

**LA CULTURA POLÍTICA DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN
SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ**

CRISTIAN ESTRADA GÓMEZ & CINDY TATIANA MARÍN MARULANDA

Trabajo de grado para optar a título de Comunicadores Sociales

ASESOR:

ALEJANDRO AGUDELO CALLE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LUIS AMIGÓ

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y DISEÑO

PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDELLÍN

2021



Tabla de contenido

1	Planteamiento Del Problema De Investigación	16
1.1	Justificación del proyecto de investigación desde la línea y la sublínea de la facultad	16
1.2	Formulación de la pregunta problema.....	17
1.3	Objetivos	19
1.3.1	General	19
1.3.2	Específicos.	19
2	Marco teórico o referente conceptual	20
2.1	Antecedentes de investigación	20
2.2	Referentes teóricos	25
2.2.1	Cultura política.	25
2.2.1.1	Definición de política.	26
2.2.1.2	Cultura política en Colombia.	28
2.2.1.3	Construcción de la democracia.	29
2.2.1.4	Construcción de la identidad o inclinación política.	32
2.2.2	Comunicación política.	33
2.2.2.1	Definición de comunicación política.....	33
2.2.3	Medios de comunicación y su relación con la política.	35
2.2.3.1	Medios de comunicación.....	35
2.2.3.2	Tipos de medios de comunicación.	36
2.2.3.3	Los medios de comunicación más usados para hacer política.	37

2.2.3.4	Influencia de medios de comunicación en la política.	39
3	Metodología de la investigación.....	41
3.1	Paradigma y tipo de investigación	41
3.2	Delimitación	43
3.2.1	Sujetos de la investigación.	43
3.2.2	Perfil sociodemográfico de los participantes	43
3.2.3	Tiempo y escenario.	44
3.3	Diseño de la investigación.....	44
3.4	Técnicas de generación y recolección de información.....	46
3.5	Técnicas de análisis de información.....	46
3.6	Plan de trabajo.....	48
3.7	Presupuesto de la investigación	48
4	Sistematización y análisis de la información.....	49
4.1	Noción de política de los estudiantes de comunicación.....	49
4.1.1	Política como un proceso de participación ciudadana	49
4.1.2	Política entendida una postura crítica por parte del ciudadano	51
4.2	Medios de comunicación más utilizados por los estudiantes de comunicación para informarse sobre temas políticos.....	53
4.2.1	Medios de comunicación masivos e independientes.	54
4.2.2	Credibilidad de los medios de comunicación.	56
4.2.3	Fenómenos políticos y la vida cotidiana.	57
4.2.4	Democracia: Mecanismos más utilizados por los estudiantes.	58

4.3	Formas de participación e involucramiento en política de los estudiantes de comunicación social	61
5	Conclusiones.....	64
6	Referencias	67
7	Anexos	73

Lista de tablas

Tabla 1. *Plan de trabajo*48

Tabla 2. *Presupuesto de la investigación*48

Lista de figuras

Figura 1. <i>Edad promedio de los participantes</i>	43
Figura 2. <i>Semestre promedio de los participantes</i>	43
Figura 3. <i>Medios de información</i>	53
Figura 4. <i>Fuentes de información</i>	54
Figura 5. <i>Medios de información</i>	55
Figura 6. <i>Definición de medios</i>	55
Figura 7. <i>Credibilidad en los medios</i>	56
Figura 8. <i>La política como fenómeno que afecta el diario vivir</i>	57
Figura 9. <i>Mecanismos de participación más importantes</i>	58
Figura 10. <i>Participación en movilizaciones sociales</i>	59
Figura 11. <i>Pertenencia a algún partido político</i>	60
Figura 12. <i>Partido o colectivo político</i>	61
Figura 13. <i>Conocimiento del concepto comunicación política</i>	61

FICHA TÉCNICA DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN PLANTEADO

Título del proyecto de investigación: La cultura política de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Luis Amigó.

Línea de Investigación: Comunicación- Educación

Sublínea: Comunicación, Educación y Medios

Facultad: Facultad de Comunicación, Publicidad y Diseño

Programa Académico: Comunicación Social

Palabras clave: Cultura política, democracia, redes sociales, comunicadores sociales

RESUMEN DE LA PROPUESTA INVESTIGATIVA:

A partir de este estudio se buscó conocer de qué manera los estudiantes de comunicación social entre los semestres séptimo a décimo, de la Universidad Católica Luis Amigó, construyen su cultura política.

Para la realización de este, se llevó a cabo una entrevista estructurada que fue elaborada de manera virtual por medio de un formulario en Google Forms, el cual proporcionó los insumos necesarios para entender las formas en cómo dichos estudiantes se relacionan con la política, la forma en cómo participan de la misma y finalmente la forma en cómo estos construyen su cultura política.

Dentro de los resultados del estudio, se logró identificar que los estudiantes tienen conocimientos favorables a la democracia. En su mayoría, coinciden en que la política es un proceso de participación ciudadana en donde es el individuo parte central de la democracia. Así también, estos construyen una posición con base en la información que entregan los medios de comunicación tradicionales, como la prensa escrita, la radio y la televisión. También se pudo establecer que los jóvenes participan activamente en los procesos democráticos del país por medio del voto, en donde es el mecanismo que consideran más importante para la toma de decisiones en el país.

1 Planteamiento Del Problema De Investigación

1.1 Justificación del proyecto de investigación desde la línea y la sublínea de la facultad

El principal planteamiento que tiene el presente trabajo es conocer la construcción sobre cultura política que tienen los estudiantes de la Universidad Católica Luis Amigó entre el séptimo y décimo semestre de la carrera Comunicación Social.

Este trabajo ayudará a tener un acercamiento a la formación de estos estudiantes en temas como cultura política, democracia, movimientos sociales y su relación con los medios de comunicación de preferencia en temas políticos, etc.

Los beneficios más destacados que este trabajo proporciona, es aproximarnos al entendimiento de cómo un comunicador construye su cultura política teniendo en cuenta que este se convierte en un hilo conductor hacia la práctica política ciudadana. Y los beneficiarios de este, son todos aquellos que deseen indagar sobre la formación política de un comunicador social en una era tecnológica. Esperamos que este sirva como antesala a futuras investigaciones sobre cultura política en estudiantes de comunicación. Ayudará a su vez, a resolver suposiciones sobre cómo los estudiantes de comunicación social se informan sobre política y cuánto profundizan en esta.

Los estudiantes actuales desarrollan su fundamento político en torno a la tecnología, lo que ha demarcado las pautas para el comportamiento de éstos en la sociedad, predominando el consumo masivo de información y de marcas comerciales que los medios masivos de comunicación han adaptado en sus agendas.

Se ha visto que varios de los estudiantes se han integrado para formar colectivos juveniles buscando se les desvincule de imaginarios conflictivos con los que se les ha asociado y se les legitime con procesos de inclusión social.

En tal sentido, este planteamiento sirve para que estudiantes, docentes, colectivos juveniles e instituciones gubernamentales comprendan la manera en la que los jóvenes, apropian sus decisiones políticas.

Esta investigación hace parte de la línea de investigación **Comunicación-Educación**, de la Universidad Católica Luis Amigó. Esta línea es un hilo conductor entre la academia e institución educativa y la industria corporativa, que permite establecer mecanismos que aporten nuevos conocimientos en ambas escuelas, dentro de la ciencia de la comunicación. Esta investigación será un aporte significativo desde una mirada holística a la construcción política de los estudiantes de la Luis Amigó que están próximos a llegar al mundo corporativo y que, desde antes, ejercen labores políticas en su entorno.

Es por eso que esta investigación se enfoca desde la óptica de la **Comunicación, Educación y Medios** en el que se hace necesario conocer hasta dónde los diferentes medios que los estudiantes utilizan, los han desvinculado/vinculado con los procesos políticos del país. Según López (2006) “se asumen los medios no como intermediarios de realidades preexistentes sino como mediaciones, como dispositivos complejos de construcción de pensamiento...como entramados que definen posiciones” (p.14).

Esta investigación permite analizar y comprender cuáles son las motivaciones que tienen estos estudiantes en construir su cultura política con base en la influencia que tienen de diferentes medios, sobre las decisiones que estos toman, interpretando su razonamiento al momento de construir estas posturas basándose en la información que les ofrecen, que de forma transversal, predominan sus vidas.

1.2 Formulación de la pregunta problema

Desde hace tiempo, la participación de los jóvenes y la forma en cómo estos construyen su cultura política han sido foco de discusión en cuanto se afirma que ya no participan en

política de la misma forma en como lo hacían las generaciones pasadas, y de que también existe por parte de estos una apatía frente a los asuntos políticos.

Según lo señalado por Zuasnabar y Fynn (2017), este desencanto de los jóvenes tiene sus raíces en la teoría sobre el deterioro del capital social, donde se identifica que existe una debilidad en la comunidad a la exposición de la cultura política y a la democracia en sí misma; y a partir de dicho desgaste se plantea una existencia de procesos de desafección política que afectan a todas las sociedades, pero en especial a los jóvenes porque estos consideran que dicho sistema político no los representa y no incluyen sus intereses.

Así mismo, y como lo plantea Zuasnabar y Fynn (2017), no existe tal apatía frente a asuntos políticos por parte de los jóvenes, sino que ha cambiado por nuevas formas de participación, diferentes a las tradicionales.

El interés de investigar la cultura política de los estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Luis Amigó, se inicia con la necesidad de entender cómo es la formación en el ámbito político de los comunicadores, quienes al ser popularmente conocidos como partícipes del cuarto poder, requieren un amplio conocimiento en estos temas.

Surge una necesidad de conocer los espacios de construcción de formación política de los estudiantes para reconocer los espacios de apropiación de sus fenómenos sociales, su crítica, su postura y su descubrimiento en nuevas herramientas comunicativas que surgen de un intercambio de información desde lo académico hasta los medios que son legitimados por ellos como herramienta de comunicación.

Ante esto, Martínez, (2000), menciona que:

En ese sentido, nosotros mismos somos texto y nuestra biografía, una forma de sedimentación de diferentes prácticas discursivas. Trabajar la textualidad es también, trabajar la analítica propia de la construcción social de nuestra propia identidad

profesional. Interpretar los códigos temáticos subyacentes al texto de la escuela e interpretar también nuestra historia en relación con esos códigos (p.20)

El estudio se lleva a cabo en la Universidad Católica Luis Amigó y se realiza allí porque es importante conocer las formas de participación de los estudiantes de una universidad privada; así mismo se evidencia que no existen investigaciones sobre la cultura política de los estudiantes de dicha universidad.

Precisamente el presente estudio trata de dar respuesta a este interrogante: ¿cómo se construye la cultura política de los estudiantes de comunicación social que están entre séptimo y décimo semestre de la Universidad Católica Luis Amigó?

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Conocer la construcción de la cultura política de los estudiantes de comunicación social que están entre séptimo y décimo semestre de la Universidad Católica Luis Amigó.

1.3.2 Específicos.

- Conocer la noción que tienen del concepto de “política” los estudiantes de comunicación social.
- Identificar los principales medios de comunicación por los cuales se informan sobre temas políticos los estudiantes.
- Determinar las formas en que los estudiantes de comunicación social participan y se involucran en política.

2 Marco teórico o referente conceptual

2.1 Antecedentes de investigación

Dentro de las investigaciones precedentes acerca del tema objeto de estudio, se puede rescatar el estudio de Díaz et al. (2010), cuyo objetivo general consistió en identificar las lógicas de sentido que llevan a participar a los y las jóvenes en el partido conservador y el movimiento polo democrático alternativo entre el 2009 y 2010. El método empleado en el estudio fue descriptivo; con relación a las técnicas de recolección de información se emplearon: encuesta, entrevista y grupo focal. Los resultados indican que en ambos partidos los/as jóvenes participan con base en una sola premisa: buscar transformar la realidad política del país, reaccionando a los acontecimientos y a la forma en que han sido manejadas las problemáticas sociales del país.

Lo mismo ocurre con la investigación realizada por el observatorio de medios de la Universidad de la Sabana acerca de la cultura política en el país entre los años 2010 y 2011. Dicha investigación partió de la premisa de que el concepto de democracia se le vincula muy estrechamente con los ciudadanos para la conformación del concepto de cultura política, por lo que es la corriente dominante y que más impacto ha tenido en Latinoamérica (Cárdenas, 2012).

Una primera conclusión de dicho estudio señala que los colombianos no tienen nada de interés en asuntos de política (38%), un segundo grupo tiene mediano interés en asuntos de política (31%) y un tercer grupo tiene mucho interés en política (27%).

Como segunda conclusión, los ciudadanos tienen una mala percepción de la política. El 52% de los encuestados consideró que la política se asocia con corrupción, maldad, injusticia y otros términos negativos que inciden en la deslegitimación de los organismos estatales.



Por otra parte, el 60% de los encuestados manifestó informarse de temas políticos por medio de la televisión, el 19% por medio de los periódicos, el 12% por medio de la radio y un 7% por medio de internet.

De igual manera, cuando se les indagó por su participación en temas de política el 68% afirmó no participar en asuntos políticos frente a un 31% que dice sí hacerlo. Lo que significa que es muy bajo el nivel de involucramiento de los ciudadanos con el sistema político.

Ahora bien, otro estudio que es el realizado por Cárdenas (2012), cuyo objetivo consistió en proponer un debate frente a las categorías de análisis de la cultura política teniendo como perspectiva el concepto de la democracia en el sentido más amplio e integral que permita trascender el ámbito meramente electoral y permita comprender mejor la cultura política colombiana. El método empleado en el estudio fue cuantitativo entrevistas y conversaciones informales, ejercicios de observación y grupos focales.

Los resultados indican que la cultura política colombiana está fuertemente condicionada por la evolución histórica de las instituciones políticas y el discurso que legitima este proceso en medio de un país y una sociedad enmarcados por variables sociopolíticas como la violencia, el bipartidismo y la fuerte presencia de una cultura religiosa desde los procesos de construcción de la nación.

Otra investigación realizada por Acosta (2016), consistió en plantear cómo los cambios estructurales de la comunicación escolar originados por la vinculación de las nuevas tecnologías de la información, alteran la formación política en la escuela. El método empleado en este estudio es el de investigación-acción y los mecanismos de recolección de información fueron la entrevista a profundidad y la observación participante. Como resultado de la investigación se encontró que con la presencia de las nuevas tecnologías en el ámbito educativo y con la inserción de estas en dicho espacio, se exige una re-estructuración en todo el entramado educativo lo que supone un ordenamiento de la estructura vertical en cuanto al



saber. Así, la escuela es transformadora y sus procesos educativos se demarcan por diferentes espacios y tiempos que se entrecruzan con los fines políticos de la educación pero que logran accesos para que la juventud determine las formas de participar en lo público.

Angulo (2013), realizó un estudio cuyo objetivo consistió en demostrar cómo puede revitalizarse la ciudadanía en Colombia. Concluyó que el esfuerzo no puede darse únicamente en el plano de la transformación institucional, sino que la sociedad en su conjunto debe re estructurarse, así como re conceptualizarse el papel del estado y la democracia misma.

Apolinar y Rodríguez (2016), analizaron la configuración de la subjetividad política de un grupo de jóvenes de la Comuna 4 del Municipio de Soacha, participantes del Centro de Desarrollo Social la Casita Amarilla de la Universidad Minuto de Dios y estudiantes de colegios oficiales. La metodología que se empleó fue bajo un enfoque epistemológico hermenéutico y se utilizó el análisis crítico del discurso, con el fin de profundizar en condiciones de sometimiento y desigualdad para la realidad que viven los jóvenes. Los resultados indicaron que se pueden reconocer las relaciones de los jóvenes con lo público y por ende con dichas instituciones que pueden vincularlos con su subjetividad política y con lo gubernamental, comunitario, fundacional o incluso con bandas al margen de la ley. Por lo tanto, la configuración de la subjetividad política de los Jóvenes en la Comuna 4 se da en medio de un tránsito frecuente entre el terreno de lo político y lo impolítico, generando contradicciones que cada joven asume de acuerdo a su trayectoria de vida.

En otra investigación Restrepo y Montenegro (2012), caracterizaron las concepciones que tienen los y las jóvenes participantes del proyecto, habitantes de la comuna 18 parte sur de Cali, sobre participación ciudadana. La metodología empleada se basó en el Diagnóstico Rápido Participativo, lo cual es una metodología de trabajo para recopilar y analizar información que producen y se dan desde diversos grupos poblacionales en un tiempo

específico. Las técnicas de recolección utilizadas fueron las entrevistas, entrevista semiestructurada, interacción entre grupos y observación participante. Los resultados encontrados allí, concluyeron que los espacios para que los y las jóvenes de la comuna 18 del sur de Cali participen son escasos y limitados. Eso lo dificulta la posición geográfica de la comuna, así como su infraestructura porque no cuenta con escenarios suficientes para que estos logren vinculares con los procesos participativos.



De igual modo, se encontró la investigación de Báquiro (2016), en donde se buscó si es posible aumentar los niveles de formación, empoderamiento de los estudiantes y líderes estudiantiles de los Grados decimo y Once del colegio E O H en el primer semestre de 2015 a través de una intervención en educación política. La metodología que se utilizó fue la de la intervención social en donde pretendió realizar procesos de cambio en comunidades o colectivos que tiene situaciones pendientes, necesidades insatisfechas o problemas por resolver. Por eso, las técnicas de recolección de información que se usaron fueron las entrevistas y observaciones para conocer la forma en cómo se involucran los jóvenes en el proceso. La investigación pudo concluir que los problemas que aparecieron al momento de estructurar el consejo estudiantil, la poca participación, la falta de líderes y las prácticas poco democráticas se dan gracias a una cultura política escasa a gran escala y que alcanza a permear hasta a las instituciones educativas.

Urbina (2016), en su investigación permite identificar los aspectos de la participación política de un grupo de estudiantes de psicología de la Universidad Piloto de Colombia, entre séptimo y décimo semestre, que se destaquen por sus características de participación y liderazgo. La metodología es de carácter cualitativo, por lo que su intención es conocer la forma en la que participan políticamente los estudiantes de psicología en un contexto específico. Se utilizó la entrevista semiestructurada como método de instrumento de recolección de información. Uno de los resultados obtenidos permite entender que los estudiantes no poseen las herramientas

necesarias para ejercer su rol activo en la sociedad. Así, cuando se comprende el rol fundamental de las instituciones educativas en la formación del joven se visibiliza lo importante que es la política en la vida cotidiana además de que se puede aprovechar lo polisémico del concepto para ampliar el campo de acción de los espacios formales establecidos.

Beltrán (2015), investigó cuál es la percepción que tienen los jóvenes frente a la corrupción en Colombia y cómo mediante la educación aprenden a disminuir esta problemática. La metodología empleada en esta investigación es exploratoria, descriptiva, cualitativa y multivarial. Las técnicas de recolección de información utilizadas en esta investigación fueron de observación directa, de clasificación documental y bibliográfica. Entre los resultados obtenidos de la investigación, este reveló que los jóvenes sienten que la corrupción hace parte de la cultura; como una realidad que se refleja de forma más directa en lo político, pero que se encuentra relacionada con la forma en como la sociedad se apropia de ella en su diario vivir.

Diferente a este enfoque, se encontró el desarrollado por Carrillo (2014), en donde estableció una relación entre la cultura política, la democracia, la participación ciudadana y la gobernabilidad. La metodología utilizada combina lo correlacional, con lo descriptivo y lo explicativo. Los resultados de esta investigación indican que la cultura política debe de estar presente en todos los ciudadanos independientemente de cualquier tipo de gobierno pero que sin embargo esta es más frecuente y más fuerte en gobiernos democráticos en donde el pueblo es quien tiene el poder y donde el gobierno goza de amplia legitimidad. Es por eso que la cultura política es importante para estimular la participación y que esta se fortalece por medio de una educación para despertar el interés en la ciudadanía desde temprana edad. Otro de los estudios es el de Urrea (2001), y “busca interpretar el sentido social y político de la participación democrática en las organizaciones comunitarias a partir de sus actores



sociales, a fin de construir un entramado significativo que dé cuenta de las vivencias de la Democracia” (p. 28). Esta investigación está basada en el modelo hermenéutico y el método de recolección de información fue por medio de entrevistas. Dentro de los resultados se identifica que a pesar de que la Constitución Política está reglamentada la participación democrática, esta no es de obligatorio cumplimiento. La mayoría de normas que allí aparecen y hablan de participación deben ejecutarse con el cumplimiento de ciertos requisitos adicionales a la ley, entre ellos el de los gobiernos locales para cumplirlos. Aquí se aprecia que la creación de Juntas de Acción Comunal y otras organizaciones comunitarias, están ligadas a la voluntad política para su aplicación.

Por último, Gambasica (2020), en su investigación busca comprender cómo se ha tratado la relación entre escuela y formación de la cultura política en Colombia entre 2015 y 2019 a partir de un análisis documental. La metodología que se dio en este trabajo fue el carácter interpretativo y el instrumento de recolección de información se dio por medio del análisis documental. El resultado del estudio revela que se encontraron dos perspectivas sobre la escuela: una es en donde se especifica la definición de cómo es, donde se priorizan las vivencias que se dan en la formación de los sujetos y su importancia en la creación de su cultura política y la apropiación o rechazo de sus espacios de formación como medios de comunicación. Por el otro lado, se enfoca en cómo debería ser su proceso de aprendizaje desde la escuela y la forma en cómo utilice los medios de comunicación para transformar las relaciones de poder.

2.2 Referentes teóricos

2.2.1 Cultura política.

En el marco de esta investigación se hace necesario tener una aproximación acerca del concepto cultura política porque permite comprender la importancia que tiene este como uno

de los aspectos centrales planteados en la pregunta de investigación. La cultura política pretende ser abarcada en esta investigación desde la teoría de la ciencia política, pero sin ser ajena al cúmulo de otras disciplinas como la antropología, la sociología y la psicología social que han incidido en la construcción y moldeamiento del término desde sus campos de estudio.

2.2.1.1 Definición de política.

La palabra política proviene del latín *politicus*; del griego *politikós* ‘perteneciente al gobierno’ y propiamente ‘relativo a la ciudad’; y del griego *pólis* que significa ciudad (Corominas, 1987, p. 466), es decir, es todo lo relativo a los asuntos públicos.

El primero de los filósofos que comenzó a hablar de la política fue Aristóteles, que clasificaba al ser humano como un ser político por naturaleza.

Según Aristóteles (1890), la asociación de muchas familias es la base natural de lo que es pueblo y, la asociación de muchos pueblos forma un Estado completo. Mientras para Platón, la política, y por consiguiente el Estado, tiene sus raíces en el concepto del alma.

Sabine como se citó en Tamayo (2012) menciona que el concepto de *polis* hace referencia a todo lo que tiene que ver con la ciudad, el ciudadano y lo público y que dicha palabra se utiliza para designar a una comunidad que reside en un territorio delimitado que es autosuficiente y se rige bajo un propio gobierno.

En el mismo sentido, Rousseau como se citó en Tamayo (2012) considera que la política es la actividad que tiene por objeto regular y coordinar la vida social por medio de una función de orden, defensa y justicia para mantener la superación y la cohesión de un grupo social determinado. Es decir, que Rousseau no sólo supone que la política funge dentro de un espacio delimitado como mero garante de la soberanía, sino que también tiene la función de

regular todo comportamiento que se dé dentro de dicho entorno con la finalidad de buscar el bien colectivo de los hombres.

Así mismo, Tamayo (2012) define que la política es un ejercicio que se desarrolla, produce y replica dentro de una sociedad, que es el ámbito natural de la política, con el resultado de que los individuos tengan la capacidad de organizarse para lograr fines comunes.2.2.1.1.

Definición de cultura política.

Es importante comenzar mencionando la obra *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations* realizada por Almond y Verba quienes son los pioneros en la investigación del concepto de cultura política y la definen como una postura y punto de vista que un individuo toma con respecto a los temas políticos y su relación con ellos (Almond y Verba, 1963). Así mismo el concepto se liga con la posición que adquiere el individuo con respecto al papel que toma en el entorno político.

La interpretación que ambos autores dieron con respecto al concepto dio paso a investigaciones de otros autores que continuarán ligando la cultura política a una postura ideológica cultural.

Así mismo, ambos realizan una clasificación de la cultura política en subculturas que no están a per sé de la realidad, sino que se conjugan entre sí. Es así como las clasifican en: Cultura política parroquial (cero interacciones hacia los objetos políticos); cultura política de súbdito (existe conciencia de una autoridad por parte del individuo, pero no hay relación con el sistema) y cultura política de participación (orientación hacia las estructuras y procesos políticos y poseen un rol activo en la política).

Pese a encontrar diferentes clasificaciones en torno a cultura política, ambos investigadores plantean que se pueden generar culturas políticas mixtas en donde se combinan diversos rasgos donde estas se constituyen por la frecuencia de diferentes orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas hacia el sistema político.

León (2005) refiere que el concepto es un conjunto de convicciones, posiciones, reglas y opiniones, que son compartidas por varios integrantes de una sociedad que tienen como asunto manifestaciones políticas.

Así mismo, Petit et al. (2005) entiende por cultura política a las acciones que orientan y dan significado a todo lo que gira en torno a la política dando un significado a los ciudadanos que participan y van a participar en los procesos democráticos.

En el mismo sentido Verba como se citó en Apolinar y Rodríguez (2016) considera que la cultura política es un conjunto de convicciones empíricas, representaciones expresivas y templates, que dan la significación dentro de la que se da la cultura política. En otras palabras, es la interpretación que cada individuo da de acuerdo con sus construcciones, que han sido previamente empíricas, de la realidad política.

Finalmente, en la obra de Almond y Verba (1963) la cultura política posee tres características desde las cuales puede ser vista e interpretada. La primera es la orientación cognoscitiva que se representa por medio de la información previa que se tenga con respecto al sistema política, las funciones que este cumple y los encargados de estas funciones; la segunda orientación de tipo afectivo tiene que ver con los sentimientos y sensaciones que tienen relación con el sistema político y su forma de estructuración; por último se encuentra la orientación evaluativa que es la opinión o comentario que generen los asuntos políticos.

2.2.1.2 Cultura política en Colombia.

Partiendo de la definición de que la cultura política es el proceso mediante el cual un individuo toma una postura de acuerdo a sus creencias, representaciones y costumbres en torno a temas políticos; y que a su vez está se constituye por la repetición de orientaciones que pueden generar sentimientos positivos o negativos, críticos y evaluativos hacia el sistema político (Almond y Verba, 1963). Sería importante indagar si realmente los colombianos

poseen una orientación que se encuentre encaminada a poseer una afección hacía el sistema político imperante en el país.

Múltiples son las opciones que tienen los colombianos para participar activamente de los procesos políticos que están incluidas en la Constitución y que también se han otorgado por medio de leyes, pero no han surtido el efecto, que bien o mal desean los gobernantes de turno porque los ciudadanos se acostumbraron a estar excluidos del debate. Eso, “sin caer en la cuenta de que el problema de la apatía y desmotivación en Colombia es un problema cultural y no jurídico” (Angulo, 2013, p.43).

Angulo (2013) resalta que la cultura política en el país se ha caracterizado:

Por el corporativismo y el individualismo a ultranza, la desconfianza y la vía del atajo para la consecución de determinados fines y la violación de las normas de convivencia, lo que ha definido las relaciones del individuo con el Estado. (p. 45)

En conclusiones generales, el imaginario social de la mayoría de los colombianos es la desvinculación con asuntos ligados a la política por no poseer interés alguno sobre ellos, así mismo la política es vinculada a asuntos que tienen que ver con malas prácticas como lo son la corrupción y de ahí su bajo interés por participar en ella, así como también a asuntos que tienen que ver con la búsqueda de intereses individuales.

2.2.1.3 Construcción de la democracia.

Una de las principales bases para la construcción de la democracia es la activa participación ciudadana. La vinculación a los procesos políticos sea por medio del voto, unión a partidos políticos, colectivos juveniles, comités de participación ciudadana, entre otros, genera procesos en los que se busca encontrar el bien común para una sociedad. Es por eso que los Estados, desde su carta magna, generan espacios para que la ciudadanía haga parte activa de los procesos democráticos.

Según Angulo (2013), en Colombia la Constitución Política de 1991 significó un avance para la consolidación de la democracia en el país porque permitió un contexto jurídico propicio para que los ciudadanos pudieran expresar y defender las libertades de sus derechos. Es así, como por medio del Título II de la Constitución Política de 1991, el artículo 40 estableció una serie de mecanismos de participación para que los ciudadanos contribuyeran activamente en los procesos políticos que se llevaran a cabo en el territorio nacional. Así mismo el artículo 270 estableció que los ciudadanos pudieran hacer control a la gestión pública a través de las veedurías. El artículo 318 estableció una serie de disposiciones para mejorar el manejo de los asuntos públicos de carácter local y mejorar la participación ciudadana.

Un sinnúmero de mandatos aportó la Constitución de 1991 en pro de la participación activa de los ciudadanos para hacer valer sus derechos y aportar en la construcción de la democracia del país, sin embargo, estos instrumentos no han sido necesarios para una ciudadanía que se encuentra distanciada de los procesos democráticos debido a su falta de motivación para participar en ellos.

Justamente Angulo (2013) habla de que la actitud de los individuos frente a procesos democráticos está marcada por dos motivaciones.

Existen diferentes tipos de motivación, las macro y micro. Las primeras se apoyan en las normas sociales de cooperación en las cuales la actuación de los sujetos se basa en el cumplimiento de la norma. Por otra parte, las micro motivaciones son aquellas motivaciones en las que ya no son normas ni valores los que estimulan a los sujetos a participar, sino que es la expectativa de que la cooperación se traduzca en una compensación o un beneficio que los motiva (Angulo, 2013).

Las macro motivaciones se apoyan en preceptos que llevan a que la conducta del individuo esté guiada por reglas y valores, previamente adquiridos en el proceso de la

socialización, que la limitan; y, por el contrario, las micro motivaciones están apoyadas en los intereses individuales que existan en el individuo que lo beneficien. Así mismo, Angulo (2013), hace referencia a una encuesta realizada en el año 2002 para conocer cuáles eran las motivaciones que poseían los ciudadanos para participar activamente de la democracia y los resultados fueron que el tipo de motivación cambia de acuerdo con el estrato socioeconómico de los entrevistados.

Lo que motiva a participar a los estratos bajo y medio es el logro de resultados concretos que se traduzcan en beneficios individuales o grupales... en los estratos altos se encuentran motivados a participar en función de las normas sociales. (Angulo, 2013, p. 38)

Así como existen motivaciones que llevan a que los individuos hagan parte de la participación, existen también otros factores que hacen que ocurra todo lo contrario y lleven a que los ciudadanos no hagan parte de los procesos electorales. Según Angulo M, hay factores tanto internos como externos. Dentro de los internos está “la falta de tiempo, de recursos, de conocimiento... entre los factores externos se concluyó que uno de los factores más importantes es el desencanto frente a lo público” (Angulo, 2013, p. 39).

Angulo (2013) menciona que la ya reseñada encuesta encontró que otro de los factores por el desencanto hacia el tema político se debe a los altos niveles de deshonestidad que se observan en la gestión pública lo que genera altos niveles de rechazo en las instituciones públicas. Así mismo, el clientelismo, que deriva en prácticas corruptas, aumenta el desencanto por el que los ciudadanos deciden no participar en los procesos democráticos.

En el mismo sentido, Velásquez y González (2003), plantean que el conflicto armado es otro de los factores desmotivacionales por los que los individuos suelen dejar de

participar en la democracia en la medida en que los actores armados han penetrado las organizaciones sociales y los espacios de participación, obligando a que ciertos líderes deban alejarse de trabajar por los intereses colectivos de la comunidad y comiencen a trabajar por intereses individuales.

2.2.1.4 Construcción de la identidad o inclinación política.

Petiti et al. (2005) define a la identidad política como la forma en que varios sujetos de un colectivo se definen y son reconocidos por los otros. Así mismo, la identidad se construye bajo unos valores que son aportados por la sociedad y por los cuales se actúa en ella, lo que permite a identificar una postura política y actuar acorde dentro de una comunidad.

Davson y Prewitt, como se citó en Gómez (2018) definen la identidad política como el producto de una socialización de tipo político en donde el individuo, en el desarrollo de su identidad social, toma experiencias que integran una imagen sobre sí mismo, sobre su posición en las luchas con el sistema político, y sobre su relación con las instituciones políticas del lugar en que se encuentre.

Adicional, Gómez (2018) trae a colación la definición que Mackenzie, hace sobre la identidad política, “Ésta es entonces, una forma de identidad social que afirma la pertenencia de un individuo o grupo de individuos a grupos que luchan por el poder en sus diferentes formas” (p. 9).

Esta definición fue posteriormente complementada por Bobbio.

Grupos cuyos valores, normas sociales y actitudes particulares se encuentran orientados a la esfera política, y son interiorizados por los individuos para la comprensión de lo que son y el lugar que ocupan en la sociedad en que se encuentran. (Gómez, 2018, p. 9)

Según Aboy Carlés como se citó en Mauro (2011) define a la identidad política como “el conjunto de prácticas sedimentadas, configuradoras de sentido, que establecen, a través de un mismo proceso de diferenciación externa y homogeneización interna, solidaridades estables, capaces de definir...orientaciones gregarias de la acción en relación con la definición de asuntos públicos” (p. 256).



Petiti et al. (2005) considera que la construcción de la identidad se da con base a la cultura desde la que se da el reconocimiento de iguales, en el mero sentido de las interpretaciones, y por el que luchan para buscar un objetivo en común.

Es así como surge lo que Petiti et al. (2005) llama la propuesta de acción reivindicativa, que es la conformación de grupos que participan y actúan, organizados bajo una misma ideología, buscando un fin específico compartido denominado cultura política.

2.2.2 Comunicación política.

2.2.2.1 Definición de comunicación política.

El concepto de comunicación política estudió desde sus inicios la comunicación que existía entre gobernantes y sociedad, viendo a estos últimos como un mercado electoral. Luego, se enfocó en conocer la forma del discurso entre políticos y por último se centró en identificar la forma de cómo se construye la opinión en el público. A pesar de gozar con el reconocimiento interdisciplinar, para lograr que la comunicación política como disciplina fuera aceptada, esta tuvo que pasar por 5 fases para que esto se diera. La primera de las fases surgió del reconocimiento como parte inherente de los procesos políticos. La segunda se da con la publicación de textos académicos relacionados al tema. La tercera a partir del reconocimiento por parte de los academicistas. La cuarta con un reconocimiento profesional, y la última se genera



con una convergencia multidisciplinaria entre sociología, ciencia política, comunicación y psicología (Nimmo y Sanders, 1981 como se citó en Reyes et al., 2011).

Según Reyes et al. (2011) la comunicación política actual, como término, se estudia desde la importancia que cada uno de los actores involucrados tienen dentro de ella: políticos, periodistas, dueños de medios de comunicación y la opinión pública. Sin embargo, su mayor importancia radica en hacer énfasis en la función que tienen los medios de transmitir el intercambio de mensajes que se da entre el gobierno y la sociedad.

En el mismo sentido Wolton (1998) señala que la comunicación política es el espacio donde políticos, periodistas y opinión pública, quienes son los únicos tres actores legítimos del proceso, intercambian discursos contradictorios.

Ambos autores desarrollan la idea de la importancia que tienen los medios de comunicación en el funcionamiento de los sistemas políticos democráticos en donde la interacción entre políticos, periodistas y opinión pública generan los elementos fundamentales para garantizar dicho funcionamiento.

En la actualidad los periodistas han pasado de ser testigos de la actividad pública y política a actores; los líderes políticos adquieren nuevas técnicas de comunicación y persuasión; los gobiernos, en el mejor de los casos, deben dar cuenta de sus actos con rapidez y transparencia... El nuevo espacio público está dominado por la información. (Reyes et al., 2011, p. 96)

La comunicación política se convirtió en una instancia donde se permite que los ciudadanos formen una idea del funcionamiento de las instituciones, a través de los discursos de los políticos. Es por eso que medios y periodistas contribuyen al espacio de intercambio de discursos entre hombres políticos y sociedad, existiendo la

posibilidad de que los individuos confronten lo propuesto y lo hecho por los políticos con opiniones estructuradas que finalmente avalen o no lo que estos hacen.

“La importancia de la comunicación política en las democracias radica en el derecho de réplica de la opinión pública respecto a las acciones que políticos y candidatos realizan, al tiempo que permite la realimentación” (Reyes et al., 2011, p 100).

Por su parte, para Cotteret (1977) como se citó en Reyes et al. (2011), la comunicación política se da por medio de un intercambio de información a través de unos canales de transmisión diversos entre gobernantes y gobernados.

2.2.3 Medios de comunicación y su relación con la política.

2.2.3.1 Medios de comunicación.

Los medios de comunicación son ese conjunto de instrumentos impresos, digitales, de radio, televisión, fax, correos electrónicos, etc. que cumplen la función de informar a una audiencia sobre temas específicos de actualidad o de alta importancia para esta. Según Peiró (2017):

Los ciudadanos acceden a estos medios para mantenerse informados de todo tipo de acontecimientos que pueden ser: políticos, sociales, económicos, nacionales o internacionales, incluso locales. [...] Se dirigen a una gran audiencia que se conoce como medios de comunicación masiva. (p. 1)

Al hablar de los medios de comunicación, nos tenemos que transportar al siglo XVII, donde la prensa escrita tomó gran relevancia en la sociedad, cambiando de manera drástica nuestras formas de comunicación y de conocimiento de sucesos actuales; y luego llegar al boom tecnológico que comenzó alrededor de 1990 pero que tuvo mucho más avance en el 2000, donde ahora los navegantes pasaron de ser consumidores a *prosumidores*. Entendiéndose este último concepto como la unión de consumidor y productor, es decir, que el consumidor hace

parte activa del proceso de creación y de retroalimentación de los productos ya existentes. En este caso, de los medios ya conocidos.

De acuerdo con Santana y Perez (2011), el valor y el rol de los medios en la actualidad, se establece como creadores de opinión pública y cómo fuentes indispensables para cualquier investigación. Agregan además que:

Nadie como ellos ofrece tal cantidad de información, periódica y puntual, sobre personas, actividades empresariales y sociales, hechos, etc. En este sentido, el volumen de información – diaria, semanal, mensual – que se ofrece es tan grande que el acceso a la misma supone una primera barrera para quien quiera iniciar su investigación. (p. 1)

Los medios no son entonces excepcionalmente sobresalientes para informar, sino que podríamos decir que, sin estos, no existiría un ejercicio completo democrático, investigaciones tan completas que aumenten el buen criterio de ellas, y el avance como una sociedad totalitaria.

2.2.3.2 Tipos de medios de comunicación.

Durante los primeros siglos, la información sobre actualidad se realizaba a través de discursos y oratoria, que eran las encargadas de transmitir los principales sucesos que ocurrían en lugares aledaños o en el mismo sitio donde habitaban. Estas prácticas se transformaron y comenzó la transmisión escrita por medio de manuscritos y símbolos hasta la aparición de la imprenta en el siglo XV, creada por Gutenberg, y fue con esta invención, que se dio oficialmente la creación de los medios de comunicación masiva.

En el siglo XIX, inventos como el telégrafo, marcaron la evolución de los sistemas de comunicación. Aparte de los medios impresos, llega ahora la prensa moderna con los medios

audiovisuales como la televisión, radiofónicos como la radio, y por supuesto, los digitales con la llegada del internet, los computadores y los dispositivos celulares (Peiró, 2017).

En la actualidad, los medios digitales han tomado mucha más fuerza que antes, donde las redes sociales han facilitado la forma en la que la sociedad se informa y adopta diferentes posturas según lo que observan. Existen diferentes tipos de redes sociales dependiendo del tipo de información que se desee transmitir. Hay redes sociales de relaciones, como lo es Facebook, que su principal labor es conectar personas. Aunque también encajaría en esta sección la proveniente de Facebook como Instagram, Twitter, etc.

No obstante, sin importar que el medio de comunicación sea impreso, audiovisual o digital, el fin siempre será el mismo: canales para obtener información verídica, confiable y actualizada. Además de entretener, formar opiniones y posturas, educar, sensibilizar y concientizar, y apoyar investigaciones científicas de hechos ocurridos en el pasado. Añadiendo lo principal, buscando la democratización de la información, que no pertenezca solo a cierto grupo de personas que era lo que ocurría en el principio temprano de la creación de los medios.

2.2.3.3 Los medios de comunicación más usados para hacer política.

Se puede decir que los medios de comunicación han sido instrumentos directos para el ejercicio político; que incluye, por ejemplo, a la democratización de la política con el derecho al voto, la reducción de los impuestos sobre la publicación, que da el golpe decisivo para que la prensa se convierta en, según Laffond et al. (2014), “un medio de masas con contenidos informativos, costes de producción bajos, publicidad, venta callejera y altas dosis de sensacionalismo” (p. 1).

Es por esto por lo que los medios de comunicación masiva son bien llamados, el cuarto poder. Están encargados de interpretar la realidad para transformarla en información concreta y actitud crítica que permita crear opinión pública. En un artículo de opinión perteneciente al

periódico El Libre, Nicolás Villodres (2020), relata que los medios de comunicación “son mediadores políticos y sociales que canalizan y crean opinión pública; son instrumentos de transmisión de la cultura y, cada vez más, actores fundamentales para el funcionamiento del sistema político” (p. 1). Sin embargo, son los medios de comunicación también encargados de vigilar y denunciar los diferentes actos que ocurran en la política.

Los medios actuales más utilizados para hacer política, se podría decir que todos, por las razones que recién se acaban de relatar. Pero no es un secreto para la sociedad contemporánea, que los medios digitales al ser en su mayoría gratuitos, de contenidos ligeros y cortos, facilitan la transmisión de la información y permiten a su vez, una rápida opinión por parte de su audiencia, que tiene deseos vehementes de datos en corto tiempo.

El mejor ejemplo de esto, son los medios masivos e independientes, que se encuentran en las redes sociales. La agencia de relaciones públicas y comunicación Ketchum Pleon, a través de su estudio sobre Políticos 2.0, ha llegado a la conclusión de que Twitter ha tomado la hegemonía de la comunicación política en la red. Red que ha permitido no solo que la información política llegue de manera directa sin intermediarios, sino también posibilitando la retroalimentación rápida y la toma de partidos apoyando o no la información compartida por ellos. Esto lo hacen a través de hashtags, comentarios y preguntas.

Twitter se ha convertido en una de las fuentes principales para los usuarios para obtener información política y tomar decisiones frente a estas, debido a la inmediatez que esta plataforma genera. Cansino et al. (2016), mencionan que Twitter se constituyó en una era de debates y enfrentamientos por ideologías diferentes en una “nueva plaza pública virtual”. Esta red restituye una centralidad política que se creía perdida y le da una nueva esperanza a la democracia representativa junto a la nueva oleada de políticos en una era migrante en la Internet.

2.2.3.4 *Influencia de medios de comunicación en la política.*

Las posturas políticas se han vuelto más complejas en las últimas décadas por múltiples factores, entre ellos, la escasez de una democracia participativa - incluyendo en esta una participación igualitaria entre todos-. Es por esta razón que las redes sociales y el mundo web comienza a cobrar tanto valor. La esfera pública se vuelve el escenario favorito.

La formación de una postura política está ligada con la opinión pública, allí nace la postura, allí se construye y se forma. Bennett (1980), presenta la opinión pública como en la siguiente descripción:

Opinión pública es una forma diversa y siempre cambiante de expresión social.

Porque la opinión tiene orígenes en varias esferas de la sociedad y adquiere diferentes características en variadas circunstancias. Por lo tanto, puede jugar diversos roles políticos, y exhibir diferentes formas de expresión. Más importante, desde que los objetos de la opinión pública son tan numerosos y de tan variada importancia para los individuos, la composición del público cambia constantemente de una situación política a otra. (p. 85)

En este sentido, encontramos que la influencia de la opinión pública (en una sociedad que había sido demarcada por la mala administración de la información y de la polarización de la misma), se ve absolutamente reflejada en esta era de las redes sociales; donde la libertad de expresión, de opinión y de resguardo de sus ideales, cobra vida. Los navegantes se atreven a opinar, a juzgar, y a protestar sabiendo que no tendrán ninguna consecuencia significativa en el “mundo real”.

Calvedilla (2010) afirma:

A medida que Internet ha ido permitiendo la creación de medios de opinión autónomos, las grandes y pequeñas corrientes de opinión que los partidos políticos representaban han ido estructurando y ganando presencia. Interactuar con ellos

solicita un nuevo tipo de liderazgo que no tema el contacto directo, no influido por los mecanismos partidistas, (p. 32)

Owen (2017), en un artículo del libro *La era de la perplejidad. Repensar el mundo que conocíamos*, escribe en BBVA Open Mind, que:

Los políticos recurrieron a los nuevos medios para sortear el control de la prensa convencional sobre la agenda informativa. El énfasis puesto en el «infoentretenimiento» por los nuevos medios en esta etapa temprana aportó a los líderes y candidatos políticos un entorno más amigable para presentarse ante el público que el de los canales de la prensa seria. (p. 1)

Es en este momento donde el poder político toma todas sus fuerzas y hace presencia en el ciberespacio permitiendo una interactividad digital, intentando mejorar el conocimiento en esta temática que se consideraba confusa y en ocasiones poco accesible a las comunidades.

Los políticos por su lado toman ventaja de la cantidad exponencialmente creciente que ofrecen las redes sociales y que a pesar de ello, les permite tener un trato personalizado con la audiencia gestionando así mismo, su reputación.

Calvedilla (2010), continúa explicando el papel del político en estas redes. Ellos han comenzado a abrir canales autónomos en YouTube u otras plataformas que les permite:

Subir videos propios en campañas, mítines o mensajes al ciudadano, interpelando así con él en un cara a cara a través de la pantalla del ordenador, una comunicación cercana a la obtenida en televisión, pero mucho más agresiva al mirar al espectador “a los ojos” y con la peculiaridad de que este nuevo espectador puede elegir en qué momento comenzar y terminar la comunicación. (p. 32)

Estos softwares ayudan horizontal y paralelamente una comunicación que genere comunidades y así mismo cooperaciones en torno a gustos e intereses similares. Sin embargo,

tienen claro que deben seguir unos lineamientos y normas de conducta establecidas, que aunque existan, no limitan a los usuarios expresar sus opiniones. Nace la democracia digital. La democracia digital potencia el argumento y el debate en asuntos públicos y políticos. Este tipo de procesos mediáticos transforman a las audiencias convirtiéndolas en actores y protagonistas de comunidades. Compartiendo así mismo una política pública. Calvillo y Ahuactzin así lo confirman: Así ocurre en redes digitales como Twitter y Facebook, por ejemplo, sin que eso signifique necesariamente:

[...], que se impacte en la transformación de las estructuras sociales. Sin embargo, sí es probable que la reiteración sistemática de ciertos tópicos genere una narrativa determinada, un “asunto” o storytelling que pronto adquiere sustancia narrativa para los usuarios. A partir de este nivel de discursividad puede hablarse de las posibilidades y los límites de la comunicación política digital. (p. 180)

Las redes sociales permiten así mismo segmentar las audiencias de acuerdo con características demográficas y sociodemográficas tales como rangos de edades, sexo, nivel educativo, nivel económico, estado civil, etc. Así como geográficas: ciudad, país, etc. Y psicográficas: estilo de la vida, la personalidad, intereses, etc. Ayudando así a las políticas y a los organismos públicos saber a dónde quieren llegar y saber cómo deben hablarle a la audiencia, teniendo una mayor asertividad en su comunicación, convirtiéndose en un pilar fundamental en ellos a la hora de tomar decisiones políticas.

3 Metodología de la investigación

3.1 Paradigma y tipo de investigación

El paradigma que se aprecia en el presunto estudio es de tipo cualitativo, el cual es, “el conjunto de creencias, preguntas y formas de ver la realidad que determinan los preconceptos

y la manera de pensar que caracterizan una sociedad en un momento determinado de su historia” (Kuhn, 1962 como se citó en Moreno et al., 2013, p. 38).

Este tipo de paradigma busca comprender los significados que los individuos dan a la sociedad en la que se encuentran, de acuerdo con unas interpretaciones subjetivas. En el mismo sentido, “busca la comprensión de los fenómenos en su ambiente usual, desarrollando la información basada en la descripción de situaciones, lugares, periódicos, textos, individuos, etc” (Cuenya y Ruetti, 2010, p. 3). Así mismo, se escoge este tipo de paradigma porque queremos conocer la construcción de la cultura política de los estudiantes de comunicación social entre los semestres séptimos a décimo de la Universidad Católica Luis Amigó.

Los autores Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas.

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Por otra parte, se establece que el enfoque de esta investigación corresponde al histórico-hermenéutico. Por lo que se busca desde un sentido semántico, comprender la construcción de la cultura política en los estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Luis Amigó. En este enfoque según Cifuentes (2011), se busca dar reconocimiento a lo diverso y a la comprensión de la realidad. En este la participación y el conocimiento del entorno se hace necesario para entender el fenómeno. Así mismo el enfoque hermenéutico busca comprender experiencias y relaciones de la cotidianidad.

3.2 Delimitación

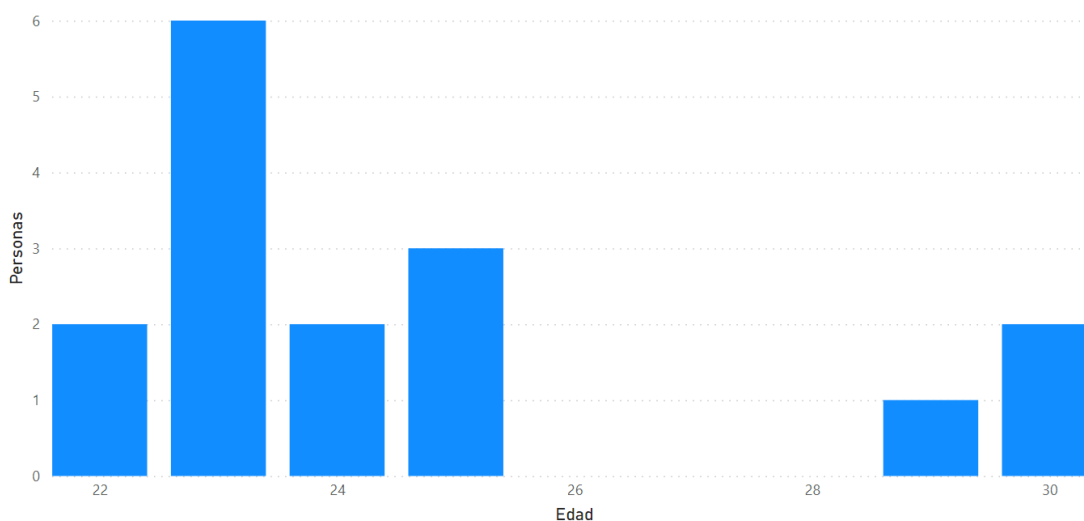
3.2.1 Sujetos de la investigación.

Los sujetos de investigación corresponden a los estudiantes de comunicación social de la Universidad Católica Luis Amigó. Se han tenido en cuenta los estudiantes ubicados en séptimo, octavo, noveno y décimo semestre, considerando que han alcanzado un nivel de permanencia en la universidad y pueden dar cuenta de diferentes aspectos políticos adquiridos en el programa académico. En total fueron 16 estudiantes quienes hicieron parte de la investigación y se seleccionaron de forma aleatoria en grupos estudiantiles.

3.2.2 Perfil sociodemográfico de los participantes

Figura 1.

Edad promedio de los participantes

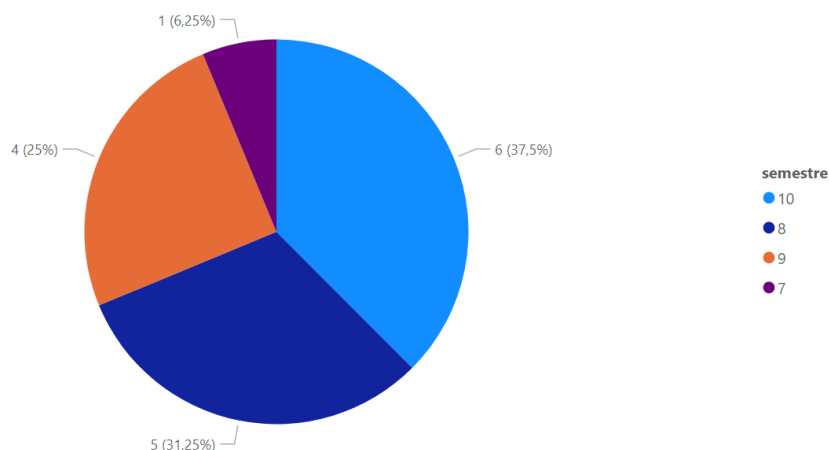


Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

Figura 2.

Semestre promedio de los participantes





Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

3.2.3 Tiempo y escenario.

La investigación se desarrolla a lo largo de cinco semestres académicos (2 años y medio); sin embargo, el trabajo de campo y análisis de resultados se realiza entre los meses de marzo-abril de 2021. El escenario en este caso es la Universidad Católica Luis Amigó y los procesos de recolección de información se hicieron de forma virtual por medio de los formularios de Google.

3.3 Diseño de la investigación

Este es un estudio de tipo exploratorio, porque permitió recolectar datos específicos sobre cada una de las categorías expuestas en el marco teórico, para después de esta, exponerlos sin realizarles ninguna modificación o cambio sustancial a los datos obtenidos. Así como lo confirma Hernández et al. (2014), que lo que busca este tipo de estudio es preparar el terreno de la investigación que pueda proporcionar información para llevar a cabo el desarrollo de la misma, y con base en ese desarrollo, entregar información que permita construir un universo en la temática de comunicación y política y, por ende, aporte a investigaciones futuras.

Al ser una investigación de tipo exploratorio, se buscaba encontrar datos por medio de la metodología utilizada, en un momento único, es decir, que no sería una recopilación de datos en un determinado periodo, sino una recolección única de estos.

La recolección de datos y el análisis de estos en la investigación cualitativa, supone diferentes pasos que, con base en estos, se realizó esta investigación, a saber:

El primer paso fue la recolección de los datos por medio de la entrevista estructurada. Se establecieron conceptos básicos que se analizaron en el apartado del marco teórico, y que fueron los pasos a seguir en el transcurso de toda la investigación. Una vez establecidos estos grandes conceptos, se procedió al desglose de estos en forma de preguntas abiertas y cerradas que facilitara la obtención de la información. Finalmente se termina de diseñar el formulario y se divulga en el grupo de muestra aleatoria de estudiantes entre séptimo y décimo semestre de Comunicación Social en la Luis Amigó.

Por consiguiente, se realizó una revisión de todos estos datos, que fueron organizados en formato Excel primero, que permitiera la agrupación, tabulación y clasificación, para su posterior análisis.

Por último, se procede a hacer el análisis y subir la información a un software de datos.

Según Hernández et al. (2014), esta etapa consta de “describir analíticamente el ambiente e interpretar la cultura: detectar temas y patrones”, y así continuar generando conclusiones, explicaciones o teorías resultantes.

Se generan gráficos y tablas que evidencien el estudio realizado y que vayan en coordinación con el marco teórico planteado en este trabajo, para hacer un cierre en las conclusiones y así sustentarlas frente al jurado de los trabajos de grado correspondientes a la Universidad Católica Luis Amigó.

3.4 Técnicas de generación y recolección de información

La técnica que se usa a lo largo del proceso de investigación es la entrevista estructurada y que fue elaborada de manera virtual por medio de un formulario de Google que fue compartido por medio de un enlace a los estudiantes. La entrevista estructurada es definida por Díaz-Bravo et al. (2013), como aquella en donde:

Las preguntas se fijan de antemano, con un determinado orden y contiene un conjunto de categorías u opciones para que el sujeto elija. Se aplica en forma rígida a todos los sujetos del estudio. Tiene la ventaja de la sistematización, la cual facilita la clasificación y análisis, asimismo, presenta una alta objetividad y confiabilidad. Su desventaja es la falta de flexibilidad que conlleva la falta de adaptación al sujeto que se entrevista y una menor profundidad en el análisis. (p. 2)

En este formulario, se realizaron preguntas abiertas y cerradas, de tal forma que se pudiera conocer de forma completa, la cultura política de los participantes. Fue un formulario que, en su duración para completarlo, era de menos de cinco minutos, pero que permitiera conocer de forma profunda, su opinión frente a la temática.

3.5 Técnicas de análisis de información

Para el análisis de la información obtenida a través de la metodología tipo entrevista con preguntas abiertas y cerradas, se utilizó un análisis de contenido que facilitara el procesamiento de datos y clasificación de los mismos de tal manera que pudieran ser interpretados y dados a conocer a la comunidad sobre cómo es realmente la cultura política de los estudiantes de la Luis Amigó. Esta investigación, como se ha mencionado en previas ocasiones, pertenece al enfoque histórico-hermenéutico, y es cualitativa.

En este ejercicio, según Hernández et al. (2014), menciona que lo primordial en el análisis de los datos “consiste en que recibimos datos no estructurados, a los cuales nosotros les

proporcionamos una estructura”; intentando así, transfigurar las percepciones de los participantes de la encuesta según sus vivencias, puntos de vista y quehaceres en el oficio político.

La información fue recolectada y registrada en un formulario con preguntas simples que intentaban afianzar las temáticas establecidas en el marco teórico del presente trabajo, y ese instrumento precisaba una descripción contundente y clara con el fin de facilitar su interpretación. La categoría de esta encuesta se delimitó en tres temáticas específicas: política y cultura política, comunicación política, y medios de comunicación. Como lo confirma Fernández (2002), “lo que interesa es la asociación (implícita en el mensaje y que el análisis de contingencia permite hacer explícita) entre las palabras claves, temas u otros tipos de unidad de análisis” (p. 39). Y se llegó a estas categorías, por el deseo inmensurable de entender la cultura política de los estudiantes de la Luis Amigó al correlacionar dos grandes matrices como lo son la comunicación y la política.

Esta técnica de categorización facilitó el análisis de la información por medio de la relevancia y utilidad de la investigación, que solucionara interrogantes contemporáneos sobre la cultura política, medios masivos e independientes mayormente utilizados por los estudiantes de la Luis Amigó entre los semestres séptimo a décimo. Para realizar este proceso analítico, después de la interpretación de la encuesta enviada a los participantes, se llevó la información recopilada a las tecnologías disponibles, que en este caso fue el software de POWER BI, para agruparlas por distintas categorías mencionadas en este apartado y junto con la matriz de diseño realizada -el formulario- se permitió analizar de forma detallada las respuestas obtenidas.

Dicha matriz de datos y análisis de preguntas, dieron como resultados gráficos simples que evidenciaron las respuestas mediante un análisis cualitativo, estadístico y descriptivo, que

Presupuesto de investigación			
Descripción	Unidad	Valor	Total
Impresiones	-----	-----	10.000
Lapiceros	4	2.500	10.000
Internet/Telefonía (Año)	-----	-----	800.000
Alimentación de estudiantes / investigadores	90	60.000	5.400.000
Salario de investigadores	2	3.000.000	6.000.000
Otros gastos adicionales	-----	-----	100.000
TOTAL			12.320.000

4 Sistematización y análisis de la información

4.1 Noción de política de los estudiantes de comunicación

Para dar respuesta al primer objetivo de investigación se realizó una entrevista estructurada con una pregunta abierta con la finalidad de identificar la noción que tienen los estudiantes de comunicación social del concepto de política. Las respuestas que proporcionaron los estudiantes fueron agrupadas en dos categorías para su análisis: la política vista como un proceso de participación ciudadana y la política entendida una postura crítica por parte del ciudadano.

4.1.1 Política como un proceso de participación ciudadana

De acuerdo con el proceso de categorización llevado a cabo, se logró identificar que los estudiantes entienden la política como *un proceso de participación ciudadana*, en donde los individuos son los que toman el papel principal al momento de tomar decisiones que contribuyan al deber ciudadano.

Una de las definiciones dadas por uno de los estudiantes es que la política “es una ciencia donde ciertas personas de diferentes grupos con ideales diferentes debaten ideas y pensamientos que pueden contribuir en diferentes aspectos a una población determinada” (Estudiante de comunicación, 22 años, noveno semestre, comunicación personal).

En ese mismo sentido, la definición contrasta con lo expuesto por Tamayo (2012) donde define que la política es un ejercicio que se desarrolla, produce y replica dentro de una sociedad, que es el ámbito natural de la política, con el resultado de que los individuos tengan la capacidad de organizarse para lograr fines comunes.

Continuando con el análisis, se pudo establecer que la política es vista como un campo donde se pueden evidenciar las estrategias que se realizarán para el goce de una determinada sociedad. Según la respuesta de uno de los estudiantes:

La política es una manera de estar presente en los asuntos de mayor relevancia dentro de las regiones en cada país, porque permite dimensionar lo bueno, lo malo y lo alternativo. Además, es un campo donde se evidencian estrategias para servirle a la sociedad, como acercarlos a los proyectos de un Plan de Desarrollo, por ejemplo; sin embargo, los medios de comunicación masiva, la pedagogía, la expresión oral y corporal son componentes clave que ayudan en la consecución de estas estrategias. Para mí, la política es servir y darle un "plus" a la calidad de vida y ofrecerles argumentos de valor, incluso el criterio, en los habitantes de cada región. (Estudiante de comunicación, 23 años, décimo semestre, comunicación personal).

Como puede observarse, la política es vista como la acción individual que permite la participación integral del individuo en su autodesarrollo y el posterior desarrollo de una comunidad en cuanto les brinda herramientas para que éste participe en sus prácticas.

Para Carrera (2013), la política entonces aborda la forma en como un Estado cumple con la forma en que este se organiza, sus relaciones de poder con el pueblo y las herramientas que éste les brinde para que haga parte de las prácticas políticas por medio de su participación para el desarrollo de su entorno.

Otra definición brindada por uno de los estudiantes refleja a la política como una acción que incide en su diario vivir y es guiada por unas normas o leyes que son tomadas por medio de acciones realizadas por unos individuos en específico.

En ese sentido, uno de los estudiantes considera que la política “es un sistema de normas bajo las cuales se busca manejar un país buscando el bienestar general de la población”, en el mismo sentido otro la considera como “un conjunto de acciones relacionadas directamente con tomar decisiones que cumplan el objetivo de un grupo de personas”. (Estudiante comunicación, 23 años, noveno semestre, comunicación personal).

Con relación a lo anterior, se logró identificar que a partir del proceso de categorización, los estudiantes entienden este primer concepto de política como un proceso en donde es el individuo quien participa de manera activa en la toma de decisiones que lo resultarán beneficiando a él y a la comunidad en la que habita porque el Estado lo dota de las herramientas necesarias para que sea partícipe de la práctica política. Es por eso que la política es la acción que incide en su diario vivir.

Al contrastar este resultado con lo planteado por Tamayo (2012) define que la política es un ejercicio que se desarrolla, produce y replica dentro de una sociedad, que es el ámbito natural de la política, con el resultado de que los individuos tengan la capacidad de organizarse para lograr fines comunes.

4.1.2 Política entendida una postura crítica por parte del ciudadano

La segunda noción que se encontró en los estudiantes, se aleja un poco del primero porque fija su importancia en un ciudadano crítico. En este caso se evidencia que la política es vista como *una postura crítica por parte del ciudadano*, en donde éste último será el encargado de decidir, de acuerdo con sus convicciones y conocimientos, lo que una sociedad necesita. Es así como la define uno de los estudiantes:

La política es tener una postura crítica que me permita determinar según mi convicción que es correcto y qué no frente a la sociedad en la que convivo”, en ese sentido, y sintiendo esa obligación por parte del ciudadano, otro la define como que “la política debería ser la profesión a tiempo parcial de todo ciudadano. (Estudiante comunicación, 23 años, octavo semestre, comunicación personal)

Otra de las definiciones dadas es en la que se considera que la política es “una posición crítica sobre algo” (estudiante comunicación, 23 años, séptimo semestre, comunicación personal) y en el que se entretajan relaciones de poder entre los individuos.

De igual modo, los resultados mostraron que los estudiantes de comunicación no asocian el concepto de política con el ideario negativo de que es una práctica que se asocia con corrupción, con injusticia o con las malas prácticas institucionales.

Esto contrastaría con Cardenas (2012) donde menciona que

Los colombianos asocian la política con dos dimensiones principales: la corrupción y las malas prácticas institucionales, y las instituciones y procedimientos gubernamentales. Esto generaría un imaginario negativo y una especie de círculo vicioso que se vería reflejado en la desconfianza que les despiertan la mayoría de las instituciones del sistema. (p. 393)

Finalmente, se pudo evidenciar que existe otra definición de lo que para uno de los estudiantes es la política y que no tiene cabida dentro de los dos grupos encontrados. Este estudiante manifestó que la política es: “una manera más de manejar el mundo” (Estudiante comunicación, 22 años, noveno semestre). Si tenemos en cuenta lo mencionado por Guzmán (2008), la política se puede identificar en dos grandes grupos: *la política en sentido cooperativo*, en donde los seres humanos toman decisiones colectivas. Y *la política en sentido conflictivo*, acá se entiende como una actividad de conflicto que maneja intereses entre personas, grupos o visiones del mundo.

Es así como se identifica que la política es un asunto de difícil comprensión debido a su carácter controversial y de diferentes usos, y esto quizá se da porque es transversal y tiene cabida de interpretación desde distintas disciplinas del saber.

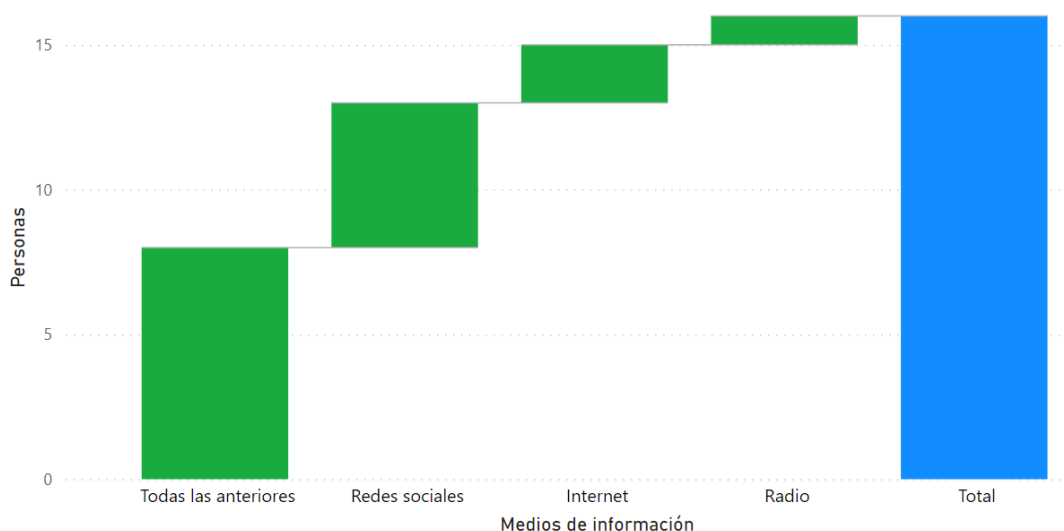
4.2 Medios de comunicación más utilizados por los estudiantes de comunicación para informarse sobre temas políticos

Entre los diferentes medios de comunicación masiva, la encuesta arrojó variedad de inclinaciones frente a cómo los estudiantes se informan a la hora de buscar temas relacionados con política. Los medios mencionados fueron los noticieros televisivos, la prensa escrita, la radio, internet y redes sociales, o la posibilidad de elegir todas las anteriores.

En los resultados se evidenció que el 50% se informa a través de todos los medios recién mencionados, mostrando claramente que aún siguen siendo fieles de los primeros medios existentes como la prensa escrita y la radio. Y el 50% restante, responden a que el 31% lo hace solo por medio de redes sociales, el 13% dice informarse por internet y solo un 6% lo hace por medio de la radio.

Figura 3.

Medios de información

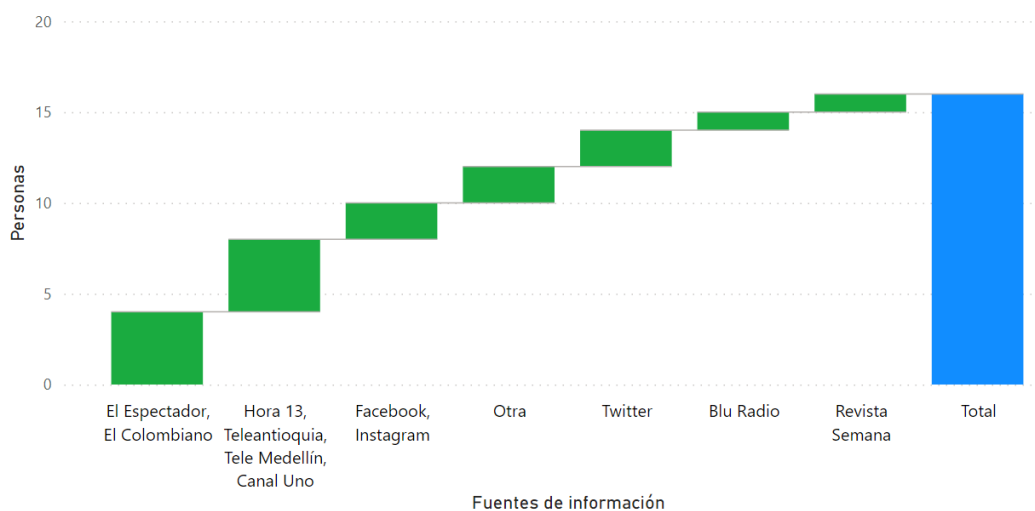


Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

Así mismo, se hizo un análisis de cuáles eran esos medios con mayor predominancia a la hora de informarse entre los tipos de medios de comunicación masiva recién mencionados. Ellos manifestaron informarse en un mismo porcentaje (24%) por medio de redes sociales como Twitter, Instagram y Facebook; así mismo por medios como El Espectador, El Colombiano. En menores proporciones El Tiempo y Revista Semana. Se aprecia un alto interés por medios alternativos como La Silla Vacía, La Oreja Roja, El Malpensante, VoráGINE, Los Danieles, Cuestión Pública y La Pulla con un 19%. En un mismo porcentaje hay interés en medios regionales como Hora 13, Teleantioquia, Telemedellín, Canal Uno y Cm&. Y con un 14% los entrevistados se informan por medio de la radio en programas como Caracol Radio y Blu Radio.

Figura 4.

Fuentes de información



Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

4.2.1 Medios de comunicación masivos e independientes.

Gracias a la evolución de los medios de comunicación, la llegada del internet y las redes sociales, propiciaron que los medios independientes aumentaran. Una de las razones es que

no suelen tener intereses políticos o económicos muy demostrados ante su audiencia. Los encuestados afirmaron que sí suelen informarse a través de estos. El 69% confirma que suelen informarse por ambos medios, tanto masivos como independientes, porque les gusta poseer diferentes perspectivas de la variedad que ambos medios puedan brindar. Un 19% afirma informarse solo por medios independientes razonando que es debido a su imparcialidad al momento de presentar la noticia. Un 6% se informa únicamente por medios masivos y otro 6% no es claro.

Figura 5.

Medios de información

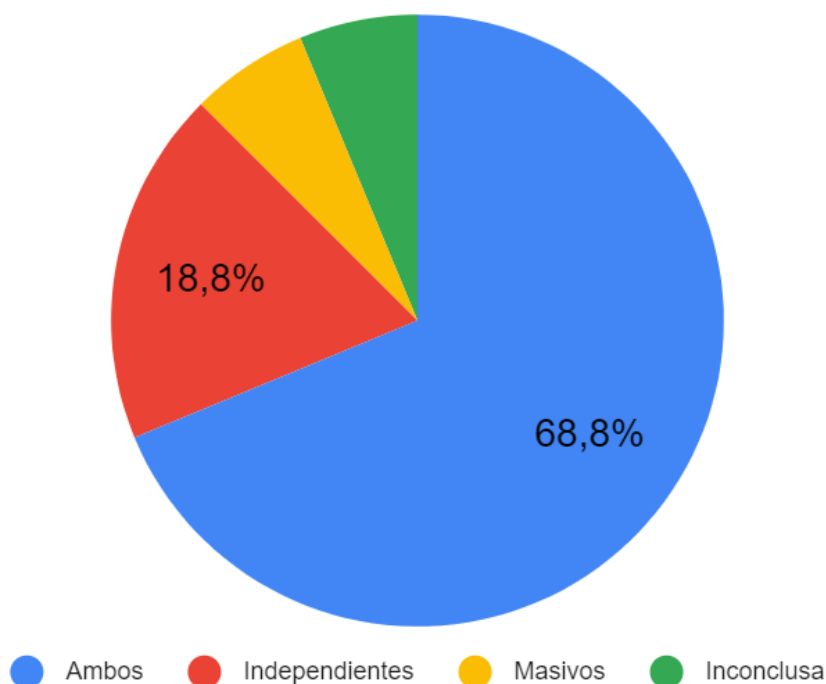
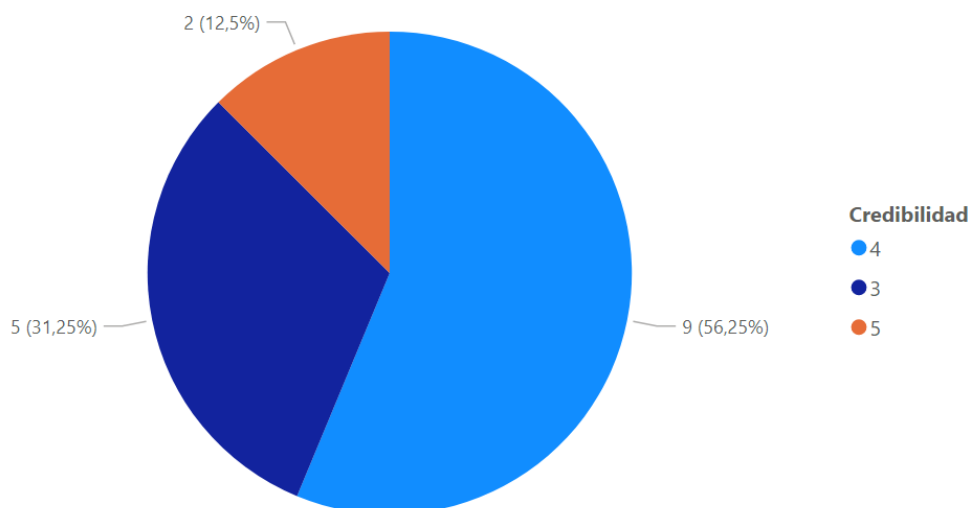


Figura 6.

Definición de medios



Fuente: Resultados de encuesta en POWER BI

4.2.3 Fenómenos políticos y la vida cotidiana.

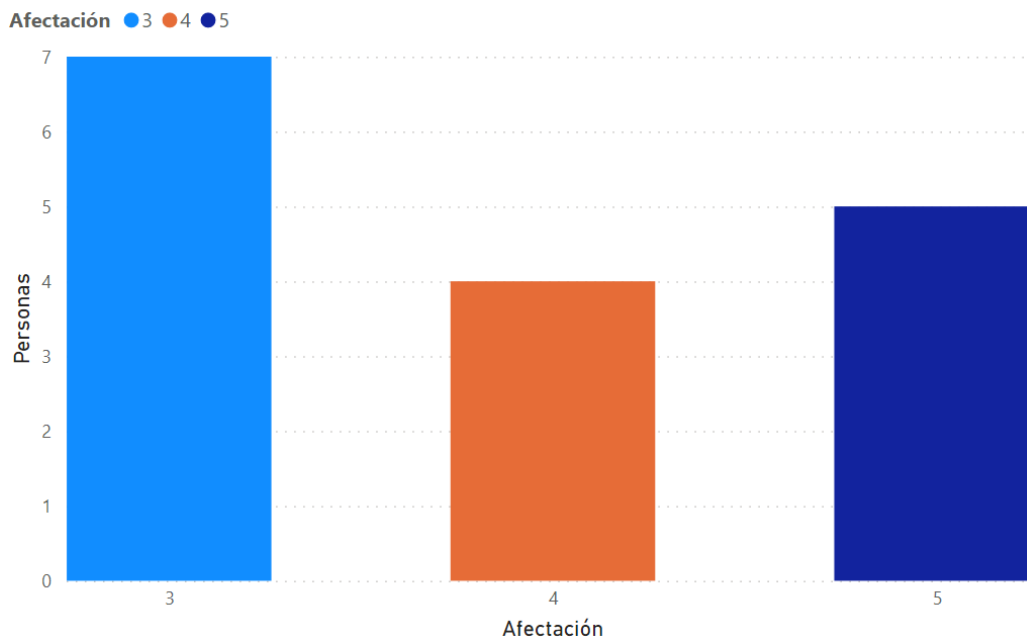
A la pregunta de si la política afecta la cotidianidad y la vida diaria de los estudiantes, se observa que en una escala del 1 al 5, siendo 1 que no afecta en nada y 5 que afecta demasiado, los entrevistados aseguran en un 44% que la política afecta lo normal su cotidianidad, estando en la escala moderada de 3. Por su parte, un 31% aseguró que las decisiones políticas que se toman afectan demasiado su vida diaria. Un 25% asegura que lo afectan.

Es decir, el 56% de los encuestados reconoce la importancia de las decisiones políticas que se lleguen a tomar porque estas pueden afectar su forma de vivir.

Lo novedoso resulta en que el 44% de los estudiantes consideran que la política lo afecta lo normal en su cotidianidad por lo que se hace necesario en una futura investigación conocer los motivos del por qué consideran que no los afecta mucho.

Figura 8.

La política como fenómeno que afecta el diario vivir

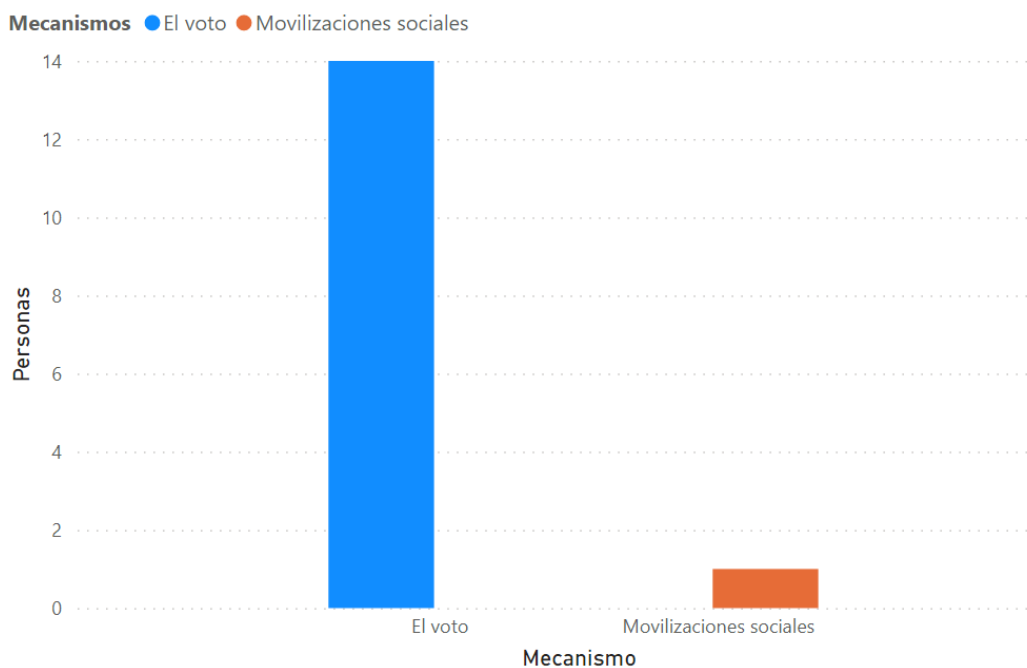


Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

4.2.4 Democracia: Mecanismos más utilizados por los estudiantes.

Figura 9.

Mecanismos de participación más importantes



Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

Respecto a los mecanismos de participación democrática más importantes para los estudiantes, el 88% considera que el voto es el mecanismo democrático más importante.

Seguido de un 6% que considera que son las movilizaciones sociales y otro 6% no sabe o no responde.

Con respecto a si los entrevistados han llegado a participar en alguna movilización social (Gráfico 10), el 56% dice no haber participado en movilizaciones sociales principalmente por falta de tiempo: “No. Realmente porque casi siempre las horas acordadas para estos eventos no se me es fácil por mi trabajo. Pero si tuviera la oportunidad y el tiempo, lo haría”

(Estudiante comunicación, 25 años, noveno semestre, comunicación personal); también por

miedo a lo que pueda pasar durante la realización de estas: “La verdad me da un poco de miedo las movilizaciones por la cantidad de gente y porque no se sabe qué pueda pasar durante” (Estudiante comunicación, 23 años, octavo semestre, comunicación personal); y

tampoco encuentran confianza por las personas u organizaciones que las promueven: “No. Quizás por dos razones, la primera tiene que ver con la falta de confianza hacia los

promotores de los movimientos sociales que me han llegado, la segunda razón es por el

tiempo que se requiere para sumarse a las iniciativas” (Estudiante comunicación, 24 años, séptimo semestre). Esto demuestra que, para algunos estudiantes, las movilizaciones políticas

para ser válidas deben ser convocadas por grupos o personas de confianza y dejan a un lado

la toma de iniciativa propia.

Un 38% lo ha hecho porque defienden los ideales sociales de igualdad: “Sí. He participado en

movilizaciones estudiantiles, feministas, en defensa de los acuerdos de paz, contra el

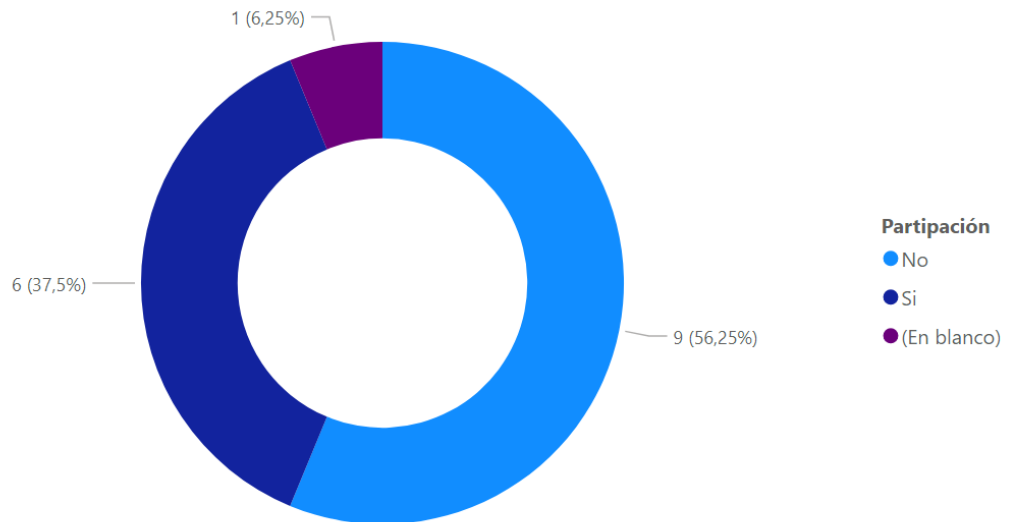
asesinato de líderes sociales, indígenas y excombatientes. En general todo lo que tenga que

ver con derechos humanos” (Estudiante comunicación, 23 años, décimo semestre,

comunicación personal). Y un 6% no sabe o no responde.

Figura 10.

Participación en movilizaciones sociales

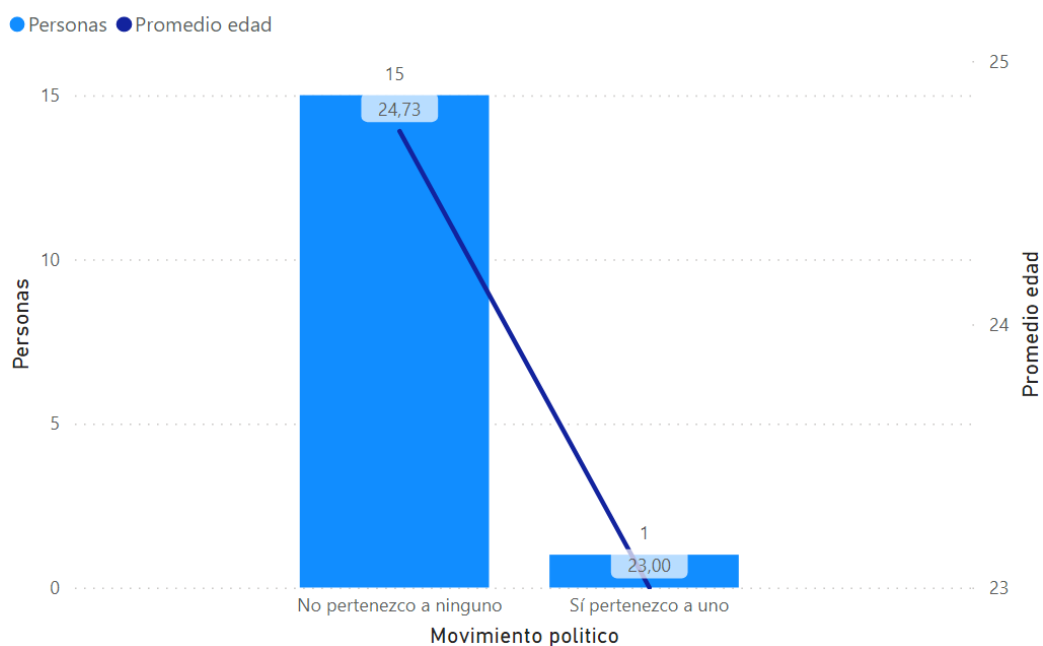


Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

Con respecto a si pertenecen o han formado parte de algún partido político o si siguen a alguno, se puede constatar que existe una amplia desconfianza por participar en alguno de estos. El 94% asegura no pertenecer a ningún movimiento político y sólo un 6% asegura pertenecer al Colectivo Político Liberal.

Figura 11.

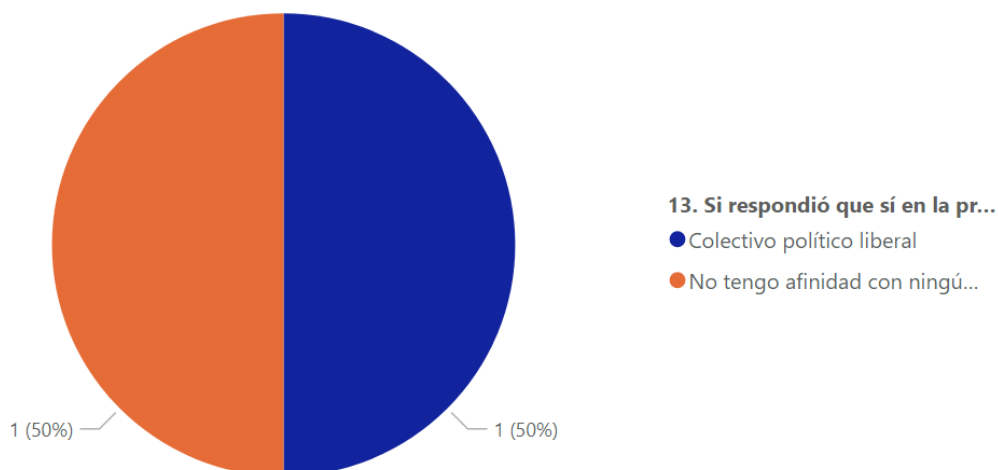
Pertenencia a algún partido político



Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

Figura 12.

Partido o colectivo político

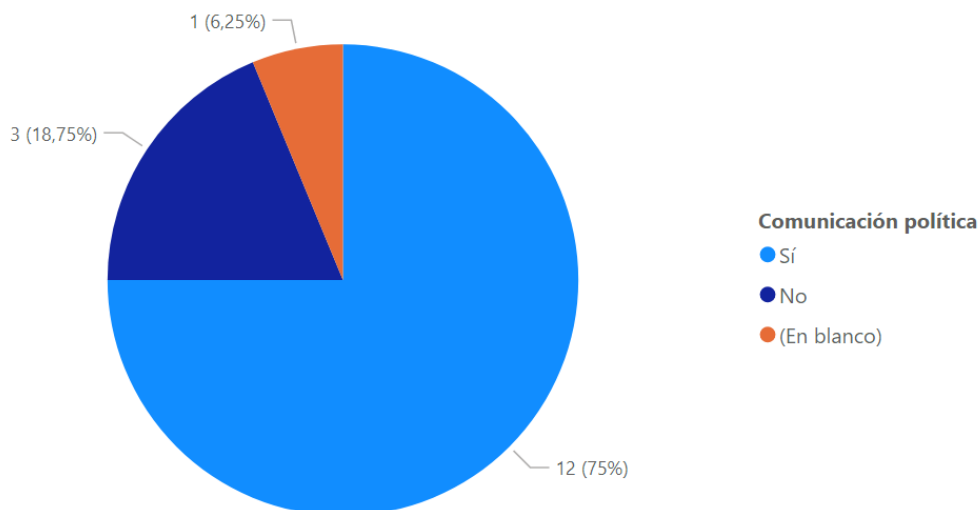


Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

4.3 Formas de participación e involucramiento en política de los estudiantes de comunicación social

En relación con la comunicación política (Gráfico 11) se destaca que el 75% de los encuestados conoce qué es la comunicación política. Un 19% menciona que no lo conoce, seguido de un 6% que no sabe o no responde.

Figura 13. *Conocimiento del concepto comunicación política*



Fuente: elaboración propia con base en Resultados de encuesta en POWER BI

Respecto a su profesión el 94% de los encuestados considera que todos los comunicadores sociales deben saber sobre los temas políticos porque aparte de ser formados de manera integral, el comunicador tiene un papel importante en la sociedad debido a la influencia que pueda causar en el público. Seguido de esto, un 6% no sabe o no responde.

Así mismo, los entrevistados consideran que el papel fundamental de los comunicadores es brindar información veraz y de calidad a la sociedad por lo que siempre deben estar informados de lo que acontece en el país. Uno de ellos manifiesta que:

Porque si bien nuestro trabajo es poder buscar las diferentes formas de develar lo que nos afecta y hacer visible las diferentes problemáticas que nos acogen, creo que la política es un acercamiento a ese objetivo para poder tener argumentos necesarios del porqué luchar y darle voz a aquellos que temen hablar y quejarse por el incumplimiento a sus derechos. (Estudiante comunicación, 29 años, décimo semestre, comunicación personal)

De igual forma, existen otros que plantean que tanto comunicación y política son transversales a todo lo que se haga en la sociedad, por eso, no solo los comunicadores deben estar al tanto de lo que sucede, sino que también el resto de profesionales:

La política es trascendental, así como la comunicación en todos sus sentidos. Siento que es importante en todas las profesiones. Para comunicar algo necesitas unos argumentos que ayuden a formar opinión en el otro y saber si es bueno o no un proyecto o una iniciativa ciudadana. Dicen que la política es el arte de servir, así es, pero debe ser difundida en cualquier parte de la ciudad y el país. Por eso, allí, están incluidos la educación, los medios masivos de información y otras maneras de participación. (Estudiante comunicación, 23 años, décimo semestre, comunicación personal)

En cuanto al interrogante de que, si se considera que se puede realizar política sin tener en cuenta la comunicación como eje conductor, el 94% considera que política y comunicación deben ir de la mano por el hecho de que por medio de la comunicación se difunde e informa al público con la capacidad de poder incidir, si lo hacen de forma correcta, en la decisión final. Un 6% no sabe o no responde. Según Colomé (1994), confirma la información obtenida en la encuesta, al comentar que:

La comunicación es una creadora de un espacio político, a la vez que la política se convierte en productora de símbolos y signos legitimadores. La cultura cívica da más competencia política a los individuos. En este sentido, la cultura política es la pauta generadora de la posibilidad de comprensión (p. 6).

5 Conclusiones

La política permea y afecta en todas las acciones que un individuo realiza en su cotidianidad, pasando desde la forma en cómo se informa llegando al punto de cómo este construye un imaginario positivo o negativo de un gobierno.

Es por eso que se pudo conocer varias formas de comprensión del concepto de política por parte de los estudiantes de comunicación social. Se alcanzan a percibir dos nociones de cómo los estudiantes perciben la política. La primera forma, es donde conciben la política como un proceso de participación ciudadana. En este caso, el individuo es quien por medio de su experiencia y sus conocimientos conoce y decide qué es lo mejor y qué tiene mayor relevancia para una región determinada. Así mismo, dentro de esta noción se concibe a la política como una actividad que se realiza para la toma de decisiones de un país; y la última noción que poseen del concepto es en donde se comprende la política como una postura crítica por parte del ciudadano. Es este quien por medio de un conocimiento previo de su entorno tiene la capacidad de tomar las decisiones para el país guiándose por sus convicciones y su entendimiento.

Aunque los jóvenes son los mayores consumidores de las redes sociales, se pudo identificar que los estudiantes de comunicación social todavía siguen siendo fieles a los medios de comunicación tradicional, como la prensa escrita, la radio y la televisión regional. Es significativo porque a pesar de que pasan mayor parte de su tiempo en redes sigue existiendo la tradición de informarse por los medios tradicionales.

A pesar de esto, las redes sociales están en el segundo escalafón como los principales medios por donde más se informan y es allí donde se debería prestar atención por la cantidad de información que circula en estas, que puede o no que se encuentren verificadas.

Así mismo, y a pesar de que los medios tradicionales gozan de mayor credibilidad entre los estudiantes, estos también manifiestan informarse en igual proporción a través de medios

independientes, donde manifiestan que estos no suelen tener intereses políticos y económicos, como lo tienen los medios tradicionales. Los medios independientes que más frecuentan son La Silla Vacía, La Oreja Roja, El Malpensante, Vorágine, Los Danieles, Cuestión Pública y La Pulla.

Sin embargo, para ellos es importante obtener un equilibrio de información para cumplir con el criterio de veracidad en la información.

También se encontró que los medios por los cuales se informan los estudiantes gozan de credibilidad en un poco más de la mitad de ellos porque consideran que estos contrastan fuentes, tienden a decir la verdad y en el caso de los independientes, no necesitan recurrir a un interés de un dueño, sino que lo hacen para exponer la verdad. Por último, la tendencia a profundizar en información sobre temas políticos es alta y no solo se quedan con la primera impresión y la información vista.

Se encontró que los estudiantes de comunicación social participan mayoritariamente en política por medio del voto, siendo este el mecanismo popular más importante ya que reconocen la importancia que este tiene para la democracia de un país. En ese sentido, la mayor parte de ellos consideran que las decisiones políticas afectan su diario vivir lo que da bases para considerar que la política permea en sus vidas.

Las movilizaciones sociales, a pesar de contar con mayor aceptación entre los jóvenes, en este caso más de la mitad de los estudiantes reconoce no participar en movilizaciones sociales ya sea porque no poseen el tiempo necesario para participar de alguna de estas o también por miedo a lo que pueda pasar durante la realización de estas.

Uno de los datos más significativos que resultan es el que demuestra que 1 de cada 10 estudiantes pertenecen o han formado parte de un partido o movimiento político, lo que demuestra que estas entidades de interés público, a pesar de crearse con el objetivo de


promover la participación de la ciudadanía en la vida democrática, no gozan de aceptación entre los jóvenes porque no tienen afinidad con ningún partido político.

Se identifica que los estudiantes de comunicación social consideran que su profesión es importante en la política porque por medio de la comunicación la información que generan los actores políticos se difunde con el objetivo de informar al público.


Por último, y según lo mencionado por Almond y Verba (1963), se diferencian tres tipos de cultura política:


- a. Cultura política parroquial: las personas no reconocen la presencia de una autoridad política y donde predominan los sentimientos de rechazo hacia cualquier organización política.
- b. Cultura política de súbdito: hay conciencia de una autoridad por parte del individuo, pero no hay relación con el sistema político.
- c. Cultura política de participación: hay un papel activo de los individuos en los procesos políticos.

Ahora, si se comparan con lo cultura política de los estudiantes se podría decir que dentro de la cultura política parroquial no existe categorización de éstos en el sentido de que ellos sí participan activamente de los procesos democráticos del país y se informan activamente de los asuntos políticos; ahora, dentro de la categoría de la cultura política de súbdito, existe una conciencia del Estado por parte de los estudiantes, pero a diferencia de lo mencionado por ambos autores, todavía sigue existiendo una interacción con el sistema político; por último, estos hacen parte de la cultura política de participación, en donde vemos reflejado que son individuos activos de manera en que participan en los procesos democráticos del país por medio del voto y se informan activamente .



6 Referencias

- Acosta, M. (2016). *Prácticas comunicativas en la formación política de jóvenes en la escuela*. Universidad Distrital Francisco José de Caldas:
<https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/2702/AcostaVelandiaMiguelAngel2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Almond, A., & Verba, S. (1963). La cultura política. Un enfoque sobre la cultura política. . En *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations* (págs. 171-201). Sage Publications Ltda.
- Angulo, M. (2013). *Construcción de ciudadanía y democracia liberal en Colombia*. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario:
<https://library.co/document/download/lq5r963z?page=1>
- Apolinar, G., & Rodríguez, A. (2016). *La juventud y la política desafección, desinterés y su influencia en la práctica social*. Universidad Pedagógica Nacional:
<http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/685/TO-19560.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aristóteles. (1890). *La Política*.
<https://www.marxists.org/espanol/tematica/cienpol/aristoteles/pol.pdf>
- Báquiro, A. (2016). *Formar políticamente para empoderar jóvenes*. Universidad del Rosario:
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/11639/Baquiro-Hermes-2016.pdf;jsessionid=5A2D85E47F6D3892585537EC1D37800A?sequence=1>
- Beltrán, L. (2015). *Los jóvenes frente a la corrupción en Colombia*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD:
<https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/3813/51735493.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 

- Bennett, J. (1980). *Report of Working Group. Computers and Citizen Participation in Politics and Government*. North-Holland Publishing Company.
- Blasco, J., & Pérez, J. (2007). *Metodologías de investigación en educación física y deportes: ampliando horizontes*. Universidad de Alicante.:
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/12270#vpreview>
- Caldevilla, D. (2009). Democracia 2.0: La política se introduce en las redes sociales. *Pensar la Publicidad*, 2, 31-48.
- Cansino, C et al. (2016). *Del Homo Videns al Homo Twitter: democracia y redes sociales*.
<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/icgde-buap/20180308011208/Del-Homo-Videns-al-Homo-Twitter-ebook.pdf>
- Cárdenas, J. (2012). Una aproximación a la cultura política colombiana desde el debate contemporáneo de la democracia. . *Revista Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 2(117), 393-424. DOI: <http://www.scielo.org.co/pdf/rfdcp/v42n117/v42n117a04.pdf>.
- C
- Carrera, P. (2013). *Reflexión sobre las prácticas políticas en la vida cotidiana de los jóvenes alrededor de la ética y la estética*.
<http://revistas.unimonserrate.edu.co:8080/hojasyhablas/article/view/10/17>
- Carrillo, M. (2014). *Cultura Política, Democracia y Participación Ciudadana*.
<https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/2359/CULTURA%20POLITICA,%20DEMOCRACIA%20Y%20PARTICIPACION%20CIUDADANA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cifuentes, M. (2011). *Diseño de proyectos de investigación cualitativa*. Noveduc.
- Colomé, G. (1994). *Política y medios de comunicación: una aproximación teórica*.
https://www.icps.cat/archivos/WorkingPapers/WP_I_91.pdf?noga=1
- 

- Corominas, J. (1987). *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*.
<https://losapuntesdefilosofia.files.wordpress.com/2017/09/diccionario-etimolocc81gico-abreviado-de-la-lengua-castellana-joan-corominas.pdf>
- Cuenya, L., & Ruetti, E. (2010). Controversias epistemológicas y metodológicas entre el paradigma cualitativo y cuantitativo en psicología. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 19(2), 271- 277.
- Díaz, L., Dieñas, T., Gómez, D., & Martínez, D. (2010). *Una mirada a la participación política de las y los jóvenes en el partido Conservador y el movimiento Polo Democrático Alternativo en la ciudad de Bogotá 2009-2010*.
https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1004&context=esp_planeacion_gestion_desarrollo
- Díaz-Bravo, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Fernández, F. (2002). El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación . *Revista de Ciencias Sociales*, 39. DOI:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604>.
- Gambasica, C. (2020). *Escuela y formación de la cultura política. Acercamientos desde el análisis documental 2015-2019*. Universidad Pedagógica Nacional:
http://repository.pedagogica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12209/11924/escuela_y_formacion_de_la_cultura_politica._acercamiento_desde_el_analisis_documental_2015-2019.pdf?sequence=1
- Gómez, L. (2018). *De la socialización política a la identidad política: un análisis de las farc*. Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario:
<https://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/17970/G%C3%B3mezN%C3%BA%C3%B1ez-LinaMarcela-2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Guzmán, C. (2008). La política como objeto de reflexión. *Rev. Fac. Derecho Cienc. Polit.*, 42, DOI: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-86972008000200010.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- López, J. (2006). *Línea de Investigación en Comunicación – Educación*. . s/e.
- Martinez, J. (2000). Arqueología del concepto "compromiso social en el discurso pedagógico y de formación docente.
- Mauro, S. (2011). *Del estudio de las identidades políticas al de los procesos de identificación*. <http://cienciassociales.edu.uy/institutodecienciapolitica/wp-content/uploads/sites/4/2015/09/mauro.pdf>
- Moreno, E., Refolio, C., & López, J. (2013). *La estructura de las revoluciones científicas y el caso especial de la óptica*. https://digital.csic.es/bitstream/10261/76180/1/hist_rev_opticanum9.pdf
- Owen, D. (2017). *El papel de los nuevos medios en la política, en La Era de la Perplejidad. Repensar el Mundo que conocíamos, Madrid*. BBVA: <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/el-papel-de-los-nuevos-medios-en-la-politica/>
- Peiró, R. (2017). *Medios de comunicación*. Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-comunicacion.html>
- Petiti, C., Almada, I., & Zamar, M. (2005). Desafíos educacionales y cultura audiovisual. *Anuario Digital de Investigación Educativa*, 16(25), 494-532. DOI: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7015608>.
- Restrepo, L., & Montenegro, C. (2012). *Concepciones de participación ciudadana de jóvenes integrantes del grupo ladera vital de la comuna 18 de Cali*. Universidad del Valle:

<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/handle/10893/4531/participacion%20ciudadana%20de%20jovenes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Reyes, M., O'quinn, J., Morales, J., & Rodríguez, E. (2011). Reflexiones sobre la comunicación política. *Espacios Públicos*, 14(30), 85-101.

Rodríguez, A. (2017). Reflexiones sobre el concepto cultura política y la investigación histórica de la democracia en América Latina. *Historia y Memoria*. N° 14. 205-247.

Rueda, J., Galán, e., & Rubio, A. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Alianza Editorial.

Santana, F., & Pérez, M. (2011). *Superando barreras de dispersión documental en investigación*. <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8145/1/20091115001747.pdf>

Tamayo, J. (2012). *Teoría política*.

http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/derecho_y_ciencias_sociales/Teoria_politica.pdf

Urbina, D. (2016). *Participación política en estudiantes universitarios: retos y estrategias para la transformación social*. Universidad Piloto de Colombia:

<http://polux.unipiloto.edu.co:8080/00003331.pdf>

Urréa, M. (2001). *Proyecto de investigación : la participación democrática desde las organizaciones comunitarias, un sueño por alcanzar*. Universidad de Manizales:

<http://biblioteca.clacso.edu.ar/Colombia/alianza-cinde-umz/20130404075051/TMarthaYemira.pdf>

Velásquez, F., & González, E. (2003). *¿Qué ha pasado con la participación ciudadana en Colombia?* .

http://www.dhl.hegoa.ehu.es/ficheros/0000/0120/participacion_ciudadana_en_colombia.pdf

Villodres, N. (2020). *Los medios de comunicación como instrumento de manipulación política*. Periódico El Libre: <https://ellibre.es/los-medios-de-comunicacion-como-instrumento-de-manipulacion-politica/>

Wolton, D. (1998). *La comunicación política: construcción de un modelo*. s/e.

Zuasnabar, I., & Fynn, I. (2017). *Diálogo Político- ¿Qué siente los jóvenes latinoamericanos sobre la política?* . https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=9e100de7-8815-51ba-e6ca-13a468f9958b&groupId=287914

7 Anexos

Anexo 1. Formulario

<p>Cultura Política</p> <p>Objetivo: Este cuestionario se origina con fines netamente académicos con el objetivo de recolectar sus experiencias y conocimientos acerca del concepto de cultura política. Esta información no se distribuirá en ninguna parte.</p>
Correo:
¿Cuál es tu Nombre?
¿En qué semestre estás?
¿Cuántos años tienes?
Preguntas cultura política
¿Qué es la política para usted?
¿Qué tan importante es para usted la política?
Nada importante 1 2 3 4 5 Muy importante
Con qué frecuencia se informa usted sobre asuntos políticos:
<ul style="list-style-type: none"> -Solo en época de elecciones como la presidencia y el congreso -Cuando hay sucesos políticos extraordinarios como algún escándalo de corrupción, mal manejo de alguna alcaldía, etc. -Me informo ocasionalmente durante la semana -Mantengo muy bien informad@ sobre todos los sucesos políticos del país, mi ciudad y la comunidad
¿Cuáles son los medios que más utiliza para informarse sobre política?
<ul style="list-style-type: none"> -Noticieros en TV Prensa escrita Radio -Redes sociales Internet -Todas las anteriores -Otro:
Ahora, elige los medios de comunicación que más utilizas a la hora de informarte:
<ul style="list-style-type: none"> -Caracol, RCN -Hora 13, Teleanioquia, Tele Medellín, Canal Uno Qhubo -Revista Semana -El Espectador, El Colombiano La FM -La W Radio Blu Radio Twitter -Facebook, Instagram -Otra, ¿cuál?
Si te informas por otro medio de comunicación, cuéntenos cual es
¿Te gusta informarte por medios masivos o independientes? Entendiendo masivos como los que poseen permeación e interés económico y político, y los independientes como los que no tienen ningún interés más que informar a la comunidad
El medio por el cual usted se informa, ¿considera que tiene credibilidad?
Nada de credibilidad, pero me
Muchísima credibilidad, por eso me informo por

ese medio gusta informarme así	1, 2, 3, 4, 5
Queremos leer tu respuesta, ¿por qué este medio tiene credibilidad o no, para ti?	
Cuando busca información sobre temas de política, ¿generalmente profundiza sobre ella o se queda con lo primero que encuentre?	
No profundizo nada 1, 2, 3, 4, 5 Profundizo mucho	
Qué tanto afecta la política su cotidianidad, es decir, ¿los fenómenos políticos afectan su vida diaria?	
No afectan en nada 1, 2, 3, 4, 5 Me afecta mucho	
¿Pertenece a algún movimiento político? ¿O sigues alguno?	
-Sí pertenezco a alguno -No pertenezco a ninguno	
Si respondió que sí en la pregunta anterior, ¿a qué movimiento político pertenece?	
Preguntas sobre democracia	
¿Ha participado en alguna movilización social? Responda abajo sí o no. Si su respuesta es sí mencione brevemente en cuáles participa; si su respuesta es no diga el por qué.	
Elige los mecanismos democráticos del país que más utilices y que consideres más importantes:	
-El voto -Movilizaciones sociales -Plebiscito -Consulta popular -Revocatoria al mandato -Otra, ¿cuál?	
Preguntas sobre comunicación y política	
¿Consideras que los comunicadores tienen que saber de política?	
No tiene que saber de nada 1, 2, 3, 4, 5 Tiene que saber mucho sobre el tema	
Queremos leerte, sea cual sea haya sido tu respuesta anterior, ¿por qué la elegiste?	
¿Consideras que se puede realizar política sin tener en cuenta la comunicación como eje conductor? Sí, no, ¿por qué?	
¿Sabes lo que es la comunicación política?	
-Sí -No	