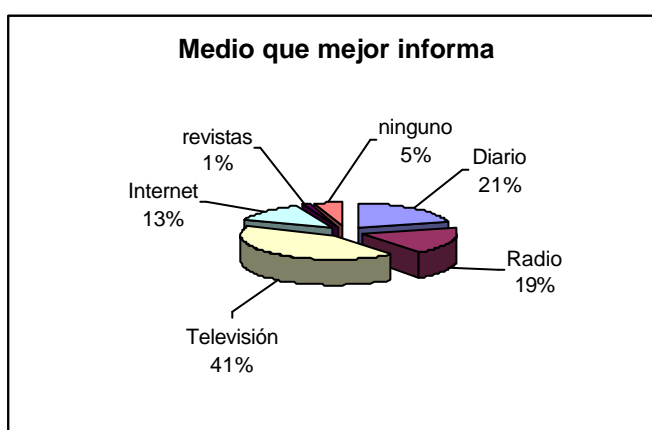
indispensable saber la opinión de los jóvenes con respecto a los mensajes informativos que brinda el medio.

Cuando se les pregunta a los universitarios, ¿cuál es el medio que mejor informa?, obtenemos que, si comparamos la valoración del papel informativo de la televisión¹⁷ (41%) frente a su preferencia (70%), presentada en el gráfico N° 1, surge una amplia diferencia de 29 puntos porcentuales. La televisión pierde preferencias cuando el consumidor evalúa el contenido de su información.

En cambio, los mensajes informativos de los diarios (21%) y las radioemisoras (19%) son revalorados, aunque el mayor porcentaje siga opinando que la televisión presenta mejor la información que cualquier otro medio (*gráfico N° 2*).

En ese sentido, es necesario individualizar el análisis de los modos de usos y gratificaciones de cada uno de los medios, para tener una visión más clara del consumo juvenil *mass mediático* en conjunto.

Gráfico N° 2



Para conocer el valor del consumo de un medio, es imprescindible identificar las características del uso que el público le da. Señalar el número de horas dedicadas a su atención, las motivaciones y los juicios acerca de la oferta entregada.

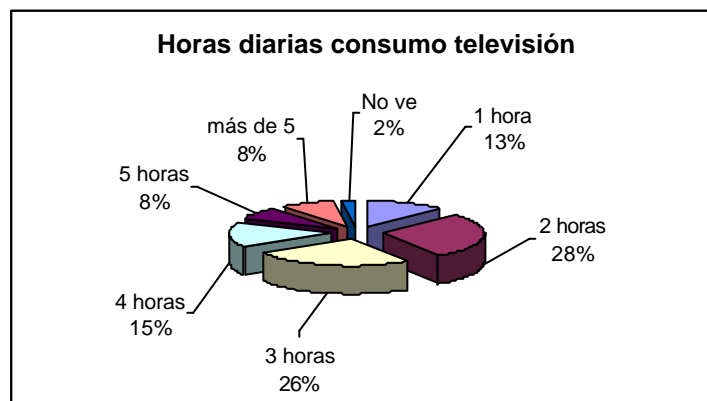
¹⁷ El estudio de medición del Latinobarometro 2003 señala que la confianza en la televisión dentro de la región fue, en promedio, de 38%.

Las horas de consumo de los medios, en el público universitario, se conjugan en lo cotidiano con sus actividades de estudio, la rutinas de asistencia a clases, la lectura de libros, el desarrollo de trabajos individuales o grupales; esto nos indica que un estudiante promedio dispondría de muy pocas horas para ver televisión, leer un diario o escuchar radio, según el modo de consumo que posea.

a. Televisión

Como se señala la televisión es el medio predilecto, a la cual los jóvenes dedican más atención, no por nada Sartori ha propuesto el paso del *'homo sapiens'* al *'homo videns'*. En el caso de los universitarios, para aquellos apocalípticos de la comunicación tal vez habría esperanzas. El consumo de televisión, es entre 2 a 3 horas en el 54% de los jóvenes universitarios (gráfico N° 3); es decir, no existe un abuso en el tiempo que se le dedica a este medio. Sin embargo, más del 30% concentra su atención, ante la llamada *'caja boba'*, más de 4 horas al día, atención que podría considerarse muy elevada para una persona en tiempo de estudio.

Gráfico N° 3



Para establecer el tipo de programa que este público selecciona, se le preguntó por los espacios televisivos que mayormente sintoniza durante los fines de semana, ya que por el ritmo de sus actividades, los sábados y domingos constituyen los días en que más tiempo disponen. En las respuestas se pudo notar que, si bien, se le brinda especial

interés a mantenerse informados (los jóvenes consumen los diferentes magazines periodísticos que ofrece la televisión el fin de semana), el uso del medio favorece la satisfacción de necesidades de distracción y ocio, según el gusto personal. Para algunos las películas, principalmente; para otros, programas de entretenimiento (series, concursos, telenovelas, etcétera), deportes y cultura. Los gustos son diversos dentro del grupo estudiado, pero cada quien satisface sus aficiones con más de un tipo de programa, como se aprecia en el cuadro siguiente:

Cuadro N° 4

Consumo de programas los fines de semana*	
Periodísticos	36%
Películas	27%
Entretenimiento	18%
Deportes	16%
Cultural	9%
Música	1%
NS	11%
* <i>respuesta múltiple</i>	

Las razones que pueden motivar la aproximación a la televisión, son diversas, a veces es la simple costumbre; en la mayoría de hogares, el televisor ocupa el centro de atención rodeado por los demás muebles de la casa moderna. En la actualidad, su cómoda accesibilidad mediante el control remoto, favorece su visión durante el desarrollo de otras actividades, como en los momentos en que ingieren los alimentos.

La información y el entretenimiento se enlazan al ritmo cotidiano del público, en algunos casos, se busca tener información antes de salir de casa, dar una mirada a los noticieros matutinos; otros, prefieren ver la síntesis de noticias del día durante la noche. Aunque pueda ser que al regresar a casa se prefiera ver algún programa de

entretenimiento, porque si bien los estudiantes quieren estar informados, hay casos en que la oferta de los noticieros diarios, no satisfacen sus expectativas y gustos.

Cuadro N° 5

Prácticas de consumo de televisión

'Creo que la TV en mayor medida, no veo mucho, porque paro más en la universidad, pero en las noches veo los programas'.

'Todos los días un toque, a veces hay días que no, pero siempre veo un toque aunque sea media horita, si hay tiempo veo películas más que noticieros'.

'Detesto programas sensacionalistas como al rojo vivo, esas cosas, donde pasa gente atropellada, trato de evitar. Cuando un canal pasa eso, simplemente cambio de canal, al de informes nada más'.

'Yo procuro ver todas las noches o al menos todas las mañanas. Todos los días me levanto a las 6 de la mañana para ver aunque sea una hora de noticiero, hasta las siete. Yo creo que la parte más importante viene siempre de seis a siete... mientras te alistas, desayuno... Si es que tengo tiempo antes de acostarme puedo ver algunos minutos. Si es que ha pasado algo importante, si hay algo de interés que pueda verse'.

'Veo los quince minutos que dura mi desayuno y me malogra, solo eso'.

'Cuando ha pasado algo, no sé, como el chico que habían secuestrado, entonces la gente a veces estaba ahí pegada viendo la cobertura y le dieron un montón de acogida los medios'.

A partir de las respuestas del grupo focal, quedó en evidencia que cuando hay sucesos que la prensa da resonancia, los comentarios de la población en las conversaciones, serán motivo, para que se busque conocer los detalles de aquello que tanto se habla. El consumidor opta por el medio más rápido, la televisión, como sucedió frente al caso del secuestro de un adolescente limeño en el 2003.

De todas formas, el consumo de la televisión, por parte de los estudiantes, en el día, se da por momentos, dentro de los espacios libres que su rutina y obligaciones le conceden. Sin embargo, el privilegio que se tiene por la televisión para el consumo informativo, hará de este medio la principal, fuente a partir del cual el estudiante construye la realidad de su entorno social y político. Importante si consideramos, como afirma Sarcinelli, que la televisión por su alcance, actualidad y sobre todo por su modo

visualizador específico de presentación, cumple la función de ‘medio conductor’, tanto para la percepción, como para la presentación de la política (Sarcinelli, 1995: 235).

b. Radio

El consumo de la radio, está muy asociado en mayor medida, al gusto por la música. Hay que añadir que, en Lima dentro de la banda FM son pocas las emisoras que se dedican a la transmisión de noticias; abundan más bien, las radioemisoras musicales para todos los gustos y personalidades, medio donde la demanda se impone.

La particularidad del consumo de la radio se asocia a la tecnología; adolescentes y jóvenes poseen pequeños receptores portátiles, son populares el ‘walkman’ y el ‘discman’, utilizados durante el desplazamiento de un lugar a otro. Aunque, como todo pasajero de nuestro caótico servicio de transporte público, no podrán evitar oír la radio del vehículo durante el viaje.

El consumo de la radio en los jóvenes, tiene la particularidad de navegar por el dial, buscando entre las estaciones, satisfacer sus necesidades musicales, no existen lealtades, no escuchan una sola emisora, muy pocos tienen una audiencia de programas con horarios fijos. *El mapa mental de recepción que construyen los jóvenes es un derrotero sin un final u objetivo fijo, salvo el no aburrirse* (Maccassi, 2001: 75).

Cuadro N° 6

Consumo de la radio

‘Prefiero radio, música, en las mañanas; porque el resto del día no tengo tiempo. Generalmente, cuando quiero estar más informado prefiero la radio pero es más fácil prender el televisor’.

‘Cuando hay una noticia por las mañanas generalmente, tomas desayuno’.

‘Yo mayormente escucho radio, siempre en las mañanas escucho RPP y en las noches, televisión no veo’.

‘Yo uso la radio pero solo para escuchar música, para informarme sobre las cosas es más los periódicos y la TV, más la TV’.

‘Cuando escucho radio, por lo general, lo escucho para relajarme, busco emisoras que den música, yo considero que rock es relajante’.

‘Radio solamente en los microbuseros’.

‘Creo que muy pocos ponen el walkman y sintonizan una radio de noticias, salvo que esté esperando algo (...) Todos ponen música’.

La radio sabe que en el público joven tiene una audiencia considerable y muchas veces dependiente, prueba de ello son la existencia de varios programas cuya producción está orientada a este segmento social, programas que intentan acercarse al oyente juvenil, presentándose por lo general, con un formato informal, dinámico y divertido.

Los programas juveniles intentan construir un discurso generacional, con estilo propio, reflejando y enfatizando los cambios en los modos de vida de su público joven. Utilizan el mismo lenguaje coloquial de los jóvenes, relatan las anécdotas cotidianas que los jóvenes urbanos enfrentan.

Los textos orales de estos programas hablan de las vivencias y problemas, con un argot juvenil: *'paltas'* con los *'viejos'*, la *'jerma'* o el *'gil'*, los *'profes'*, la *'uni'*, el barrio, la *'chamba'*, la sexualidad, la *'juerga'* y *'bombas'*, los bailes, la situación política del país. Como si estos discursos buscaran estrechar lazos con el oyente, mediante la creación de aquella sensación de compartir una visión generacional pesimista y el sentido de no estar solo, que alguien te acompaña y puede expresar lo que a veces también el oyente ha sentido.

En la historia de la radio existe una constante con respecto a la música, pues siempre se proponen imponer nuevos géneros, asociados con el tiempo al que pertenecen los jóvenes. Nuevos artistas, nuevos géneros y nuevos bailes que identifiquen a la nueva generación, ha caracterizado la relación de la radio con la sociedad y los jóvenes.

c. Diarios

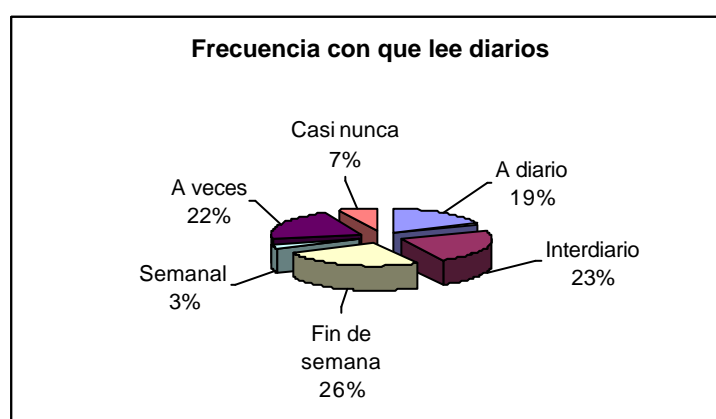
La información de la prensa, en respuesta a la inmediatez de la radio y a las imágenes que muestra la televisión, desde hace varias décadas ha optado a través de su

oferta cumplir con llevar a los lectores una versión más detallada de los sucesos, dando mayor información referida a sus causas y consecuencias.

El tiempo de producción le exige a los diarios profundizar en las noticias, el lenguaje periodístico escrito ofrece un mejor análisis de los acontecimientos. Y si bien es reducido el hábito de lectura en la población y las capacidades de comprensión de textos por parte de los escolares en el Perú, se halla en el nivel más elemental, al parecer, en la conciencia de los universitarios se considera importante el hábito de informarse mediante los principales diarios.

Sin embargo, el consumo cotidiano de diarios por los estudiantes solo bordea el 20%, mientras que un grupo considerable presta su atención durante los fines de semana (26%); días en que, por lo general, los diarios mejoran su oferta con suplementos e informes especiales sobre los acontecimientos más relevantes de la semana. Además, ante estos resultados se podría afirmar que, hay una práctica continua de lectura de la prensa en el mayor número de estudiantes, aunque en el tercio de los encuestados esta costumbre sea poco frecuente.

Gráfico N° 4



La lectura de diarios se ve motivada, no solo por la costumbre adquirida de las personas, sino por el tiempo que dispone el consumidor. A diferencia de la radio y la televisión, la información de los diarios exige una atención exclusiva que no puede ser

compartida con otra actividad y es necesario también mayor concentración para comprender el texto. Las reglas de buenas costumbres señalan que es de mal gusto leer el diario durante las comidas, pero muy poco se ha dicho; y como que resulta mucho más sencillo, comer, conversar y ver televisión a la vez, que comer y sostener el periódico para leerlo.

Para algunos la prensa será una alternativa de mejor información frente a otros medios, su consumo está más ligado a la información periodística. Aunque también, el público considera que la información responde a los intereses de la editora y lo difundido no es mera objetividad, después de la manipulación informativa de los medios durante la dictadura fujimorista, existe mucha suspicacia y poca confianza en las noticias; al parecer, no muchos siguen ingenuos. La objetividad de la información de los diarios, está bajo la sospecha.

Cuadro N° 7

Hábitos de lectura de diarios
<i>'El periódico, bueno no me alcanza el tiempo para leer, puesto que para leer se toma tiempo'</i>
<i>'Diarios pocos, una vez a la semana será, pero no sé, no me gusta mucho. No tengo mucha costumbre de leer diarios; por lo general, me voy a la televisión'.</i>
<i>'La verdad, cuando leo un diario, lo leo con miedo, porque digo a favor de quién estará este. Nunca creo 100% lo que leo'.</i>
<i>'Leo periódico porque cada vez que voy a la UNI, se puede decir que tengo el deseo de leer, me compro un periódico de cincuenta céntimos y en el trayecto voy leyendo; por eso me da tiempo de informarme, porque sino no lo leo, pues me demoro. El trayecto es largo pero así tampoco me alcanza para leer todo el periódico'.</i>
<i>'Hay bastante sensacionalismo en los noticieros de hoy por hoy, ya no es como antes, ahora llama la atención no más que accidentes, muertos, sangre, masacre violaciones, a mí también me quitan las ganas de ver, mejor salgo temprano de mi casa, a las 7, compro un periódico y en el carro, voy leyendo'.</i>

Un aspecto que no se puede obviar, en lo referente con la lectura de diarios, es que su consumo real, más allá de la práctica frecuente de leer las primeras planas, dependen de la adquisición, que significa sufragar su costo. En este sentido los diarios de cincuenta céntimos se convierten en una excelente opción para los estudiantes,

aunque resulta importante señalar que la familia será la principal mediadora entre la adquisición del diario y consumo por parte de los miembros. La decisión de compra del producto, tomada por quien tiene el poder adquisitivo, no siempre satisface las expectativas acordes con las necesidades de consumo de los universitarios.

Cuadro N° 8

Compra de diarios

'En mi casa no compran periódico, todo es pura televisión, todo el día televisión, pero cuando tengo que leer compro Perú 21, me parece que no entra tanto a la chacota y es serio, hasta en el formato'.

'A mi me gusta El Comercio, pero en mi casa no lo compran, les encanta los periódicos chicha'.

'Mi papá compra más periódicos deportivos y solo 1 ó 2 veces compra La República o Perú 21'.

'Antes de comprar un periódico veo los titulares, veo los choques que hay en los titulares. Por acá enfocan de una forma y por acá de otra. Yo siempre me voy por el periodismo más serio'

'Diarios, estoy comprando Expreso donde viene medicina natural'.

Según las preferencias que recoge el Cuadro N° 9, por un lado, nos indica que la gran mayoría de estudiantes universitario tiene un veto autoimpuesto por el consumo de la *'prensa chicha'*, no la considera saludable ni ético, aunque esto no quiera decir que no la consuma. Por otro lado, el cuadro no solo indica qué es lo que realmente leen los universitarios, sino que nos habla de lo que ellos piensan que es correcto leer; porque así está considerado bueno y aceptable por su entorno.

Es el nivel educativo la mediación que va imponer su autocensura. Ya sean diarios de mayor precio o diarios de precio accesible, el contenido del medio debe estar dentro de los parámetros formales de aquello que se considera *'prensa seria'*. Indudablemente, muy pocos universitarios se imagina ir leyendo un diario *'chicha'* en el micro o durante el intermedio de las clases. Por las cifras obtenidas se diría que hay un consenso en que leer el diario *El Comercio* es estar bien informado, otras alternativas

para el caso podrán ser *La República*, *Correo* o *Perú 21*, todos ellos periódicos que el público considera informan de manera ‘seria’.

Cuadro N° 9

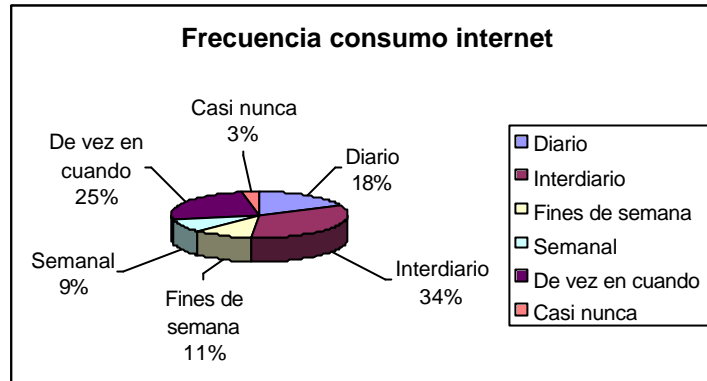
Preferencia en el consumo de diarios*	
<i>El Comercio</i>	58%
<i>La República</i>	16%
<i>Correo</i>	14%
<i>Perú 21</i>	13%
<i>Ojo</i>	6%
<i>Bocón</i>	3%
<i>La Razón</i>	2%
<i>El Peruano</i>	1%
<i>Ajá</i>	1%
<i>Líbero</i>	1%
<i>Trome</i>	1%
Otros	3%
* respuesta múltiple	

d. Internet

En la Internet, la oferta de información es más diversa y el consumo comunicativo se caracteriza por su multiplicidad y simultaneidad. Los jóvenes a la vez de revisar sus cuentas de correo, chatear, enviar mensajes a telefonía celular e interactuar mediante los videojuegos; pueden además, escuchar música, ver videos, leer algunos diarios y revistas, así como, textos académicos; se encuentran con la información local y mundial, donde la multimedia es la principal herramienta en esta práctica de consumo de información globalizada. Y si bien es difícil conocer el empleo que los jóvenes le dan a este medio, la frecuencia de acceso y la gran cantidad de horas

dedicadas al uso de la red, tiende a convertirse con el tiempo, en un medio de uso cotidiano.

Gráfico N° 5



6.1.2. Tipo de información

Las preferencias personales por un tipo de información u otro, pueden determinar la demanda final de los medios, como acontece con cualquier otro producto. Los universitarios en sus respuestas, se muestran más interesados por un tipo de información que contribuya a su enriquecimiento cultural. Se dirige las preferencias hacia una información constructiva, será tal vez porque en el pensamiento de este público, es muy fuerte la idea de que los medios de comunicación deben cumplir una función educativa, orientadora, que aporte información fundamental; aunque en la práctica, el tipo de información que se 'prefiere' podría diferir con la información que realmente se está consumiendo.

Se privilegia, en la respuesta sobre los gustos y preferencias, aquella que posee contenidos 'culturales', políticos y deportivos, menos, aquella información relacionada a la farándula y poco gusto por noticias económicas.

Cuadro N° 10

Tipo de información que le gusta	
Cultural	38%
Política	33%
Deportes	29%
Internacional	19%
Espectáculo	18%
Opinión	9%
Económica	8%
Otros	3%

Sin embargo, al dividir los gustos por género, las diferencias entre hombres y mujeres parecen dar razón a ciertos estereotipos sociales. En dos tipos de información es donde mayor se distingue ambos gustos. En primer lugar, la información deportiva, que en nuestra comunidad está asociada abrumadoramente a la cobertura del fútbol, se presenta una preferencia de 42%, en varones, frente a un reducido 9% en mujeres. En el reverso de esta situación se encuentran las noticias sobre espectáculo, la información dedicada al chisme sobre las figuras de la farándula; el 34% de mujeres aceptaron que les atrae este tipo de información, a diferencia del 9% en varones.

En el último caso, socialmente se debe tener en cuenta que habrá mucha más resistencia de los varones en aceptar que también gustan de las notas de espectáculo. Si se observa por separado las preferencias; notamos que, según sea deportes y espectáculo, en hombres y mujeres respectivamente, tienen una atención privilegiada, mayor que la información política; lo que nos lleva a recordar que, en las mediciones de sintonía de la televisión, estos programas tienen mayor audiencia.

Así encontramos un punto relevante para nuestro análisis, acerca del uso de los medios, porque si bien su consumo puede servirnos para estar informado de los asuntos públicos, la mayor parte de su uso es con fines distractivos; los medios nos ofrecen espectáculo y nosotros satisfacemos nuestro gusto por el show, así resulta el negocio. Por ello es importante conocer el interés por uno u otro medio para establecer contacto con la realidad política.

Cuadro N° 11

Tipo de información que le gusta		
	Varones	Mujeres
Cultural	33%	46%
Política	35%	32%
Deportes	42%	9%
Internacional	22%	26%
Espectáculo	9%	34%
Económica	10%	4%
Opinión	8%	10%
Otros	2%	3%

Lo cierto es que la información que buscan los jóvenes es variada y estará relacionada a diferentes factores: a sus gustos personales, sus aficiones, su interés por estar informado de lo que otros comentan, ser una fuente de distracción; y, como se verá más adelante, el consumo estará mediado por el entorno cultural más próximo: la familia y la instrucción educativa. Aunque muchas veces les sea muy difícil encontrar la información adecuada en la oferta de los medios de comunicación.

Cuadro N° 12

¿Qué tipo de información prefieres?

'Lo que más busco son temas culturales, por ejemplo escucho, a Martha Hildebrandt, estoy apartada de la vida política porque me parece más complejo y prefiero lo cultural'.

'Busco información primordial sobre mi carrera, la política no me interesa no me llama la atención. La verdad no veo Tv., leo revistas, pero más que todo es entretenimiento'.

'Información sobre historia, novelas, teatro'.

'Aparte de mi carrera, la música, me gusta la música. Una cosa que a mí no me gustó fue la cobertura que le dieron a Libido con los MTV'.

'Lo de actualidad, cuando estallan los escándalos. Lo último, porque después estoy desenchufado, excepto cuando se trata música, espectáculos, más ligero... Fútbol también, fútbol peruano no'.

'Lo de interés público, lo que pasa con el gobierno, los escándalos con el presidente, o lo que hizo el vicepresidente, es interés de todos'.

6.1.3. Medios y mediaciones

Como se ha venido afirmando, el entorno familiar y el grado de instrucción, son los principales agentes mediadores del entorno cultural del joven universitario, que influyen en el consumo de los medios de comunicación. En la realidad, la familia y la educación actúan juntas, los padres de familia influyen significativamente en la formación que seguirán los jóvenes luego de la secundaria y este acceso a la educación se relaciona directamente con la economía familiar, el estatus socioeconómico, las aspiraciones y el imaginario del hogar.

a. Familia

El joven universitario, por lo general, vive en la casa familiar y, en la mayoría de los casos, el sustento de su educación y otras actividades depende económicamente de sus padres. Aquellos medios de comunicación que el joven posea o tenga a su alcance, son subvencionados por la familia, la primera entidad socializadora de toda persona en nuestra sociedad, aquella que interviene en nuestra construcción social de la realidad, como dirían Berger y Luhmann.

Las diferencias de clases sociales influirán en las condiciones de uso de los medios por parte de los universitarios, porque como es lógico, una mejor escala económica da mayor facilidad, en acceso, a los diferentes medios.

Cuadro N° 13

La familia y los medios

'Mi papá compra más periódicos deportivos y solo 1 ó 2 veces compra La República o Perú 21'.

'Cuando converso con mis compañeros noto ese desinterés por los problemas sociales; yo por mi parte, mi familia casi todos son profesionales y bueno siempre discutimos sobre eso y yo tengo un interés y trato de alimentarlo solo de una manera autodidacta'.

'A mí me gusta El Comercio pero en mi casa no lo compran, les encanta los periódicos chicha'.

'A mi papá por ejemplo le gusta estar al tanto con las cosas que está pasando, y él, más que nada, es mi medio, me informa'.

'Yo concuerdo contigo en la medida en que la educación es base, porque hace rato cuando nos preguntaban que buscábamos en los medios, ellos fueron los únicos en decir política y esto porque sus familias y la universidad, es el entorno en el que te mueves'.

Por otro lado, respecto con la mediación familiar en la política; debido a la situación en que se desarrollaba la participación política de los estudiantes en las universidades y los problemas que muchos afrontaron durante la intervención militar y política, los jóvenes manifiestan las reservas de los padres frente al activismo político, que es visto como búsqueda de problemas y pérdida de tiempo.

b. Educación

Se les preguntó a los jóvenes que participaron en el grupo focal ¿cómo pensaban que su educación puede influir en el consumo de información?. Tanto el interés como el consumo es influido, en cierta forma, por la formación universitaria; el punto de vista que domina, es que el rechazo de cierto tipo de información innecesaria, de mala calidad, así como la preferencia por otra más provechosa, cultural, educativa e informativa estaría de acuerdo con el comportamiento promedio de los universitarios frente a los medios.

Los jóvenes también tienen presente los comentarios de sus docentes frente a la situaciones políticas, a veces para darles la razón; otras, en oposición; del mismo modo, que de los otros estudiantes, quienes forman su entorno universitario. También se observó que los jóvenes son conscientes, que en la sociedad, la formación universitaria les provee de una imagen positiva, hay un reconocimiento que les otorga un estatus social, por lo cual muchas de sus actitudes y prácticas deberán corresponder a mantener esta posición de *'intelectual'*.

Cuadro N° 14

¿Crees que influya la instrucción universitaria en el consumo de información?

'El hecho de ser universitario te da más criterio siempre se respeta la opinión de un universitario, porque se supone que está en el foco cultural del pueblo o de la nación y se supone que debes ver todo de una manera más analítica'.

'Depende del tipo de instrucción que una persona tenga, son las cosas que le van a interesar, creo que el interés viene de acuerdo al nivel de instrucción, una persona que tenga nivel bajo no se va a interesar por cosas más trascendentales, por cosas que ocurren en el gobierno, que puedan afectar a los centros de estudios'.

'La educación sí influye, los universitarios o a la gente de educación superior, cuando tú le preguntabas por el caso de ese muchacho que secuestraron, a todo mundo le irritaba la cantidad de cobertura que le daban, decían: pero si gente secuestrada hay un montón. Y la verdad, en vez de eso, por qué nadie habla de otras cosas en esos momentos, políticamente qué estaba sucediendo, ese es el problema de los medios'.

'Yo creo que ninguno de nosotros, derrepente, va a comprar un diario chicha. No nos vamos a la forma sino más al contenido. Buscamos información'.

6.2. Percepción de las acciones de comunicación política

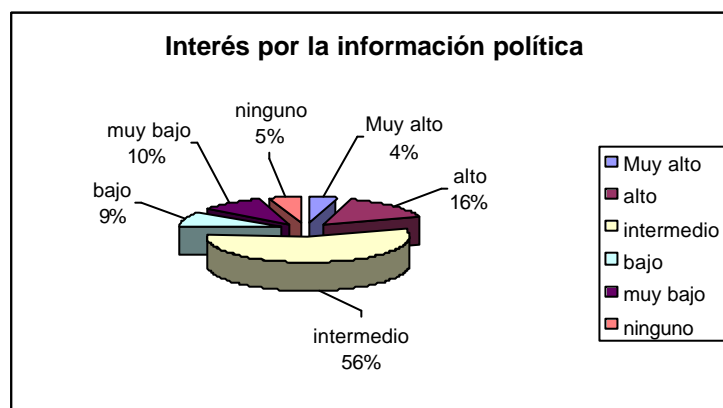
6.2.1. Interés y percepción de la información política

Conocer los asuntos públicos que el debate político privilegia para y por los medios, de estar informado acerca de lo que sucede con el gobierno del Estado, qué se está haciendo para resolver los problemas que a diario enfrenta el ciudadano directa o indirectamente, concita un interés intermedio en los universitarios.

Puede que haya interés en lo que sucede en la política a nivel nacional e internacional, pero la información que a menudo se presenta, con los mismos discursos, los mismos personajes, las confrontaciones por el poder, las medidas sin dirección alguna, la información periodística complaciente vinculada al poder político económico, reduce el interés por la comunicación política.

Hay bajo interés por los mensajes que el ciudadano, dentro de un sistema democrático, debiera acceder y conocer; la situación es más grave, si se considera que hablamos de individuos que poseen una formación superior. Porque, parte de la educación universitaria, brinda las facultades para entender el complejo ordenamiento político de la sociedad o así lo debería hacer (Ver gráfico N° 6).

Gráfico N° 6



Puede haber conciencia de que la información política merece atención, que es importante; pero la imagen de esta información, que por lo general llega primero a través de la pantalla, es asociada a cualquier otro show que brinda la televisión. Como dicen los estudios de comunicación política, la acción dramática se impone en la política audiovisual.

Los políticos son autores, que repiten sus guiones y la prensa entra en el juego que el medio ha creado; así, la información pierde valor, no se le halla ninguna utilidad. Por otro lado, el contexto que la prensa peruana ha atravesado durante la dictadura de

Fujimori, quien intervino y manipuló la información de los principales medios, ha suscitado mucha desconfianza en la labor del periodismo.

La credibilidad y objetividad de la prensa está en duda. La pregunta que se mantienen frente a ella es ¿qué interés defiende el medio, para quién y por qué?. No se halla una prensa independiente. Por eso, ya sea por acción de los medios de comunicación, o por el actuar de los políticos frente a los medios, la imagen de la política cobra un sesgo negativo en el imaginario colectivo de los universitarios, como se analiza de manera detallada más adelante.

Se establece un binomio entre la política y los medios, frente al público estudiantil. Para los estudiantes estos actores comparten la misma imagen, el mismo juego de intereses por el poder. Encuentran en la acción de informar y la acción de gobernar, un sesgo negativo de poca o nula credibilidad por este binomio prensa y poder político. Como señala Wolton el acercamiento entre la prensa y los políticos causa que ambos sean rechazados por el público (Gauthier, 1998: 124).

Cuadro N° 15

¿Qué opinas de la información política?

'La política es importante, no es tanto de mi interés, excepto las cosas que tienen que ver con nuestra sociedad. No le tengo fe a los políticos así, que trato de no escucharlos, ni verlos, para mí es una pérdida de tiempo'.

'Todo es terrible, todo es un show, un teatro para vender'.

'Hoy los políticos son actores, bueno, los políticos peruanos que están ahora son histriónicos, mediocres, bastante hipócritas'.

'Si me gustaría bastante que se dé mayor importancia a la política, porque lo que siempre vemos es que siempre tachan a la política de mala, negativa y eso no es así. Quienes son malos, negativos son ellos'.

'Antes de comprar un periódico veo los titulares, veo los choques que hay en los titulares. Por acá enfocan de una forma y por acá de otra. Yo siempre me voy por el periodismo más serio'.

'La información política, algunos periódicos lo enfocan más o menos; otros lo enfocan peor, pero es para estar conciente de nuestra realidad, para saber en qué realidad vivimos y cómo de una u otra manera poderla mejorar. Pero ahora, los medios de comunicación cómo lo muestran, no sé a quien creer'.

'Está recontratergiversada. Ni con dios ni con el diablo. Nos engañan por todos lados, los políticos nos dice uno, la televisión nos dice otro, los periódicos dicen otro entonces a quién creerle'.

'Lo que dice es bastante cierto, los medios de comunicación ya no solamente informan, sino han perdido la credibilidad, que es lo fundamental. Más se han dedicado a lucrar con lo que tienen. Con el poder que tienen de la libertad de pensamiento, de expresión'.

Es un mal generalizado, una desconfianza que apunta a todos. Consideran que la prensa responde a los intereses de los propietarios de los medios, grupos económicos, empresarios y los políticos que a cualquier precio ambicionan el gobierno sin control, para defender intereses propios y no de una población.

Los estudiantes reconocen que la actual cobertura de la información política es más abierta, que cuando Fujimori y Montesinos controlaban los medios; sin embargo, tienen la sensación de seguir viviendo una ilusión. Los medios han variado algunas de sus formas, pero en esencia todo sigue igual sentencian.

Cuadro N° 16

¿Qué diferencia hay entre la información actual y la del tiempo de Fujimori?

'Es más libre, tiene siempre el mismo estilo de llevar la noticia y siempre va a haber grupos en pugna, pero yo creo que es relativamente fácil, pero ha cambiado, hay más libertad, hay más veracidad, hoy si se puede escuchar todo en la televisión, pero siempre tiene el mismo estilo que con Fujimori, un estilo trivial, anecdótico'.

'Los medios también ven quién y qué es lo que quiere que salga, o sea un debate de alcaldes, había uno que era izquierdista pero nunca lo van a invitar para que salga a la televisión a hablar, no es lo mismo que Rafael Rey o Barba Caballero, porque que se traigan a Alberto Beingolea de Patria Roja, eso nunca, va haber una misma línea'.

'Antes no podían ser políticos, porque no podían hablar sobre política, ahora en cambio, hablan mucho sobre política. Porque antes, alguien que no estaba en la presidencia, no podía opinar. Ahora le preguntan qué opina Alan García, qué opina Lourdes Flores, qué opina tal político, que no es presidente, no es congresista, no es nada y sin embargo puede dar su opinión'.

'En el gobierno de Fujimori no se daba cobertura a otros partidos, era cambio 90, cambio 95 pero eso era todo y claro cuando salió y se destapó ahí sí'.

'En la forma no más ha cambiado, pero sigue siendo igual o peor derrepente. A mi me parece tan descarada la forma como están informando, me parece un circo, como si aquí solo viviera gente inculta, sin calidad de pensamiento'.

Por último, en consideración a la información política, los jóvenes no dejan de observar el problema y las desventajas para la política y la participación ciudadana que genera una población no muy bien educada. El riesgo está en lo fácil que resulta dejarse llevar por lo que los medios informan, al no estar preparada para reflexionar sobre aquello que se le dice y cómo se lo dicen. En ese sentido, destacan la diferencia en la

manera de cómo ellos consumen las noticias políticas, con una actitud crítica permanente.

En esta dirección, hay algunos roles que los estudiantes asignan a los medios de comunicación, como preocuparse por brindar información que orienten a los ciudadanos y que eduquen; así consideran que los medios tienen capacidad de influir en el público, y por ende, tienen que asumir una responsabilidad en su oferta informativa.

Cuadro N° 17

'Yo creo que no es culpa del pueblo, yo creo es culpa de la comunicación, los medios de información, porque eso es muy importante porque tú puedes tener un punto de vista, estás convencido de estas cosas y por ahí te mandan un reportaje o noticias o salen a debatir, al final sales preocupado'.

'Me parece, como dicen, los medios de comunicación deberían tener una responsabilidad –sí hay responsabilidad- el problema es que no la asumen digamos, no en lo que deberían'.

'El problema que decían aquí, en que uno puede discernir entre lo que quiere ver o no, es un problema de educación'.

'De todas maneras influye, por ahí, por los medios de comunicación, todos los medios te van diciendo la política es así o asá, sea como sea indirectamente, por más que uno trata de evitar. Pero sea como sea, influencia un poco en tu forma de ser, en tu cultura'.

6.3. El sistema político en el imaginario colectivo de los jóvenes universitarios

6.3.1. Universidad y política

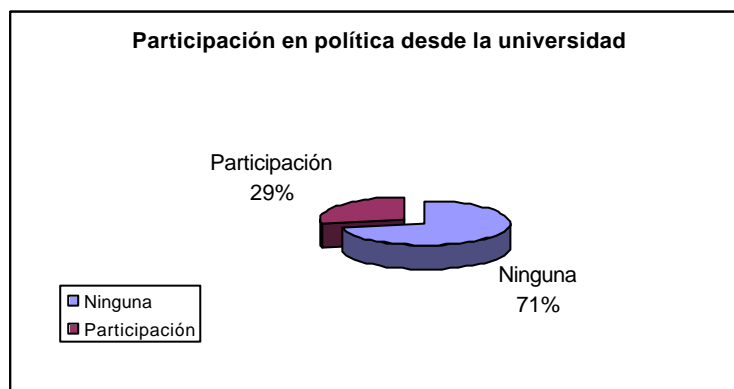
En su historia, la universidad ha desempeñado roles de participación política por medio de sus miembros intelectuales, docentes y estudiantes. En los años finales del régimen fujimorista, los universitarios del país protagonizaron diversas actividades de protesta como las marchas, los '*plantones*' y movilizaciones en las calles, recolección de firmas para el referéndum, entre otras.

Así comenzó un nuevo movimiento frente a la política en defensa del Estado de derecho, luego de varios años en que el protagonismo político de los universitarios decayera. Un movimiento distinto a la participación militante que caracterizaba la década de los ochenta y principios de los noventa. Se advertía estudiantes

comprometidos con la defensa de la democracia, pero independientes de filiación política alguna.

Según nuestra medición, en la participación en asuntos políticos en las universidades, se involucró de cierto modo, a un tercio de los estudiantes que actualmente siguen estudiando, pues la gran mayoría afirma no haber tenido participación efectiva en ninguna actividad política que se haya organizado en su centro de estudios.

Gráfico N° 7



La participación de los estudiantes en asuntos públicos, como protagonistas, es reducida. La mayoría evita involucrarse en ellos.

6.3.2. Percepciones de la política, tendencia y participación

Son varios los motivos por los cuales dentro de las universidades hubo –y existe en un amplio sector- indiferencia por participar en la política. Menciona Chávez Granadino que existe un desprestigio de la política entre los universitarios a causa de dos factores: la crisis económica y la violencia política experimentada en el país en los noventa (Chávez, 1999: 73).

El radicalismo en las universidades públicas que trataron de imponer movimientos subversivos como el PCP-Sendero Luminoso y el MRTA, la intervención

militar y administrativa, la falta de garantía y violaciones de los derechos de estudiantes y docentes, crearon un síntoma de temor en involucrarse en política, que se reflejó luego en el desinterés por los acontecimientos políticos internos y en los extramuros.

El resultado se tradujo en la expresión de toda una generación indiferente, interesada en sí misma, alejada de cualquier actividad política, porque era mejor no participar, no ser confundido con un agitador o subversivo; ‘generación X’ fue llamada por todo ello; hasta que la defenestración de los magistrados del Tribunal Constitucional los llevó a expresar su protesta en la calles en junio de 1997, resaltándose el despertar de los jóvenes.

Este camino de marchas y contramarchas, recorrido por el nuevo movimiento estudiantil a finales de la dictadura, ha dejado como lección que la acción política es importante, es la única manera que la sociedad tiene para organizarse y resolver sus problemas. Sin embargo, la práctica tal cómo la perciben, los distancia.

La política es considerada por los jóvenes un problema, corrupción, puro interés personal o de grupo, donde priman las ansias de poder, el ciudadano pierde su el tiempo para beneficio de unos pocos y, por todas estas razones, ningún beneficio se puede conseguir a favor del país.

Cuadro N° 18

¿Qué opinan los universitarios de la política?

‘En realidad soy bastante renuente en lo que respecta a la política, para ser sincero. Quizás muchos de los jóvenes hemos confundido a los políticos con la política y eso ha generado una cierta desconfianza. Tengo muchos compañeros que no quieren saber nada con los centros federados. Hay muchos que recelan de eso, no les interesa, les parece mafioso y cosas así’.

‘Todo lo que estamos pasando como universitarios es una consecuencia de todos los acontecimientos que nos han pasado anteriormente, la universidad estuvo tomada por los senderistas, internamente y, luego, externamente en el periodo de Fujimori, ambos sucesos han anestesiado a la sociedad. Esa es la consecuencia que nosotros estamos entre comillas pagando’.

‘Se ha perdido bastante interés y la mayoría lo ve como algo negativo, la política son las personas que hacen la política. No ven en sí en qué consiste la política, cuál es aporte de la política. Porque un país sin política, no tiene piso, no tiene territorio; es necesario’.

‘Nadie podría decir que no es importante, el asunto es que a nadie le nace pegarse a la política, precisamente por esa desilusión, no es una cuestión de conciencia, es una cuestión de sentimientos, no se siente con esa responsabilidad’.

‘Siempre dicen que como todo está podrido y quieres entrar a ello, tienes que pudrirte, tienes que mancharte’

Es de prever, que las esperanzas que los universitarios puedan tener en el sistema democrático, como mejor alternativa de gobierno y funcionamiento del Estado, con participación efectiva de los ciudadanos en las decisiones más relevantes, caminan a la par con sus ideas sobre la política como actividad.

La democracia como un gobierno de participación y representación, tal como se la piensa, es una utopía, apelar a la democracia como sistema, no es más que una quimera de la que se vale el discurso político para convencer a la gente de un orden que no es posible, porque más allá del discurso, priman los conflictos de intereses subalternos.

En ese sentido, a la democracia se le termina relacionando con el desorden, con la anarquía, con falta de autoridad, en donde cada quien puede hacer lo que quiere; el público no toma en cuenta que en el orden democrático rige la ley. Porque en la realidad que observa el público estudiantil, priman los beneficios que el poder otorga ante la ley, es una imagen devaluada la que se tiene del Poder Judicial.

Todo ello puede llevar a pensar que a veces es necesario el autoritarismo, el orden impuesto por una mano dura, que tenga posibilidad de gobernar sin obstáculos y tomar decisiones más allá de los intereses de los grupos políticos y élites económicas. Situaciones que lamentablemente el país ha vivido muchas veces, con dolorosos resultados sociales, políticos y económicos. Fueron más las dictaduras las que han gobernado en el Perú del siglo XX, que los cortos periodos de regímenes democráticos.

Sin embargo, las malas prácticas políticas en los regímenes democráticos, dejan dudas para aprender las lecciones pasadas; más a la gente joven. cuya memoria del pasado es ligera y el presente recibido se impone en sus imágenes y comprensión de la sociedad.

Cuadro N° 19

¿Qué esperanzas tienes en la democracia?

'La democracia es algo utópico, bajo ese concepto se genera un montón de conflictos o todo el mundo se abandera de esa palabra cuando buscan otra cosa, en verdad, yo ahora no podría decir yo creo que hay una corriente que es nueva y que pueda traer nuevas cosas, no. Yo si estoy decepcionada, desde lo micro hasta lo macro'.

'Es un abanderamiento de muchos partidos políticos que quieren llegar no más, quieren hacer ese afán de llegar y cuando llegan al final, al diablo la democracia y yo sigo con mi proyecto'.

'Solo es un slogan, es un spot publicitario para llamar la atención e la gente, es como la marca Adidas, oye Adidas mira, entonces yo voy a comprar. Democracia todos los partidos dicen voy a restablecer la democracia, pero si nunca la hemos tenido, que van a recuperar'

'Democracia absoluta nunca va a haber, porque si bien es cierto, la democracia busca la participación del pueblo, pero cuando hay que reglamentar, cuando hay mano dura, no hay democracia hay dictadura. Yo creo que siempre es necesario que haya una administración estricta mano dura en cuanto al gobierno, en cuanto a las entidades del gobierno, a las entidades estatales como particulares'.

'La democracia en la que vivimos no funciona, es obvio, tiene un montón de trabas, de conflictos. La democracia es la mejor forma de gobernar, creo que sí funcionaría si arman un organigrama de gobernar en base a suplir las necesidades de la mayoría. Pero la democracia de ahora, eliges a alguien cada cinco años, solo eres libre en el momento en el que votas nada más, porque después de los cinco años, no lo puedes sacar, no le puedes hacer nada; en esa democracia no hay libertad, libertad restringida, no nos sirve'.

a. Tendencia Política

Luego de analizar aquello que piensan los universitarios sobre la política y acerca de sus esperanzas en el sistema democrático, queda conocer si es que en ellos existe de manera general, una adherencia o identidad hacia una determinada tendencia u orientación política.

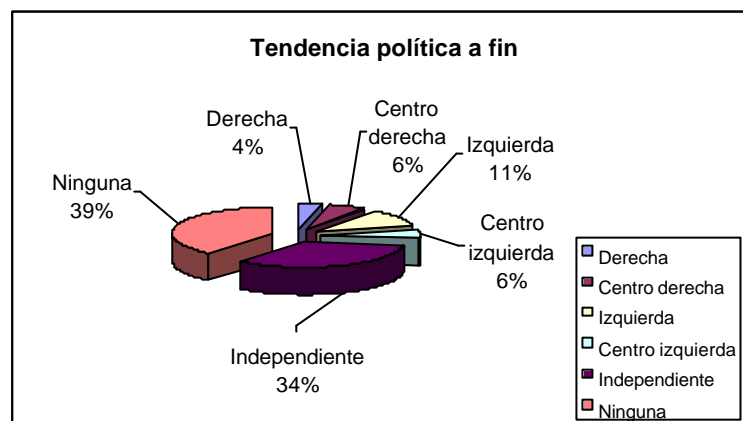
Aunque, algunos han señalado el desfase en utilizar los términos de derecha o izquierda; en el lenguaje político, académico y de los medios, hablar en términos de derecha e izquierda, continua siendo válido. Su uso se conserva para decirnos que el debate ideológico no ha llegado a su fin.

Los resultados de la pregunta ¿con qué tendencia se identifica más?, indican que la mayoría no se siente a fin a ninguna tendencia (39%) o prefiere mantenerse como independiente. Son muy pocos aquellos que se identifican con una postura de derecha,

izquierda o centrista, esto nos dice del grado de politización que puedan tener las universidades, muy distinta a las décadas pasadas.

La respuesta de los jóvenes, en su mayoría, es no estar comprometidos con un pensamiento sólido, con una ideología o una doctrina que marque pautas de qué se debe hacer y recorte su opinión y expresión particular. El joven estudiante no desea estar regido por una manera en la que ha de pensar y actuar en forma predeterminada, o tener que asumir –como en el pasado- ciertas lealtades y compromisos partidarios.

Gráfico N° 8



En este asunto, al desagregar los resultados por el tipo de universidad, podemos ver que, si bien la mayoría no opta por alguna tendencia, existe en las universidades públicas una mayor preferencia por una postura izquierdista frente a las privadas. En tanto, en las universidades privadas, las tendencias están mucho más parejas. También varía en elegir una postura política; en las universidades privadas, más que ser o llamarse independientes, no se define una tendencia política; en este segmento, a los jóvenes les resulta ajeno, casi sin importancia una definición política.

Cuadro N° 20

Tendencia política		
	U. Públicas	U. Privadas
Derecha	2%	8%
Centro derecha	7%	4%
Izquierda	14%	6%
Centro izquierda	6%	7%
Independiente	40%	25%
Ninguna	31%	50%

Puede añadirse que los estudiantes perciben el cambio y la diferencia de la universidad actual, reconocen que en la práctica las universidades se han despolitizado. La actividad de los partidos de izquierda, en las universidades públicas, está mermada y el estudiante tiene una orientación más al bienestar y desarrollo individual centrada, en su formación profesional.

Los ideales de los jóvenes frente a una tendencia política, se guía más por la práctica, la situación política que conocen les hace pensar que es necesario que mejore o cambie el sistema, este orden de desigualdad. No están a favor del liberalismo, tampoco con la utopía del comunismo, buscan una buena gestión de gobierno, no tanto una teoría ideológica.

Se privilegian las acciones y los actores, el mejor caudillo que haga cambiar lo malo, que aliente la participación de la ciudadanía, trabaje con ella y por ella. Ante la desilusión en la política se tiene una generación con ciudadanía aletargada, que piensa despertar en el futuro.

Sus esperanzas en el sistema están en acabar con la desigualdad social. El cambio es necesario porque tenemos una sociedad injusta que no responde a sus ideales; donde los beneficios socialmente producidos, deben ser compartidos por todos los miembros de una sociedad.

Cuadro N° 21

¿Tienes alguna tendencias política?

'Si la tengo no sabría cuál es, no sabría qué nombre ponerle, solo sé que se aplaude lo que esté bien hecho y se critica lo que no'.

'La verdad que hemos tenido todos los gobiernos e igual nos han pagado con la misma moneda. En el momento mi postura es neutral. En el momento que vea un político que me convenza y una forma de gobierno que me parezca saludable, sería tonto no apoyarlo, por el momento no hay nadie'.

'Estamos bajo una política dominante, tenemos que acatar todos lo que ellos digan. En realidad, no estoy por ninguna determinada, ni por el socialismo, comunismo, demócrata. A mi me parecería bueno una política de igualdad, en la que todos tengamos los mismos derechos; la posibilidad de alcanzar lo que otros pueden alcanzar y que no haya tanta limitación de las clases'.

'La verdad es que no tengo ninguna, en conclusión, ninguno de nosotros está satisfecho con ninguna política existente. Si queremos que las cosas cambien. Por muy desesperanzados que estemos todos creo que tenemos que asumir cierta responsabilidad, los jóvenes, la generación que está ahora dormida'.

'Las ideologías, que a través de la historia, todas las conocemos en el proceso de la historia, no son malas, sino que hacen malas las ideologías los hombres que las practican'.

6.4. Imagen de los partidos políticos

6.4.1. El consumo de la información en la construcción de la imagen de la política y los partidos políticos

La información de los medios, a la cual con frecuencia se expone el ciudadano joven, va a servir para la construcción de sus imágenes acerca de la política y de los actores como los partidos políticos; surgen en el imaginario colectivo rasgos peculiares que el público asocia al sistema político. Veamos, cuales son los principales rasgos percibidos a través de los medios, que actúan en la configuración simbólica que el ciudadano otorga a los partidos políticos.

a. Lastres de la participación política: subversión, autoritarismo y corrupción

La imagen de participación política a nivel del Estado, lleva adherida tres representaciones negativas: la subversión, autoritarismo y corrupción. Representaciones que se basan en nuestra historia política reciente, están latentes en la configuración de las acciones políticas difundidas en la información de los medios. Tres temas que la agenda política no puede eludir. Estas imágenes son reflejadas en el entorno universitario, surgen a partir de ellas, barreras de participación política como miedos, desconfianza y apatía.

Cuadro N° 22

'Como que te da un poco de miedo, en tu casa te dicen de la subversión es algo horrible, terrorismo y eso es causa del tipo de información que han dado los medios de comunicación'.

- 'Es un punto muy importante, porque en realidad te tildan de eso, porque uno reclama sus derechos, ya eres rebelde'.

- 'Peor de subversivo'.

'Vemos tantos partidos que dicen tantas cosas y ese periodo largo que hemos sufrido, nos hemos dado cuenta que todo está tan cochino que ya no hay donde pisar, todo está tan sucio, tan cochino, que a veces nos lavamos las manos: yo no me quiero meter en eso'.

'Lo que he notado es que si hay personas que se meten en política, mas que todo van hacia lo que van recibir a cambio, más se preocupan por eso y no en los verdaderos objetivos. Bueno esto se ve en la misma universidad'.

Es importante mencionar estos aspectos, porque sobre todo, la idea de la corrupción en la política es la que más se asocia y afecta la imagen de los partidos y sus representantes.

b. Los medios distorsionan la política

Los estudiantes otorgan a los medios la facultad de influir en los receptores. Ven en la información, un insumo que sirve para orientar la forma de pensar de las personas. Le dan un rol importante a la actividad informativa de los medios de comunicación; sin embargo, existe la sospecha que toda la información que pasa por los medios, sale distorsionada.

Esta desconfianza en los medios de comunicación golpea uno de los derechos fundamentales en toda democracia, la libertad de expresión que trastoca de un beneficio público a un mal de nuestra sociedad, por abuso de los medios de comunicación.

Cuadro N° 23

‘Todo tiene que ver la comunicación, que es lo principal y lo primordial, porque de lo que te da la comunicación, tu vas a sacar tus pensamientos’.

‘Los medios de comunicación son muy importantes, pero como dice mi compañero todo se distorsiona, para mí pareciese que si uno estaría al tanto de los medios de comunicación, estaría bien, pero uno no sabe exactamente’.

‘La libertad de expresión es parte de la democracia y mira como embrutece a toda la población con sus imágenes. La libertad de expresión ahí se embarra’.

Toda la televisión, todos los medios; en si toda la sociedad, ha generado una situación en que las personas se fijen en otras cosas, en deportes; que generalmente son distractores, la farándula, esos intereses son los que más gustan’.

‘La última información sobre partidos es sobre la promulgación de la ley, y lo que ves, es que no mucha gente conoce de eso. El trabajo de promoción del conocimiento, es muy pobre en los mismos medios’.

Sin embargo, la acusación de distorsión de la realidad política, afecta la imagen del poder político. El público asume que hay algo que este poder les oculta, para no permitirle ver el engaño en que viven, frente a las reales acciones e intenciones escondidas de quienes gobiernan.

c. Política centrada en la personificación y confrontación

La cobertura de la información política concentra su atención en los principales líderes políticos. La confrontación de las opiniones de los líderes de los partidos o personajes públicos líderes de opinión, generan las noticias principales. Los estudiantes terminan identificando la política centrada en la actuación de los personajes políticos, llámese congresista, miembros de los partidos, ministros o funcionarios públicos, entre otros.

Los medios crean un juego discursivo de confrontación entre las personalidades políticas, que genera una imagen de la política y de sus actores, como de

enfrentamiento, división y juego de intereses. Además, la personalización difumina a las organizaciones partidarias.

Sin embargo, la permanencia de los líderes políticos ante la atención informativa de los medios aparenta ante los jóvenes favorecer una posible candidatura y acceso al poder.

Cuadro N° 24

Si Toledo mete la pata, los medios van y le gritan a Toledo y como consecuencia de eso el pueblo hace lo mismo; entonces van donde Lourdes, qué opina Lourdes o que dice Alan García y van y el pueblo para allá, entonces, lamentablemente el pueblo está acostumbrado a eso, a seguir lo que hacen los medios o lo que dicen, si apoyan a alguien, apoyan a ese’.

‘Lo que yo escuché sobre Beatriz Merino, que le estaba comentando, es que ella nunca está absolutamente a favor de lo que hable el partido político de Toledo “Perú Posible”, no siempre está apoyando a lo que ellos decidan hacer o hagan y creo que por eso estaban pensando en la posibilidad de que la retiren del partido’.

- ‘Yo pienso que cuando él (Alan García) opina algo, todos los periodistas van, qué dijo, cómo lo dijo. Alan ha crecido tanto’.

- ‘Es el líder de opinión’.

‘Por ejemplo cuando Alan García terminó su gobierno, todo el mundo lo satanizó y Fujimori era el héroe, el salvador. El que tenía que capturar al diablo, a Alan García, el demonio Satanás, hasta le pintaban sus cachitos en algunos periódicos. Pero cuando Alan vuelve y cae Fujimori, ahora Fujimori es el demonio y Alan García solo una víctima. Falta claridad, seriedad’.

‘Esto nos va a llevar que ahora en las nuevas elecciones 2006, la final ahora se ve que va ser Alan y Fujimori’

d. Sistema político cerrado a la participación

La extrema personificación concentra la atención en pocos personajes públicos, este rasgo proyecta la imagen de un sistema político excluyente, cerrado a la participación de nuevos actores. Para los estudiantes, estamos ante un espacio político de difícil entrada para los movimientos nuevos. Es muy común que se señale la frase ‘siempre son los mismos’. Tampoco observan que se dé espacio a la participación de los diferentes sectores de la sociedad civil.

El público estudiantil reclama por la renovación y mayor apertura a la participación en el sistema político. En este reclamo, se juega la determinación de la

imagen de cuán democrático es realmente el sistema y sus actores, así como los partidos políticos.

Esta situación se sitúa en las exigencias ciudadanas por una democracia más participativa, dentro del modelo de democracia representativa, donde actúan y concentran el poder los partidos políticos.

Cuadro N° 25

‘Siempre se va a llamar para dar opinión ya sea Alan García, Lourdes Flores Nano. Se llama a personas de los partidos políticos más resaltantes, se podría decir, porque por acá he visto algunos partidos políticos que tienen poco renombre y no entiendo por qué a los representantes de esos partidos también no se les llama, no se les entrevista ácidamente como a los otros, como sería el caso de Alan y Lourdes; tendría que ver mucho los medios de comunicación en esto’.

‘Creo los medios también esperan ver quién quiere que salga. O sea, en un debate de alcaldes con Castañeda, había uno que sí era bien izquierdista, pero nunca lo van a invitar para que salga a la televisión a hablar. No es lo mismo que Rafael Rey o Barba Caballero, a que traigan a Alberto Beingolea de Patria Roja; nunca. Va haber una misma línea’.

‘Yo digo el sistema político está amarrado, porque uno no puede acceder así al Congreso, porque para acceder al Congreso tienes que tener plata para hacer propaganda, salir en televisión, la gente que te conozca y finalmente tener un gran porcentaje de población que vote por ellos’.

‘Siempre van a ser los mismos, siempre van a estar entre ese grupo de gente, no sé si se habrán dado cuenta, votan a un Diez Canseco entra un Diez Canseco, cuál es el cambio, siempre es entre la misma gente, la gente que nos gobierna es la gente que tiene poder, o son los ricos o somos los pobres’.

e. Del escándalo a la desilusión

Cuando la información política gira alrededor de denuncias y escándalos de los personajes en el poder, tiende a generalizarse la desconfianza. Como bien señaló uno de los participantes en los grupos focales los medios pueden edificar una percepción positiva de un personaje, así como acabar con ella.

Este juego permanente crea un síntoma de hartazgo, de desilusión compartida por el público. El sentir común asume que la democracia, como utopía de buen gobierno, no encaja con nuestro sistema político.

La desilusión con el sistema se engrana con la falta de oportunidades y progreso personal, el gobierno no sirve para el bienestar público, sino solo de quienes llegan a manejar el Estado, es decir de quienes están en la política.

Cuadro N° 26

Es que definitivamente los medios últimamente han hecho satanizar y endiosar a los políticos. A El Comercio llegó una carta de un pata que escribió después de lo de Diez Canseco, algo bien dramático, el titular decía: Todo le parece feo; la carta decía estoy cansado de estos políticos, estoy cansado de las decisiones que toman, estoy cansado de ver el circo que me hacen ver cada día, de enterarme lo que pasa en los medios; entonces, qué nos queda a todos los jóvenes, nada más que sacar mi visa e irme del país, porque a este paso, lo único que nos queda es seguir decepcionándome de mis gobernantes y nunca voy a progresar en mi país, estoy condenado a eso. Solamente van a aprovechar aquellos que estén con el gobierno’.

Aún así, los jóvenes valoran que los medios, mediante investigaciones periodísticas, den seguimiento a las actividades públicas para descubrir malos manejos. Sin embargo, ven que las denuncias de casos de corrupción, captan la atención principal de la cobertura informativa, restando el interés a otros sucesos. Como ejemplo del momento, los estudiantes de los grupos focales mencionaron el caso de las denuncias que hicieron renunciar a Raúl Diez Canseco a la Primera Vicepresidencia de la República.

Cuadro N° 27

‘Yo no se más que de Diez Canseco’
‘Sobre todo ahora; por ejemplo, lo de Diez Canseco era más un show. Telenovela parece’.

f. Falta de mantenimiento de la memoria colectiva e impunidad

Los medios de comunicación cumplen un rol importante en el mantenimiento de la memoria pública del pasado. Sin embargo, los estudiantes perciben cierta complacencia de la prensa, al momento de interpelar a los personajes políticos sobre sus acciones pasadas, sus faltas y errores cuando gobernaron anteriormente.

La falta de capacidad de mantener viva la memoria colectiva de la ciudadanía, cubre de sospecha a los medios de complicidad, de ocultar información de malos manejos de la administración pública por parte de quienes gobernaron y pretenden volver a hacerlo. De esta forma, los actores políticos que controlan el Estado, son mirados como agentes impunes, tanto ante la justicia como frente a los medios de comunicación.

Cuadro N° 28

'Una señora salió por radio, contaban que Fujimori estaba realzando su puntaje. Ustedes por qué creen que la población olvida, es por culpa de ustedes periodistas. Porque ustedes hacen que Fujimori viva, por qué no sacan todo lo que ha hecho él'.

- 'Tengo una amiga que ingresó a la universidad a los dieciséis, ella no sabía mucho, entonces agarró, cuando salió Alan en la segunda vuelta, me dijo qué interesante ese político. ¡Cómo vas a querer votar por Alan!, le digo yo. Le tenías que explicar las cosas que habían pasado, ella no había vivido esa época lógicamente, ella tenía 18'.

- 'Eso depende de la cobertura que han dado los medios, de acuerdo a su conveniencia'.

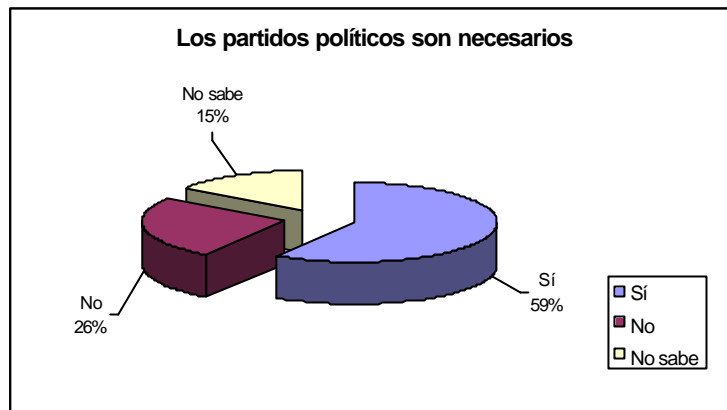
- 'Claro algunos medios recordaron esas cosas, la mayoría no dijeron nada'.

6.4.2. Percepción de los partidos políticos

a. Una institución necesaria para la democracia

Al buscar establecer la imagen de los partidos como institución, mas no por su desempeño, se preguntó si se considera necesario o no a los partidos políticos, para conocer la conciencia ciudadana de los jóvenes con respecto al rol de los partidos dentro del sistema democrático. En el gráfico siguiente, se observa que la opinión del público encuestado en su mayor porcentaje califica, que es necesaria su presencia como instituciones dentro de nuestro sistema político. Manteniéndose un tercio que se opone a esta idea.

Gráfico N° 9



b. Contraposición entre lo ideal y lo real

Sin embargo, las opiniones que tienen en mente los estudiantes con respecto a las instituciones partidarias y el papel dentro de la política peruana, plantea la contradicción entre: una *'imagen ideal'*, ser conciente de que toda democracia no funciona sin partidos políticos (es necesaria la organización, la pluralidad de ideas) y; una *'imagen real'*, el balance de la actuación de las organizaciones políticas y sus principales líderes, que no han cumplido con su responsabilidad social de organizar el Estado, plantear y enfrentar eficientemente los problemas más agobiantes del país.

Los partidos políticos son necesarios, pero las actuales características que presentan en la realidad; como la falta de diferenciación entre sus doctrinas, programas y planes de gobierno; el cumplimiento de sus promesas; la desorganización; la corrupción; el interés personal, la renovación de sus representantes; el caudillismo; así como, la concentración de los medios en los mismos partidos y en los políticos de siempre, hace sentir que los que actualmente están en el escenario político no son los mejores y deberían cambiar.

Tal como está la situación actual, los jóvenes perciben que los partidos han perdido el apoyo popular, están disminuidos porque los líderes y dirigentes que se

agrupan dentro de su organización, no representan a ninguna fracción significativa de sociedad. Un partido o una organización política, debe ser una institución fuerte para que sea importante dentro del sistema político, pero si ellos no logran fortalecerse con una militancia y un electorado que mantenga su lealtad en las urnas, quiere decir que este partido no actúa, no tiene representatividad, no es indispensable.

Cuadro N° 29

¿Qué opinan de los partidos políticos?

'Actualmente los partidos tienen una disposición bastante mediocre, en torno a lo que es participación de masas, tienen muy poca base social y al no tener esto obviamente se disminuye la importancia de los propios partidos. Pero con el tipo de política que hay, esos partidos siempre van a estar a la palestra, porque son sectores poseedores, se dice, de tradición'.

'Me parece que como todo país demócrata, como todo país con ideas políticas de libertad, necesita de partidos políticos, porque necesita que elegir siempre; no podemos estar esperanzados de que aparezca siempre cualquier hijo de vecino, fulano, y diga yo quiero ser presidente'.

'Todos prometen lo mismo, pero nadie da una línea de yo pienso así. Todos prometen a la hora de elegir y después se olvidan'

'Lo que aquí no hay es cobertura de los medios de comunicación, es como si estuvieran concertados, es un negocio, tienen que haber cinco grandes y allí acabó'.

'Los gobernantes tienen que estar formados para ser gobernantes, ese es otra forma de ver, y es necesario por eso los partidos políticos'.

'Son muy importantes, porque sino no habrían distintas opiniones. Creo que para poder al final acordar algo, es necesario distintas opiniones. Qué sería un gobierno con un solo tipo de partido donde no hay elección. Por ese lado es importante, pero ahora qué valor tienen para mí, en estos momentos, estos políticos; yo creo que ninguno, no creo que aporten nada bueno'.

'Pero que tengan ideología clara. Porque últimamente lo que hemos hecho, es puro espectáculo nada más. Que si Alan García dijo, que si Toledo respondió, que si Waisman o Lourdes'.

Algunas ideas vertidas por los jóvenes, empata con lo que señala Malamud acerca de descripción de los partidos políticos en las obras de Joseph Schumpeter (1942) y Anthony Downs (1957), dice: “Estos autores aplican una metáfora del funcionamiento del mercado económico, concibiendo a la democracia como un mercado político en el cual los líderes partidarios cumplen el rol del empresario, que dentro de una firma (el partido) desarrolla la tarea de producir, promover e intercambiar una serie

de bienes o servicios (decisiones y políticas públicas, o bien cargos y prebendas) por un recurso de poder que hace las veces de dinero: el voto” (Malamud, 2002).

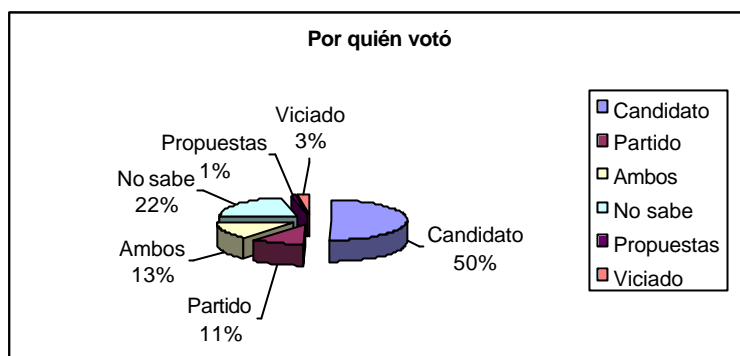
c. La imagen del candidato antepuesta a la imagen del partido

La reflexión sobre los efectos de la comunicación política massmediática señala que, la imagen de los líderes y candidatos se antepone a la imagen de los partidos, como también se ha señalado, los partidos en la actualidad son máquinas electorales que solo tratan de conseguir el mayor número de votos. Muy poco se les identifica con una corriente ideológica bien definida, en la mayoría de casos, su línea u orientación política se establece de acuerdo con aquello que prometen sus candidatos. Las elecciones personalizan la contienda por los votos, el elector se guía mayormente, no por la organización política y su propuesta, sino por el candidato.

Al momento de elegir un gobierno, los universitarios más se guían o se sienten persuadidos por la imagen del candidato, se vota por el líder, su trayectoria, su oratoria, sus ideas y promesas. Interesa poco su organización y menos el programa de gobierno, la imagen del líder es lo más importante, la imagen del partido queda disminuida al momento de la elección por efectos de la campaña electoral.

Vemos en el gráfico N° 10 que, el 50% de los jóvenes, al momento de decidir su votación, se guían por la imagen del candidato. La confianza se da, no en aquello que respalde al candidato (su organización política y su programa de gobierno), sino en su presencia misma, sus promesas, la sensación que imprime en la mente con sus palabras, sus rasgos físicos y sus antecedentes. Estos aspectos, entre otros ingredientes, son los que los asesores de imagen cuidan en resaltar o atenuar durante la campaña electoral.

Gráfico N° 10

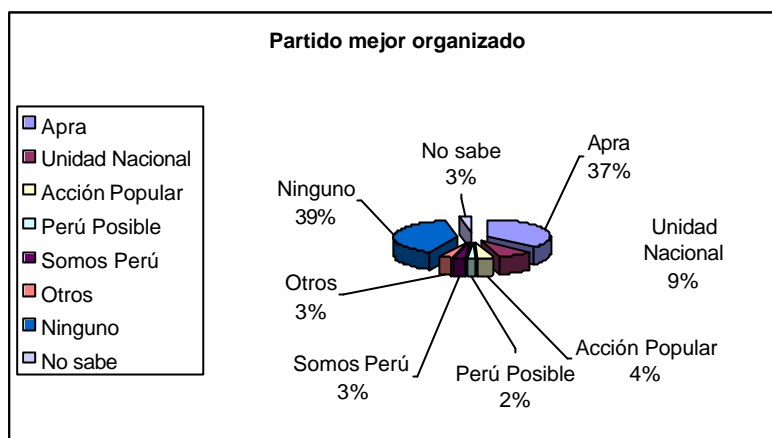


d. Partidos sin institucionalidad

Cuando se va a evaluar más directamente las opiniones sobre los partidos que se desenvuelven en la arena de nuestro sistema político; aspectos importantes como la organización partidaria, que permite una mejor actuación, demuestran que se tiene una imagen de institucionalización pobre.

Como sabemos, el sistema político peruano se ha caracterizado por no tener un orden que asegure el funcionamiento de un sistema de partidos, ha carecido de institucionalidad en diferentes momentos. Recién se ha promulgado la Ley de Partidos, los pocos movimientos políticos no tienen una organización de base integrada dentro de todo el país y con pleno conocimiento de su ideario político, si es que lo tuvieran. Para los jóvenes, no hay partidos bien organizados, el que más destaca por su disciplina y su organización es el Partido Aprista Peruano, el resto no logra convencer en este aspecto.

Gráfico N° 11



e. Altos niveles de desconfianza

Y si la imagen de organización de los grupos políticos es negativa, la confianza en ellos, así como la idea en cuanto a la capacidad de que puedan gobernar el país, es mucho más desalentadora. La desconfianza llega al 63%.

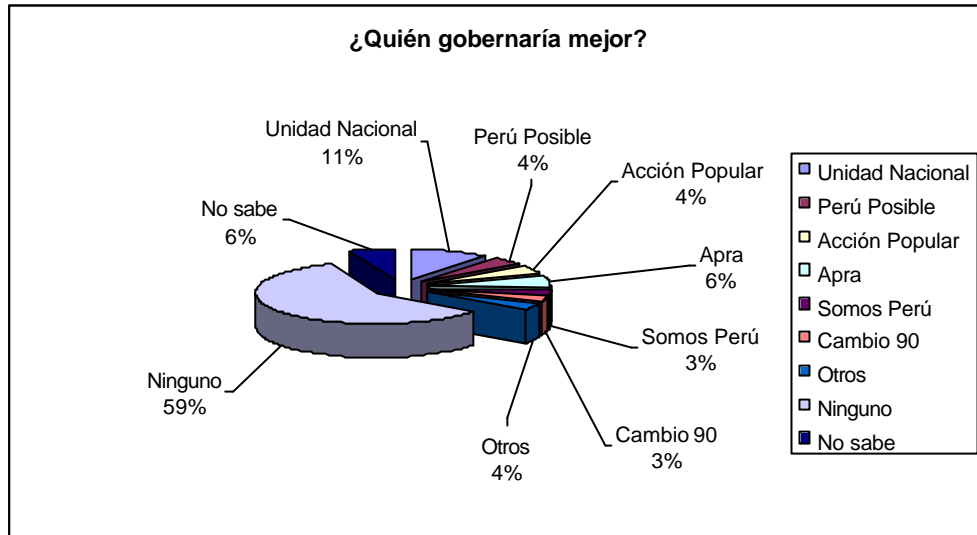
Cuadro N° 30

¿En cuál confiarías?*	
APRA	12%
Unidad Nacional	10%
Acción Popular	6%
Somos Perú	3%
Unión por el Perú	3%
MNI	2%
Otros	3%
Ninguno	63%
* Respuesta múltiple	

Tampoco se cree que alguno, en realidad, esté preparado para realizar un buen gobierno; el 59% manifestó que ninguno tiene la posibilidad de gobernar bien. La ventaja en este punto la lleva un grupo político que no ha gobernado directamente,

como la Alianza Unidad Nacional. Aunque esta situación es una tendencia a nivel de la región, ya que el Latinobarómetro señala que la confianza en los partidos políticos llega a un promedio de 18%.

Gráfico N° 12



Hasta aquí, el balance de las representaciones simbólicas de las organizaciones políticas son desfavorables para atraer el interés por ingresar o ni siquiera acercarse a los partidos, ya que hallamos que se privilegia a los líderes antes que a la institución; al no existir una organización adecuada de los partidos y si a esto le añadimos el cuestionable comportamiento de sus dirigentes, entonces pierden confianza y credibilidad en su capacidad para gobernar.

6.5. Participación juvenil en los partidos

6.5.1. Percepción de la relación entre universitarios y partidos políticos

Era necesario conocer cómo es que el joven pondera la participación juvenil en los partidos. En principio, la proyección de estos últimos hacia los estudiantes de las

universidades es tomada como un interés en razón primordial al porcentaje del electorado que representa la población joven.

Hablamos de un público que tiene una problemática con agenda particular. El partido tratará de convencerlo, ya que se trata de una cantidad importante de nuevos electores. Además, la militancia de gente joven permite la renovación del partido, asegurando así su permanencia, el activismo de este sector es mucho más ferviente y vigoroso cuando establece identificación y convicción con las ideas del movimiento político.

En el caso de los universitarios este ‘enganche’ tiene mayor importancia, porque se trata de grupos dinámicos, con una formación educativa que le brinda estatus e imagen positiva en la sociedad. En síntesis, la idea que se impone es que los partidos se acercan más a los estudiantes porque, como jóvenes, forman parte de un grupo amplio del electorado. En este sentido, podemos mencionar que los partidos tratan de organizarse en las universidades, para utilizar esa reserva de inversión social que constituye esta significativa fracción electoral.

Cuadro N° 31

¿Qué opinan de la relación que buscan los partidos con los universitarios?

‘Actualmente se sabe que los jóvenes son la población actual más grande del país, es el grupo elector más amplio, es tentador para cualquier sistema que quiere llegar al poder, en ese sentido nos buscan’.

‘Puede relacionarse con qué postura política tomas de acuerdo a si estás en una universidad o en otra; actualmente, ciertas universidades están influenciados por determinados partidos políticos’

‘Parece que tener jóvenes universitarios en sus filas es un gran potencial, eso es algo que los partidos han perdido’.

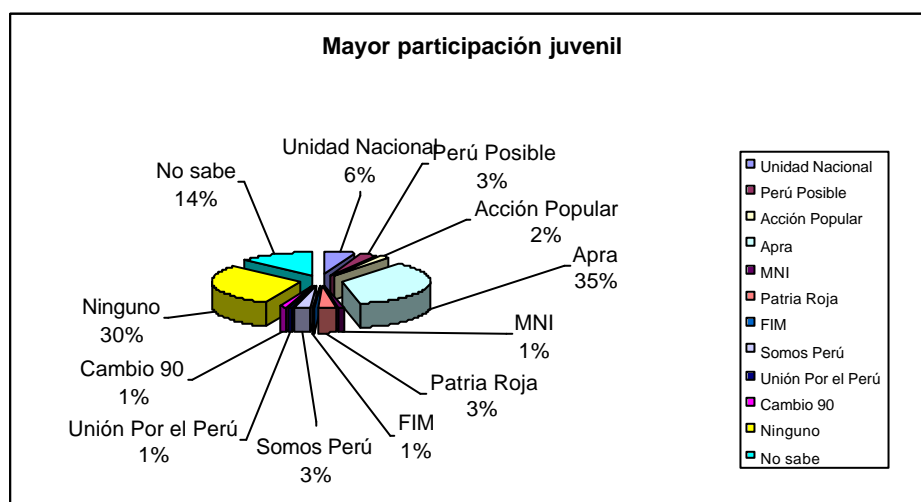
‘Estamos, según las estadísticas, en un Perú joven y generalmente acá las expectativas de trabajo nos hace girar a los jóvenes a la educación. Y ahí donde está la mayor masa estudiantil, es donde están los políticos, buscan ganar adeptos’.

‘Los buscan por su permanencia y porque los jóvenes son más influyentes en la gente por su forma tan activa, tan fuerte, la fuerza que ponen en sus convicciones. Prefieren agarrar gente de esa edad (18 años), porque una persona de 24 y 25 años ya tiene sus pensamientos, sus convicciones es un poco difícil cambiar de ideas’.

La campaña electoral del 2001 sirvió a los partidos y movimientos políticos, para producir un discurso y establecer una organización dirigida a la participación juvenil; en esta batalla por demostrar quién tenía el apoyo del ciudadano joven, el Partido Aprista Peruano sacó la mayor ventaja frente a los demás grupos políticos. El 35% de los estudiantes encuestados tiene la sensación de que el APRA posee mayor apoyo y mayor participación juvenil en sus filas, que otras. Ninguno otro partido, da la imagen de dar importancia y espacio dentro de la militancia a los jóvenes.

Los participantes en el grupo focal reconocieron que el APRA estaba más cerca de los jóvenes porque el discurso de su líder, Alan García, estaba dirigido a la juventud, temas como el trabajo, la eliminación de los *servis* y el problema de las universidades públicas; sin embargo, acotaron que en la práctica, no pasan de ser promesas de campañas que no se cumplen cuando están en el gobierno.

Gráfico N° 13

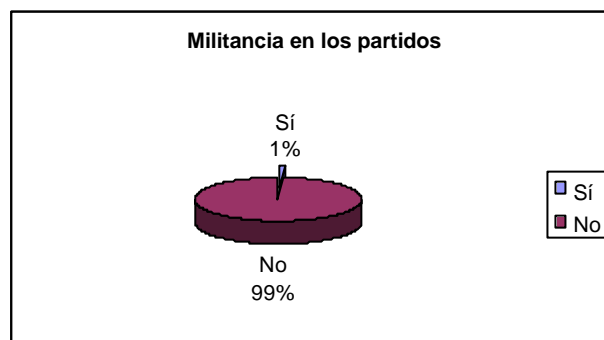


6.5.2. Militancia política

En la actualidad, la militancia partidaria de los estudiantes universitarios es exigua, son pequeños grupos los que participan en política en sus universidades y son

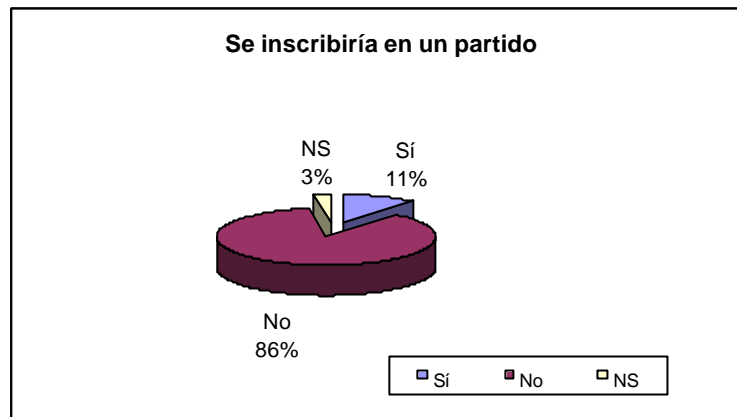
aquellos los que tienen una militancia activa en los partidos y movimientos políticos. En los resultados de la encuesta de este estudio, solo el 1% de estudiantes milita en un partido político. El 99% no posee afiliación alguna con ningún grupo o prefiere no manifestarla. Sin embargo, la actuación de los partidos y movimientos políticos en las universidades es activa, grupos de militantes del APRA, Patria Roja, PPC, entre otros, tratan de llegar a los órganos de dirección política de las universidades, en especial las públicas, asimismo, buscan captar nuevas afiliaciones.

Gráfico N° 14



Las posibilidad que se plantean los estudiantes de inscribirse y militar en un partido político, es escasa; en realidad, la motivación para involucrarse y participar activamente en una organización política es muy baja, lo que indicaría que para la mayoría es algo innecesario este tipo de participación ciudadana en vista que el 86% tiene determinado no ser militante.

Gráfico N° 15



El principal obstáculo que tienen los jóvenes para abrazar una militancia partidaria, es la disposición para establecer un vínculo ideológico y orgánico que los comprometa. En parte, es la idea misma que se tiene de pertenecer orgánicamente a un partido. La ideología y las propuestas se imponen, entonces la persona cree correr el riesgo de perder la libertad en su pensamiento y actuación individual.

Considera que no existe la posibilidad de discrepancia interna, porque en un partido sus militantes deben guardar disciplina y acatamiento, todos deben estar de acuerdo y deben mostrar siempre su apoyo a lo que el partido ha aprobado. Esta sola imagen de aquello que significa militar en una organización política, es una barrera importante, para que cualquier persona decida pertenecer a un partido.

Puede haber voluntad de participar en política, necesidad de actuar frente a tantos problemas, pero existe una resistencia, porque se considera que los compromisos adquiridos atentan contra la libertad y contra la misma idea de democracia. Las intenciones de participación se anulan, la valla principal es que el partido político que se busca no existe, no se ve en nuestro panorama político, es un ideal que se conjuga con la inquietud de querer ser parte en un proyecto que revolucione este orden que no funciona.

Por otro lado, se encuentra el obstáculo de la falta de tiempo, las personas privilegian las actividades de desarrollo personal. La militancia requiere disponer de un tiempo adicional para cumplir con las tareas y obligaciones que demanda el partido.

Claro que es lógico no querer participar dentro de una institución en la cual no se cree ni se tiene confianza, cuya actividad no cumple con su misión, cuyo entorno está viciado de corrupción, apetitos personales y manipulación. Nadie participa en una organización de la cual tiene una imagen negativa.

Cuadro N° 32

¿Qué opinas de participar como militante en un partido?

'Sí hubiera un partido realmente, yo sí, pero no hay'.

'En la coyuntura que nos ha tocado vivir ahora, pertenecer a un partido es mucho compromiso, me uno a tal o cual partido y no estoy de acuerdo con esas ideas, no me parece a mí, si es que eso es así, no me meto'.

'Requiere demasiado compromiso, es algo así como ser hincha de fútbol, uno no se cambia de partido político. Si vas a estar con un partido, sus ideas te parecen bien, estás con ellos. Pero mientras no encuentres algo que te acoja, que llene tanto, pues es difícil a la hora de apoyar'.

'Actualmente no tengo tiempo, después probablemente derrepente. Así, sin hacer nada, tampoco me voy a quedar'.

'Participar en partido tendría que tener una línea bien definida, mientras mis pensamientos no concuerden con el partido, entonces no. Y si concuerda, no activamente, como militante de un partido; tal vez apoyar con el voto'.

Al llegar al final del análisis de este estudio teórico y empírico, se ha de destacar la complejidad de la interpretación que se ha planteado con respecto al consumo de los medios de comunicación, los partidos políticos y la construcción de la ciudadanía. Para la comprensión de la relación establecida entre el consumo de la información de los medios de comunicación, referente a los partidos políticos por parte de los jóvenes, la imagen (que se establece a partir de este consumo) de las instituciones políticas partidarias y la disposición a la participación en la política dentro de los partidos, que

nos interesa, se ha aportado información sobre la situación política, el funcionamiento del sistema político de nuestro país durante los últimos gobiernos, el comportamiento de la 'clase' política, el rol de los medios, los efectos de la comunicación política en el sistema, la situación de la universidad todo ello como marco en el cual se da este fenómeno.

Ya que no se pretende una explicación mecánica sobre la influencia del consumo de los medios en la construcción de la ciudadanía de los jóvenes, sino, sobre todo, acercarse a establecer de manera más real el alcance y contribución de la emisión de información y oferta de los medios con el uso y gratificaciones que los jóvenes que se insertan dentro de las actividades de comunicación política y la construcción de la ciudadanía.

En ese sentido, a partir del análisis expuesto y la información precedente, en el siguiente punto se presenta una síntesis a manera de conclusiones finales a las cuales llega esta investigación.

CONCLUSIONES

Queda expuesto en los siguientes puntos el resultado del estudio, a partir de las hipótesis planteadas acerca de la relación entre la construcción de la imagen pública de los partidos políticos en los jóvenes y el rol de los medios de comunicación social.

1. La construcción de la imagen de los partidos políticos en los jóvenes universitarios, con relación al consumo de los medios comunicación, se da en un proceso donde:

Los jóvenes universitarios construyen una imagen pública de partidos políticos (asumida como *'imagen real'*), contrapuesta a una *'imagen ideal'* o concepción particular.

La *'imagen ideal'* de los partidos, va a mediar en la construcción de la *'imagen real'*. La concepción ideal que los jóvenes tienen de los partidos políticos es positiva y está fuertemente identificada al tipo de partido tradicional de masas. Los jóvenes universitarios conciben idealmente a los partidos políticos como: necesarios para la democracia; nexos entre la sociedad y el Estado; expresan la pluralidad de ideas; una institución fuerte con ideología política; poseen disciplina interna, sin divergencias; mantienen una militancia masiva y un electorado leal en las urnas y; aseguran la formación de representantes políticos para asumir el gobierno.

En cambio, su *'imagen real'* de los partidos políticos es negativa, precaria; está relacionada con las características del tipo de partido atrapado. Una imagen marcada por rasgos adversos como: electoralismo, desorganización, corrupción, falta de renovación de sus representantes, personalismo, caudillismo, sin discursos ideológicos que los caractericen, propuestas políticas similares dirigidas a públicos heterogéneos, orientados al corto plazo, poca participación juvenil, sin apoyo popular, falta de alternativas de cambio y dentro de un sistema político cerrado a la participación de la sociedad civil.

2. Los medios de comunicación masiva son la principal fuente de información sobre la política y los partidos políticos para los jóvenes universitarios de Lima; cumplen un papel fundamental en la construcción de la *'imagen real'* de los partidos políticos. Los estudiantes confirmaron que su consumo cultural mediático, principalmente de la televisión, les provee informaciones de las cuales se apropian para construir sus imágenes sobre la política, la democracia y los partidos políticos. Los jóvenes universitarios consideran que la información que los medios de comunicación difunden sobre los partidos políticos, contiene imágenes asociadas a la corrupción, violencia, sospecha de algo oculto, personificación, desideologización, similitudes en las propuestas, confrontación, extrema concentración en los mismos partidos y en los políticos de siempre, sistema político cerrado a la participación, escándalo, espectacularidad e impunidad, entre otros. Es decir, muchos rasgos que los jóvenes asocian a la *'imagen real'* de los partidos políticos lo encuentran en los medios.

3. La participación de los jóvenes universitarios en los partidos políticos, está influida, tanto por la *'imagen ideal'*, como la *'imagen real'*. Con respecto a la *'imagen ideal'*, existe un serio problema, los estudiantes piensan que ingresar a un partido político es perder autonomía o subordinarse; creen que no puede haber divergencias internas, debido a la disciplina político partidaria. A partir de la *'imagen real'*, los estudiantes consideran que los partidos políticos solo quieren a los jóvenes como instrumento para obtener más votos; en ellos hay poca participación juvenil y; no existe espacios en los cuales los jóvenes puedan desenvolverse. Es decir, los partidos políticos no son instituciones en los cuales los jóvenes puedan participar.

Sin embargo, la cultura del joven universitario urbano, es un factor importante que hay que considerar en la participación en los partidos políticos. El estilo de vida de los

jóvenes universitarios, orientados al éxito personal y autoexcluido de lo público, constituye otra barrera, que no permite el compromiso con la militancia política partidaria. En ese sentido, se impone un alejamiento generacional a los partidos políticos.

4. Si bien, los jóvenes universitarios consideran relevante poseer información sobre los asuntos públicos, la mayor parte, poseen un grado de interés mínimo en la información política. Las preferencias de los estudiantes por el tipo de información, se inclina más por las orientadas a la distracción. Tanto, su consumo de la información política, como su participación en la política, son de un grado bajo.

5. El nivel de consumo de medios es afectado por diversos factores; el tiempo libre que dejan las principales actividades de estudio o de trabajo será uno más importantes. La familia y el nivel educativo, constituyen elementos mediadores que influyen en el acceso y selección de medios de comunicación y del tipo de información. La información que el joven consume, responde en parte, a su formación universitaria, lo que le permite mantener una actitud crítica y un nivel de exigencia frente a la oferta de los medios.

6. Existe una amplia brecha entre los índices de preferencia por los medios y los grados de satisfacción que brinda la información. Similar a los otros grupos sociales, los jóvenes universitarios usan más la televisión para obtener información; sin embargo, al sopesar la calidad y beneficio que reciben de las noticias de este medio, consideran que ésta no satisface sus expectativas. El público universitario mantiene una actitud crítica frente a la oferta informativa; además, siente que no obtiene la gratificación que espera

recibir en la oferta de medios. Las críticas de los jóvenes a la información de los medios, se dirigen en especial, a los temas y noticias que seleccionan y al tratamiento sensacionalista que le dan. En este sentido, desde el punto de vista del consumidor universitario, en la selección y presentación de noticias, está el principal problema para estar correctamente informados en cualquier campo.

7. Al evaluar las acciones de información de los mass media y la actividad política en nuestra sociedad, el público estudiado identifica una relación estrecha entre ambas esferas, siendo un binomio inseparable en la arena política. La prensa, que hoy constituye un elemento esencial de la actividad política, comparte la misma imagen viciada de la política. No se confía en las acciones de los partidos políticos y de sus militantes, ni tampoco en el periodismo manejado por el poder económico. Todo termina concibiéndose como un juego de intereses. En parte, son las suspicacias más marcadas que ha dejado el comportamiento del periodismo, en el régimen fujimorista. No se entiende las actividades del periodismo como reflejo real y objetivo del ambiente político, sino que la política en la prensa, se halla como desinformación y subinformación. No se le ve separada sino integrada, como discurso manipulatorio de una forma de hacer política.

8. Para los jóvenes universitarios, la información política de los medios de comunicación ha perdido su supuesto de veracidad.

9. Los medios de comunicación permiten compartir imágenes particulares sobre los partidos políticos; como el grado de organización entre ellos, o también, resaltar la diferencia de los discursos de los principales interlocutores políticos. Los jóvenes universitarios, han observado a través de los medios, qué comportamiento y acciones

tiene el Partido Aprista Peruano para considerarlo el mejor organizado y el que tiene más acercamiento a la juventud. De igual manera, conocen hacia donde están orientados los discursos de Alan García, Lourdes Flores, Valentín Paniagua y otros de los líderes más populares. Claro está, que a pesar de la gran cantidad de agrupaciones políticas, la atención se concentre en las más mediatizadas y en sus personalidades, por supuesto.

10. Los jóvenes están de acuerdo con el sistema democrático y con la actividad política, con la existencia de los partidos; en esencia, la 'formación ciudadana' que han obtenido durante toda su vida, les dice que idealmente el sistema político democrático liberal es bueno, en teoría, pero es consciente que en la realidad por diversos factores no funciona. Aquí también, la '*imagen ideal*' y la '*imagen real*' de la política y la democracia están polarizadas. La democracia es buena, pero aquí en nuestra democracia aún no existe la igualdad, la libertad y la justicia. Y si bien, ante sus expectativas de un mundo más justo, ya no hay una alternativa ideológica hacia el cual se oriente el cambio, se mantiene el peligro de que se presente un pensamiento pragmático y autoritario, debido a la idea muy extendida de que es necesaria una mano dura. También, se percibe un débil conocimiento del sistema democrático por parte de los jóvenes, que les lleva a varias contradicciones.

11. En este análisis no se puede obviar la situación real de los partidos, instituciones cuyo marco legal recién se ha establecido, por ello tienen una débil organización y su actuación depende del comportamiento desorganizado de sus representantes.

12. La universidad es percibida como un espacio de intercambio plural y confrontación dialógica de ideas, en el cual los partidos políticos actúan libremente para captar adeptos

u obtener la simpatía de intelectuales y jóvenes estudiantes. No es un lugar en donde los partidos políticos ejerzan una actuación preponderante (salvo el caso excepcional de la Universidad Nacional Federico Villarreal, donde el Partido Aprista tiene una fuerte actuación). En cambio la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, se encuentra al margen de las acciones proselitistas de algún partido político que pretendan controlarla. Aunque, sí existen algunos cuadros de militantes que actúan en ellas, pero sin mayor atracción para los estudiantes.

13. A nivel teórico-metodológico, el estudio de la comunicación social relacionado con áreas de estudio desarrolladas, como el sistema político, invita a establecer nexos entre las teorías de comunicación y las del campo particular. Lo que nos recuerda que el avance del estudio de los medios, ha sido siempre respaldado por disciplinas de las ciencias sociales, políticas, la pedagógicas, la psicológicas, entre otras.

14. Las teorías en el estudio de los medios de comunicación no solo complementan, sino que nos ayudan a tener una concepción hermenéutica de los procesos complejos, que hoy en día corresponden a las actividades de los medios de comunicación y a su consumo. Asimismo, la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, hace posible acercarse más a la comprensión de los procesos comunicativos.

RECOMENDACIONES

Ha sido posible analizar la relación entre consumo de información y la participación política ciudadana de los jóvenes universitarios. Al final de la investigación nos quedan algunas interrogantes relacionadas con el tema abordado, pero que van más allá del planteamiento del problema. Del mismo modo, el estudio nos revela algunas pautas que en metodología y en el planteamiento de la formación universitaria pueden incluirse:

1. ¿Cómo es el proceso de la producción de noticias en los medios y qué espacio y tiempo le dan a los asuntos públicos? ¿Cuál es el tratamiento específico que cada medio de comunicación brinda a las noticias sobre los partidos políticos? ¿Qué otros canales de información le podrían permitir a los partidos políticos una relación más directa y efectiva con los jóvenes? ¿Qué esfuerzos han realizado aquellos para acercarse más al sector joven?

2. Se hace imprescindible estudiar las estrategias que los partidos políticos desarrollan para controlar su imagen a través de los medios; así también, conocer cómo orientan sus campañas con respecto a cada sector de la población, saber cómo están desarrollando el marketing político.

3. En el área de comunicación organizacional queda por profundizar el estudio de la comunicación interna, cultura organizacional, comunicación externa, identidad e imagen pública de los partidos políticos de manera particular.

4. Amerita estudiar si la formación escolar cumple con preparar para el ejercicio ciudadano, ya que ésta no podrá ser superada por la formación superior. Conocer qué herramientas brinda la educación, para el comportamiento político frente al sistema. Analizar, de manera crítica, cuál está siendo su función.

5. Es necesario que los estudios de comunicación estén más alertas al rol de los espacios de información, sobre la esfera pública; no solo para denunciar los defectos, sino para una propuesta de alternativas.

6. Insistir en investigaciones interdisciplinarias dentro del área, lo que exige mayor profundización durante la formación académica de pre grado del conocimiento teórico de la ciencia política, la psicología, la sociología, la antropología, entre otros.

7. Es necesario seguir el debate en clases y eventos acerca del periodismo como espectáculo, la noticia política como show televisivo, sobre los formatos y los contenidos de los espacios periodísticos. Observar cómo se está dando la participación de los ciudadanos en el debate público dentro de los medios.

8. La revisión teórica de este estudio nos ha permitido conocer el compromiso de investigadores de distintas disciplinas en un trabajo conjunto. Sin embargo, en San Marcos no existe un Centro de Investigaciones dedicado al fenómeno de la comunicación social que reúna a investigadores de distintas disciplinas. Podría ser momento de que la Universidad Nacional Mayor de San Marcos cuente con un Instituto de Investigación en Comunicación Social, con los recursos necesarios, a fin de propiciar estudios interdisciplinarios con el concurso de docentes de Ciencias Humanas, Ciencias

Sociales, Psicología, Ciencias Políticas, entre otras; asimismo, enriquecer el material bibliográfico de la biblioteca especializada.

9. Los medios de comunicación masiva, en especial la televisión, deben considerar que sus espacios de información política, no satisfacen al público juvenil universitario. Es necesario que reorienten sus informaciones, de tal forma, que permitan una mejor lectura de la realidad política del país.

ANEXOS

Anexo 1: Formato de encuesta

Encuesta

Distrito:	Ocupación:	Edad:
Facultad:	Año:	Cable: 1. Sí 2. No
		Sexo: M F

1. Medio de comunicación por el cual te informas más frecuentemente (sólo uno)

- | | | |
|-------------|------------|------------------------------|
| a. Diarios | b. Radio | c. Televisión |
| d. Internet | e. Revista | e. Otros (especificar) |

2. ¿Qué tipo de información es la que más te interesa? (marcar máximo dos alternativas)

- | | | | |
|-----------------|--------------------|-------------|---------------|
| a. Económica | b. Política | c. Deportes | d. Cultural |
| e. Espectáculos | f. Internacionales | g. Opinión | h. Otras..... |

3. ¿Con qué frecuencia lees diarios?

- | | | | |
|---------------------|----------------|-------------------------|------------------------|
| a. todos los días | b. interdiario | c. los fines de semanas | d. una vez a la semana |
| e. de vez en cuando | f. Casi nunca | g. Otro..... | |

4. ¿Qué diario lees? _____

5. ¿Cuántas horas de televisión en promedio ves a diario?

- | | | | |
|------------|------------|-------------------|---------------|
| a. 1 hora | b. 2 horas | c. 3 horas | d. 4 horas |
| e. 5 horas | f. 6 horas | g. más de 6 horas | h. Otras..... |

6. ¿Qué programa o programas ves los fines de semana? _____

7. ¿Qué suceso o noticia importante te has enterado en la última semana? _____

8. ¿Por qué medio? (máximo dos)

- | | | |
|-------------|------------|------------------------------|
| a. Diarios | b. Radio | c. Televisión |
| d. Internet | e. Revista | e. Otros (especificar) |

9. ¿Con qué frecuencia usas internet?

- | | | | |
|---------------------|----------------|-------------------------|------------------------|
| a. todos los días | b. interdiario | c. los fines de semanas | d. una vez a la semana |
| e. de vez en cuando | f. Casi nunca | g. Otro..... | |

10. ¿Cuál de todos los medios consideras que informa mejor (más veraz, completo, objetivo)?

- | | | |
|-------------|------------|------------------------------|
| a. Diarios | b. Radio | c. Televisión |
| d. Internet | e. Revista | e. Otros (especificar) |

11. Tu interés por la información política es:

- | | | | |
|-------------|------------|---------------|---------|
| a. muy alto | b. alto | c. intermedio | d. bajo |
| e. muy bajo | f. ninguno | g. Otro..... | |

12. En tu opinión son necesarios los partidos políticos

- | | | |
|-------|-------|------------|
| a. Sí | b. No | c. No sabe |
|-------|-------|------------|

13. Si tendrías que escoger una opción política, cuál sería

- | | | | |
|------------------|-------------------|---------------|---------------------|
| a. Derecha | b. centro derecha | c. izquierda | d. centro izquierda |
| e. independiente | f. ninguna | g. otra | |

Anexo 2: Guía de Grupo Focal

Grupo Focal

I. Nombre del proyecto

Consumo de medios de comunicación: Cultura juvenil universitaria y partidos políticos

II. Objetivo general

Conocer las actitudes, percepciones, conocimientos y prácticas de los jóvenes universitarios con relación a la información de los medios, la política, los partidos y la participación ciudadana.

III. Variables

1. Información periodística

1.1. Medios

A. Tipos de medios

1. ¿Cuál es el medio que más usas con qué razón? ¿Cuál es el que usas más para informarte? ¿por qué motivos prefieres ese y no los otros?

B. Frecuencia

2. ¿Con qué frecuencia lees, escuchas o ves noticias? ¿Qué hora o qué día es el que más le dedicas?

C. Relevancia de la información mediática

3. ¿Qué tan importante consideran informarse todos los días? ¿Para qué situaciones piensas que te es más necesario? ¿En cual de ellas influyen más los medios?

4. ¿En su opinión que rol juega la educación universitaria que puedan tener las personas en la información que consumen, en ustedes por ejemplo?

1.2. Información política

A. Temas de interés

5. ¿Cuál es la información o tema que más te interesa? ¿El que buscas más?

6. ¿Qué tanto te interesa la información sobre política nacional o que te parece?

B. Contenidos (apreciación)

7. ¿Qué opinan de cómo informan los medios sobre la política?

2. Imagen de los partidos políticos

2.1. Conocimientos

A. Información

8. ¿Qué noticia han recibido últimamente sobre los partidos políticos?

9. Según la información que han leído, escuchado o visto, ¿qué tanto conocimiento tienen sobre los partidos políticos, reconocen a candidatos, propuestas, congresistas?

2.2. Actitudes

A. Juicios y valoraciones

10. ¿Qué valor le daría a los actuales partidos políticos peruanos? ¿y a los partidos como institución?

B. Relaciones

11. ¿Alguno ha tenido directa o indirectamente relación con algún partido? ¿alguna vez han tratado de acercarse a ellos?

2.3. Presencia mediática

12. ¿Qué opinas de la presencia de los partidos como líderes de opinión en los medios?

13. ¿Cómo consideras el trato y la información que dan los medios de los partidos políticos? Es igual que en el tiempo de Fujimori o distinto ¿por qué?

3. Participación ciudadana

3.1. Actitudes frente al sistema político

A. Concepción generacional

14. ¿Los jóvenes de ahora qué opinión tiene de la política? ¿A partir de qué razones se han formado esa opinión? ¿Cómo?
15. ¿Cuál es la principal característica o actitud del joven frente a la política?
16. ¿Creen que le gusten participar? ¿Alguna vez han pensado participar en política, de qué forma?
17. ¿Qué opinan de la democracia? ¿Qué tanta esperanza cree que puedan tener en que funcione el sistema político en el Perú?
18. ¿Qué cambios harían en la política peruana?
19. ¿Cuáles son los problemas que más le interesan al joven?
20. ¿Hay alguna relación entre la educación universitaria y la postura y participación política en el caso de ustedes o de los compañeros con que estudian?
21. ¿En cuanto a política personalmente tienen una ideología, tendencia o preocupación que los identifique? ¿eso que significa en la práctica?

3.2. Prácticas de participación

A. Partidos políticos

22. ¿Qué opinan de participar como militante de un partido político cualquiera, alguna vez pensaron en participar en uno?
23. ¿Por qué creen que algunos jóvenes lo hacen y otros no?
24. ¿Qué opinan sobre la relación que buscan los partidos con los jóvenes, en especial, los universitarios?
25. ¿A qué partido lo ven más ligado a la problemática de la juventud?

IV. Muestra:

2 grupos focales con 8 participantes cada uno

V. Guía de Preguntas para el moderador

? Preparación y explicación

A. Introducción

1. Saludo: Gracias por venir
2. Su presencia es importante, siéntanse cómodo pueden tomar lo que deseen
3. Descripción de un grupo focal

B. Finalidad

1. Recogemos sus opiniones y/o apreciaciones que tengan acerca del tema...
2. Nos interesa todas sus ideas, comentarios y sugerencias
3. No hay respuestas correctas ni incorrectas.
4. todos los comentario –tanto positivos como negativos son bien recibidos.
5. Tengan libertad para expresar sus desacuerdos con los otros participantes. Nos gustaría tener muchos puntos de vista.

C. Procedimientos

1. Explicación del uso de la grabadora. Todos los comentarios son confidenciales, se usarán sólo con fines de la investigación.
2. Deseo tener un debate de grupo. Por lo tanto no necesitaran esperar a que yo les dé la palabra. Hablen uno a la vez, para que la grabadora pueda registrar todos los comentarios.

D. Instrucciones y Recomendaciones

1. Pida a cada participante que se presente: nombre, actividad y lo que lo motivó a venir.

? Preguntas

Pregunta de introducción: ¿Qué hacen en sus ratos libres para distraerte?

(Leen, ven televisión o escuchan radio).

1. ¿Cuál es el medio que más usas con qué razón?
¿cuál es el que usas más para informarte? ¿Por qué motivos prefieres ese y no los otros?
2. ¿Con frecuencia lees, escuchas o ves noticias? ¿Qué hora o qué día es el que más le dedicas?
3. ¿Qué tan importante consideran informarse todos los días? ¿Para qué situaciones piensas que te es más necesario? ¿En cual de ellas influyen más los medios?
4. ¿En su opinión que rol juega la educación universitaria que puedan tener las personas en la información que consumen, en ustedes por ejemplo?
5. ¿Cuál es la información o tema que más te interesa? ¿El que buscas más?
6. ¿Qué tanto te interesa la información sobre política nacional o que te parece?
7. ¿Qué opinan de cómo informan los medios sobre la política?
8. ¿Qué noticia han recibido últimamente sobre los partidos políticos?
9. Según la información que han leído, escuchado o visto, ¿qué tanto conocimiento tienen sobre los partidos políticos, reconocen a candidatos, propuestas, congresistas?
10. ¿Qué valor le daría a los actuales partidos políticos peruanos? ¿Y a los partidos como institución?
11. ¿Alguno ha tenido directa o indirectamente relación con algún partido? ¿Alguna vez han tratado de acercarse a ellos?
12. ¿Qué opinas de la presencia de los partidos como líderes de opinión en lo medios?
13. ¿Cómo consideras el trato y la información dan los medios de los partidos políticos? Es igual que en el tiempo de Fujimori o distinto ¿por qué?
14. ¿Los jóvenes de ahora qué opinión tiene de la política? ¿A partir de qué razones se han formado esa opinión? ¿cómo?
15. ¿Cuál es la principal característica o actitud del joven frente a la política?
16. ¿Creen que le gusten participar? ¿Alguna vez han pensado participar en política, de qué forma?
17. ¿Qué opinan de la democracia? ¿Qué tanta esperanza cree que puedan tener en que funcione el sistema político en el Perú?
18. ¿Qué cambios harían en la política peruana?
19. ¿Cuáles son los problemas que más le interesan al joven?
20. ¿Hay alguna relación entre la educación universitaria y la postura y participación política en el caso de ustedes o de los compañeros con que estudian?
21. ¿En cuanto a política personalmente tienen una ideología, tendencia o preocupación que los identifique? ¿Eso que significa en la práctica?
22. ¿Qué opinan de participar cómo militante de un partido político cualquiera, alguna vez pensaron en participar en uno?
23. ¿Por qué creen que algunos jóvenes lo hacen y otros no?
24. ¿Qué opinan sobre la relación que buscan los partidos con los jóvenes, en especial, los universitarios?
25. ¿A qué partido lo ven más ligado a la problemática de la juventud?

Sugerencias recomendaciones

Agradecimiento por su asistencia

BIBLIOGRAFÍA

- Acsehrad, Heri *et al.*
1995 *Comunicación Ciudadana. Los Medios nuevas plazas para la democracia.* Lima: Calandria.
- Ames, Rolando *et al.*
2001 *Situación de la democracia en el Perú (2000-2001).* Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú-Idea Internacional.
- Anónimo
2003 “Bresani y Montesinos eran los ‘tituleros’ de la prensa basura”. *La República.* Lima, 23 enero 2003, p. 10.
- Bazán, Juan Antonio (comp.)
1999 *La política ya no es lo que fue. Opina la generación de un nuevo siglo.* Lima: Editorial San Marcos.
- Berger, Peter y Thomas Luckmann
1972 *La Construcción social de la realidad.* Buenos Aires: Amorrortu Editores. Segunda edición.
- Bernales Ballesteros, Enrique *et al.*
1993 *Del golpe de Estado a la nueva Constitución.* Lima: Comisión Andina de Jurista.
- Bobbio, Norberto
1994 *El futuro de la democracia.* México: Fondo de Cultura Económica (FCE).
- Carrillo Mauriz, Luz
2001 “Actuación política de los medios de comunicación peruanos. Elecciones generales del 2000 y 2001” [en Línea]. *Razón y Palabra* N° 26.
<<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n26/sluz.html>> [Consulta: 1 de agosto de 2003].
- 2001b. Informe de Investigación “Comunicación, Discurso y Ciudadanía”.
Lima: Instituto de Investigaciones Humanísticas.
- Chávez Granadino, Jorge
1999 *¿Los jóvenes a la obra?: juventud y participación política.* Lima: Agenda Perú.
- Chávez, Jorge y Luis Fernán (Comp.)
2000 *Jóvenes construyendo ciudadanía: hacia un enfoque participativo de las políticas de juventud en el Perú [cd-rom].* Lima: Agenda Perú.

- Comisión de la Verdad y Reconciliación
2003 “Informe Final. Conclusiones Generales” [en línea] Lima
<<http://www.cverdad.org.pe/ifinal/conclusiones.php>> [Consulta: 1 de agosto de 2004].
- Cormick, Hugo
1996 “Juventud, consumos culturales y universidad”. *Culturas nómades juventud, culturas masivas y educación*. Manafioti, Roberto (ed.). Buenos Aires: Biblos.
- Cotler, Julio
2000 “La gobernabilidad en el Perú: entre el autoritarismo y la democracia”, en *El fujimorismo: ascenso y caída de un régimen autoritario*. Cotler, Julio *et al.* Lima: Instituto de Estudios Peruanos (IEP).
- De La Puente y Lavallo, Manuel
1996 “La democracia sustento de la sociedad civil y del mercado”, en XXXIV Conferencia Anual de Ejecutivos Perú Siglo 21, *Propuesta para una Visión Compartida*. Tomo IV: Anal CADE '96. Lima: IPAE.
- Duverger, Maurice
2000 *Los Partidos Políticos*. México: FCE. Décimo sexta reimpresión.
- Estremadoyro Alegre, Julio
2004 *Lecciones de periodismo televisivo*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Flores Thomas, Claudio
1998 “Ciudad, sociedad civil y comunicación”. *Chasqui* 62, junio. Quito: CIESPAL.
- Fukuyama, Francis
2000 *El fin de la historia y el último hombre*. New York: Doubleday.
- García Toledo, Magdalena
1999 *El consumo televisivo*. Lima: s/d.
- Gauthier, Gilles *et al.*
1998 *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.
- Gamio, Gonzalo
2004 “¿Qué es la sociedad civil?” [en línea]. *Palestra portal de asuntos públicos*. Lima: PUCP.
<<http://palestra.pucp.edu.pe/index.php?id=31>> [Consulta: 1 de agosto de 2004]
- Grompone, Romeo y Carlos Mejía
1995 *Nuevos Tiempos, Nueva Política. El fin de un ciclo partidario*. Lima: IEP.

- Guerra García, Francisco
1996 *Reforma del Estado y Crisis de los partidos políticos*. Lima: Centro de Estudios para el Desarrollo y Participación (CEDEP).
- Hernández Sampieri, Roberto, *et. al.*
1999 *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill.
- Katz, Richard y Peter Mair
2004 “El partido cartel. La transformación de los modelos de partidos y de la democracia de Partidos”. *Zona Abierta 108/109. Transformaciones contemporáneas de los partidos políticos*. Méndez, Mónica y Luis Ramiro (coords.). Madrid: Editorial Pablo Iglesias.
- López, Sinesio
1997 *Ciudadanos Reales e imaginarios. Concepciones, desarrollo y mapas de ciudadanía en Perú*. Lima: Instituto de Diálogo y Propuesta.
- Lozano Rendón, José Carlos
1996 *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Alambra Mexicana.
- Luhmann, Niklas
2000 *La realidad de los medios de masas*. México: Anthropos.
- Macassi Lavander, Sandro
2001 *Culturas juveniles, medios y ciudadanía. El nuevo horizonte generacional y las disyuntivas de la inserción de los jóvenes en la sociedad*. Lima: Calandria.
- 1999 “Jóvenes y cultura política masiva”, en *Juventud, Sociedad y Cultura*. Red Para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú Lima: RPDCSP
- Malamud, Andrés
2002 “Partidos Políticos”, en Pinto, Julio (compilador). *Introducción a la Ciencia Política*. Buenos Aires: EUDEBA.
<[http://www.iue.it/Personal/Researchers/malamud/Partidos%20II%20\(Pinto%20-%20EUDEBA\).pdf](http://www.iue.it/Personal/Researchers/malamud/Partidos%20II%20(Pinto%20-%20EUDEBA).pdf)> [Consulta: agosto de 2005].
- Martín Barbero, Jesús
1987 *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Marván, María
1999 “Partido políticos ¿instituciones necesarias o prescindibles?”. *Metapolítica* Volumen 3, Número 10, abril-junio. México: Centro de Estudios de Política Comparada.

- Messner, Dirk
2001
“Globalización y gobernabilidad global”. *Nueva Sociedad* 176, noviembre-diciembre. Caracas: Fundación Friedrich Ebert (FFE).
- Monzón Arribas, Cándido
2000

1987
Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público. Madrid: Editorial Tecnos.
La opinión pública. Teoría, concepto y métodos. Madrid: Editorial Tecnos.
- Moragas Spá, Miquel de
1985
Teorías de la Comunicación. Barcelona: Gustavo Gili.
- Neira, Hugo
2002
“Partidos Políticos ¿La Soberanía del Pueblo?”. *Quehacer* 136, junio-agosto. Lima: Desco.
- Panbianco, Ángelo
1990
Modelos de partido: organización y poder en los partidos políticos. Madrid: Alianza.
- Pease, Henry
1999
Electores, Partidos y Representantes. Sistema electoral, sistema de partidos y sistema de gobierno. Lima: PUPC..
- Planas Silva, Pedro
2000
La Democracia Volátil. Lima: FFE.
- Popper, Karl
1995
La responsabilidad de vivir. Escritos sobre política, historia y conocimiento. Barcelona: Paidós
- Popper, Karl *et al.*
2000
La televisión es mala maestra México: Fondo de Cultura Económica.
- Portillo Sánchez, Maricela
2000
“Opinión pública y democracia. Dos miradas: El modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann” [en Línea]. *Razón y palabra* 18, mayo-junio. <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n18/18omportillo.html>> [Consulta: 1 de agosto de 2003]
- Protzel, Javier
1989
“Juventudes Peruanas y diversidad cultural”. *Diálogos de la comunicación* 25. FELAFACS.
- Rojas Samanez, Álvaro
1988
Partidos Políticos en el Perú. 7ma. edición. Lima: Centro de Documentación e Información Andina (CDI).

- Rubin, Alan M.
1996
“Usos y efectos de los medios: una perspectiva uso-gratificación”, en Bryant, Jennings y Dolf Zillmann (compiladores). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Rubio Correa, Marcial
1997
Las Reglas que nadie quiso cumplir. Ley de Partidos Políticos. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Salazar Cussiánovich, Jorge
1999
“Los ‘diablos’ de la prensa peruana” [en línea]. *Pulso del periodismo*. Centro Prensa Internacional, Universidad Internacional de La Florida.
<<http://www.pulso.org/español/archivo/Salazar.html>> ?Consulta: 2 de mayo de 2004?
- Saperas, Enrik
1987
Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Las recientes investigaciones en torno de la comunicación de masas 1970-1986. Barcelona: Ariel. 1a. edición.
- Sarcinelli, Ulrich
1995
“La T.V.-democracia”, en Thesing, Josef y Wilhelm Hofmeister (editores). *Medios de Comunicación, Democracia y Poder*. Buenos Aires: Fundación Konrad -Adenauer-Stiftung.
- Sartori, Giovanni
1999
Homo videns: La Sociedad Teledirigida. Buenos Aires: Taurus.
- 1987
Teoría de la democracia
Madrid: Alianza.
- Tanaka, Martín
1998
Los espejismos de la democracia. El colapso del sistema de partidos en el Perú. Lima: IEP.
- Thwaites Rey, Mabel
1994
“La noción gramsciana de hegemonía en el convulsionado fin de siglo” [en Línea]. Cátedra Libre Antonio Gramsci. Movimiento Universitario de Izquierda. Universidad de Buenos Aires.
<http://www.geocities.com/catedragramsci/textos/S_La_noción_gramsciana_dehegemonía.htm> [Consulta: diciembre de 2004]
- Touraine, Alain
1995
¿Qué es la democracia?
Buenos Aires: FCE.

- Tuesta Soldevilla, Fernando
1997
- No sabe/ No opina, encuestas políticas y medios.* Lima: Universidad de Lima - Fundación Konrad Adenauer Perú.
-
- 1995
- Sistema de Partidos Políticos en el Perú 1978 -1995.* Lima: FFE.
- Valdés, Mirlandia *et. al*
1997
- “Cultura e Imagen Organizacional: Una Integración Necesaria” ¿en línea?, *Monografía.com*. Centro de Estudios de Dirección Empresarial y Territorial, Facultad de Economía, Universidad de Camagüey.
<<http://www.monografias.com/trabajos15/cultura-imagen/cultura-imagen.shtml>>
[Consulta: 1 de julio de 2004]
- Vargas Llosa, Mario
- “Historia de Ratas”. *Caretas N° 1700*. Lima, 13 de diciembre de 2001. pp. 34-35.
- Villagómez Paucar, Alberto
2001
- Teoría de la Comunicación II*
Lima: Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.