

UNIVERSIDAD EMPRESARIAL SIGLO 21



TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Imagen Política. Caso: percepción de los jóvenes de la Ciudad de Córdoba acerca de la figura del político argentino.

Autor: **Navarro, Gabriela Sofía**

Carrera: **Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales**

Año: **2011**

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la imagen de los políticos argentinos según los jóvenes de la ciudad de Córdoba.

Los jóvenes reconocidos oficialmente como ciudadanos se han convertido en una fuerza electoral definitiva en los procesos sociopolíticos de las sociedades donde viven. La cuestión es compleja ya que, por una parte, el destino de las sociedades actualmente reposa en un electorado joven y, por otra, es constatable la ausencia de proyectos y el desdibujamiento de las opciones de futuro por la vía de la democracia electoral, cuyo efecto es el desencanto generalizado. Esto abre una enorme brecha entre las instituciones y dichos actores sociales, que provocan un repliegue hacia el individualismo con el consecuente vaciamiento de la dimensión política.

Bajo estas consideraciones se emprendió un viaje exploratorio entre algunos de los laberintos de la relación jóvenes- política. A la luz de la información obtenida por medio de técnicas cualitativas (entrevistas en profundidad) a una muestra de jóvenes de ambos sexos de entre 18 y 25 años residentes en la Ciudad de Córdoba. Mediante esta metodología se logró el estudio de la imagen que tienen los jóvenes de los políticos argentinos, los diferentes factores que influyen a la hora de elección de los representantes y el papel de los medios de comunicación en esta esfera.

En conclusión, la posición y actitudes de los jóvenes frente a este escenario resulta distinguible y lógico frente a la actualidad percibida y cuyas motivaciones orientan su comportamiento y participación política.

Palabras claves: imagen política, percepción, jóvenes, medios de comunicación política, apatía, desinterés político.

ABSTRACT

The objective of the present research work is to analyze the image of Argentine politicians from the point of view of young Cordoba citizens.

Young people, officially recognize as citizens have become a defining electoral force of socio political processes of societies where they live. It is complex issue, first, destiny of societies currently relies on a young electorate, and second, absence of projects and blurring of future options by way of electoral democracy, which effect is a general disenchantment. This opens a huge gap between institutions and these social actors that induce to a retreat into individualism with the consequent depletion of political dimension.

Under these considerations an exploratory journey was began in some of the mazes of politics-youth relationship. In the light of information obtained through qualitative techniques (interviews) to a sample of Young men and women aged between 18 and 25 living in the city of Cordoba. Using this methodology it was possible to study of the image that young people have of Argentine politicians, the various factors that influence when it is time to make a choice, and the media role in this area.

To sum up, the young citizens stance and their attitude in this situation is logical and evident, and so the motivations that guide their political behavior and participation.

Key words: political image, perception, Young citizens, media, apathy, political disinterest.

ÍNDICE

	Página
Tema	4
Introducción	5
Objetivos	
• General	7
• Específicos	7
Problema de investigación	8
Justificación del tema	8
Antecedentes	10
Marco Teórico	14
Diseño Metodológico	33
Análisis de resultados	
• Mapa conceptual	40
• Análisis	41
Interpretación de resultados	70
Conclusión	74
Referencia Bibliográfica	78
Anexo	83

TEMA

Imagen Política. Caso: percepción de los jóvenes de la Ciudad de Córdoba acerca de la figura del político argentino.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se enmarca dentro de un escenario general que es necesario tener en cuenta, antes de plantear las cuestiones temáticas.

Nos encontramos transitando por un período de enormes transformaciones que abarcan todos los aspectos de la dimensión humana. Cambios culturales, sociales, políticos, económicos y tecnológicos adquieren protagonismo, pero sus implicancias aún no se pueden inferir ni cuantificar para darles un marco de referencia que esté perfectamente limitado.

Dicho trabajo de investigación se enmarca dentro del ámbito de las Relaciones Públicas. En un primer momento esta disciplina fue capitalizada por las empresas privadas y su objetivo era lograr una buena imagen y un reconocimiento social, ante un grupo de interés. En los últimos años, comenzó a ser requerida en el ámbito político, dentro de lo que se conoce como Marketing Político, área que pone a disposición de quien lo requiera, las herramientas de comunicación necesarias para mostrar, magnificar y resaltar los aspectos positivos de determinada persona. Es utilizado, principalmente, en tiempos de campaña o cuando los políticos en ejercicio, necesitan mostrar una imagen positiva ante la sociedad.

El electorado, al momento de posicionar a un político en su imaginario, lo hace en base a la personalidad, el perfil, y los rasgos y actitudes que identifican en su persona. Todos, intencionalmente o no, proyectan una imagen de modo que, aún sin quererlo, trasmite a la sociedad algo de su forma de ser.

El presente trabajo de investigación aborda el tema de la imagen y la percepción que tienen los jóvenes cordobeses de los políticos argentinos. En esta investigación, se considera a la “juventud” como una construcción histórico – social de carácter relacional, es decir que, ni en todas las sociedades, ni mucho menos en todos los tiempos, se da estrictamente esta etapa en determinado tramo etario. Es decir que, más que de una

evolución fisiológica concreta, depende de las determinaciones culturales que difieren según las sociedades humanas y las épocas. “La juventud es, a la vez, un tiempo de tránsito y un estadio específico, con entidad propia, en la vida del individuo” (Balardini, 2000: 8).

Puesto que en esta investigación se pretende indagar sobre la imagen que posee la juventud de los políticos argentinos, se realizaron un muestreo y entrevistas en profundidad a un conjunto de jóvenes de distinto sexo, residentes en la ciudad de Córdoba, y con edades que van entre los 18 y 25 años. El análisis de los datos recolectados nos permitió conocer cómo se construye la imagen de los políticos argentinos, cómo es percibido el accionar de los mismos por la sociedad, y de qué forma la estrategia comunicacional política es receptada por la juventud.

En la primera parte de este trabajo se encuentra una breve reseña sobre los antecedentes históricos, y de otras investigaciones que sirvieron de contexto para el presente trabajo final de graduación. Luego, se presenta el planteamiento del problema de investigación y los objetivos que guiaron y se utilizaron como hilo conductor en este viaje exploratorio. Un abordaje teórico sustenta nuestra investigación y delimita el campo de actuación. Seguidamente, se describe la metodología utilizada, que permitió alcanzar los objetivos planteados. Al final, se encuentran las conclusiones, que son fruto de este trabajo.

OBJETIVO GENERAL

- Analizar y evaluar la imagen que poseen los jóvenes de la ciudad de Córdoba, sobre los políticos argentinos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la percepción de los jóvenes cordobeses sobre la figura del político argentino
- Explorar qué aspectos influyen en la formación de una imagen positiva o negativa del político argentino entre los jóvenes cordobeses.
- Analizar la posición de los jóvenes cordobeses frente a la estrategia comunicacional que utilizan los políticos
- Identificar los medios de comunicación política consumidos frecuentemente por los jóvenes cordobeses.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Los jóvenes son un valioso activo en el desarrollo del país, como también son agentes necesarios para el cambio social y político. La percepción e imagen que ellos tengan sobre la figura de los políticos argentinos es un elemento que influye en su compromiso y participación en la esfera política, y por lo tanto es un factor importante a tener en cuenta ya que el compromiso político de los jóvenes, puede influir en el desarrollo de las sociedades.

Lo anterior, lleva al siguiente interrogante: ¿Qué imagen poseen los jóvenes cordobeses de la figura del político argentino en la actualidad?

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

En el ámbito académico argentino existe un importante grupo de investigaciones cuyos temas de análisis involucran a los jóvenes y la política. Una de las conclusiones que se desprende de la mayoría de estos trabajos es que los jóvenes se encuentran alejados de la política. Sin embargo, su participación sigue teniendo una fuerte presencia en los estudios de la etapa que se conoce como la “larga década” del neoliberalismo en Argentina. Entre estos podemos mencionar los trabajos de Kozel (1996), Mayer (2007), Urresti (2000), Balardini (2000).

Este último autor sostiene que en la actualidad, se registra un debilitamiento del rol representativo de los partidos políticos debido al fuerte papel comunicacional de la representación mediada por la pantalla, y del cambio de actitud de los ciudadanos en su relación con los asuntos públicos. Es así que los medios de comunicación se han instituido no sólo como las nuevas plazas de representación, sino también como articuladores de

identidades. A esto hay que sumarle, afirma Balardini, que los jóvenes perciben una pérdida de credibilidad en los políticos, vinculada a las habituales promesas incumplidas, a los escándalos, corruptelas, y a la sensación de carencia de ideas que vayan más allá de la ambición de poder (Balardini, 2000).

Lo dicho hasta aquí, sirve de puntapié inicial para observar el papel de los medios de comunicación en todo ámbito en el que se desea transmitir un mensaje de manera consciente o subconsciente, ya que, en palabras de Joan Costa (1995), *todo comunica*, incluso hasta las mismas omisiones. Es de sustancial importancia conocer qué elementos intervienen en la formación de la imagen de los políticos y cómo influyen en la decisión para elegirlos como representantes. Si bien es cierto que hay personas que votan siempre por un mismo partido, también lo es que cada vez más, el electorado cambia su preferencia de una elección a otra. Es así que el carisma y la trayectoria de quienes se presentan como candidatos tiene, llegado el momento, mucho peso en la decisión de voto.

El desinterés por parte de los jóvenes en la política, la crisis de representación de los sistemas democráticos, la alta fragmentación de los partidos políticos, la falta de ideales claros en los mismos, la política centrada en el candidato y no en el partido, y el papel cada vez más importante que adquieren los medios de comunicación en la vida de los ciudadanos, son algunas de las razones que guían el presente trabajo.

La comunicación tiene un rol fundamental en la interacción entre el político y, en este caso, los jóvenes. A partir de este intercambio el público construye la imagen final del candidato. Dado que ambos actores son importantes en la estructura global de la sociedad, el mutuo reconocimiento y compromiso es crucial para el funcionamiento de la misma. La juventud necesita comprometerse para desarrollarse por completo, y una sociedad democrática necesita ciudadanos comprometidos, tanto jóvenes como adultos, para prosperar.

ANTECEDENTES

La ciudad de Córdoba, escenario donde se llevó a cabo la presente investigación, es protagonista de importantes hechos en la esfera política, y tiene una fuerte participación ciudadana en dicho ámbito, y una historia imposible de ignorar.

En el presente apartado se expondrán brevemente algunos hechos históricos que ocurrieron en la provincia de Córdoba, y que contextualizan esta investigación, concediendo un marco de referencia a la misma.

Córdoba fue fundada el 6 de julio de 1573 por Jerónimo Luis de Cabrera, y en ella tuvieron lugar hechos relevantes tales como: la Reforma Universitaria en 1918, la Revolución Libertadora en 1955, el Cordobazo en 1969, entre otros.

- La Reforma Universitaria¹ fue un movimiento reformista que luego se extendió al resto de las universidades del país, de gran parte de América y de España. Entre sus principios se encontraba la autonomía universitaria, el cogobierno, la extensión universitaria, la periodicidad de las cátedras, y los concursos de oposición y antecedentes. La protesta comenzó en marzo de 1918 cuando los estudiantes conformaron un comité pro reforma que dispuso una huelga general. La Federación Universitaria de Buenos Aires se adhirió inmediatamente y en abril, la Universidad fue intervenida por la Nación. Todo esto generó importantes incidentes que culminaron con un decreto de reformas.
- Otro hecho importante para considerar son las elecciones de 1935. Las mismas tenían como candidatos a Amadeo Sabattini por el radicalismo opositor, y a José Aguirre Cámara por el partido

¹ Historia de la Universidad Nacional de Córdoba. <http://www.unc.edu.ar/institucional/historia/reforma>
[Consultada 18/02/2011]

demócrata (oficialismo). Se la recuerda por ser una campaña pintoresca y trágica a la vez, en donde se enfrentaron dos estilos: el de Sabattini, que era parco, llano y directo; y el de Cámara, de fluida oratoria. Aquella elección tuvo episodios violentos, y culminó con la llegada de Sabattini al poder.

- La Revolución Libertadora que derrocó a Perón se inició en Córdoba. Desde la ciudad, Eduardo Lonardi comandó las operaciones y la declaró capital provisional de la república. Se recuerdan los enfrentamientos ocurridos en barrio Alta Córdoba, los tiroteos frente al cabildo histórico, y otras escaramuzas como la de los comandos civiles que tomaron puntos claves de la ciudad. Tropas leales marcharon hacia Córdoba, pero no atacaron. (Ferrero, 1999).

- El Cordobazo fue un hecho espontáneo que protagonizaron estudiantes y trabajadores durante mayo de 1969. El 29 de mayo, el día del Cordobazo, comenzó con lo que se conoce como paro activo, (contrario al paro matero en el que no se hace nada, y es comúnmente utilizado por los burócratas sindicales). Los trabajadores fueron la principal fuerza que sumó luego a estudiantes y civiles. El movimiento estudiantil ocupó el barrio Clínicas y las calles céntricas. Las columnas obreras y estudiantiles que estaban enardecidas con la muerte de Máximo Mena, ocurrida durante los primeros enfrentamientos con la policía, arremetió contra ésta y tomó rápidamente el control de la ciudad. El centro se encontraba lleno de autos incendiados y barricadas que los vecinos proveían a los manifestantes. Los hechos no fueron planeados, o al menos no en la dimensión en que ocurrieron. La situación se mantuvo fuera de control hasta el otro día, cuando intervino el ejército al mando del general Eliodoro Sánchez Lahoz (Pigna, 2005). El Cordobazo marcó el inicio de la descomposición del régimen de la Revolución Argentina, y puso de

manifiesto una crisis de autoridad en todos los órdenes, abriendo la brecha para un proceso de irrupción de las bases en las diferentes organizaciones de la sociedad civil (Gordillo, 1996). A fines de 1970 se produce un nuevo pico de tensión entre el estudiantado, dada la intención del interventor Rogelio Nores Martínez de limitar el ingreso a la Universidad. Con escandalosas declaraciones de José Camilo Uriburu, estalla el segundo Cordobazo conocido como “el Viborazo”. Esta vez se destacó la participación de los combativos sindicatos SITRAC y SITRAM. Dicha protesta terminó con el gobierno de Uriburu.

- Tras el golpe militar, autoproclamado Proceso de Reorganización Nacional, ocurrido el 24 de marzo de 1976, Córdoba fue también escenario de las ilegalidades que ocurrieron a lo largo del país. Entre los centros clandestinos de privación ilegítima de la libertad se destacan La Perla, a la vera de la ruta a Villa Carlos Paz, el Campo de la Rivera, ubicado en la seccional quinta, y la División Informaciones de la Policía de la provincia, que tiene lugar en el pasaje Santa Catalina, en el centro de la ciudad. Si bien no hay datos precisos, se calcula que sólo por La Perla pasaron 2.000 personas entre 1976 y 1979 (Ferrero, 1999).
- En el plano político, los gobernadores de facto fueron José Antonio Vaquero (que tuvo una breve gestión), el general Carlos Bernardo Chasseing (desde abril de 1976 hasta febrero de 1979), luego tuvo un breve interregno el coronel Miguel Ángel Marini quien entregó la gobernación al general Adolfo Sigwald, quien siguió hasta enero de 1982 cuando fue reemplazado por un civil, ex intendente de la ciudad, Rubén Pellanda. El papel de los gobernantes de aquella época era el manejo administrativo y burocrático de los asuntos provinciales, pero el poder residía en los mandos militares, particularmente en las autoridades del tercer

cuerpo del ejército quiénes ejercían la represión y tenían una permanente injerencia en las decisiones políticas (Ferrero, 1999).

Con respecto a investigaciones que sirven de antecedentes y contextualicen nuestro campo de actuación, se puede mencionar el trabajo realizado por Natalia Bermúdez, Lucas Savino y Lorena Zenklussen titulado “Representaciones sobre democracia y participación en la juventud de la Ciudad de Córdoba”. El mismo, realizado en el año 2004, permitió conocer las posiciones conceptuales respecto a términos como democracia y participación política que asumen los jóvenes y que orientan su comportamiento político. Como resultado se observa una gran paradoja: desinterés político versus alta valoración de la democracia.

Asimismo, investigaciones realizada por el Deutsche Bank, “La juventud Argentina: una comparación entre generaciones” y “Jóvenes hoy: segundo estudio sobre la juventud en Argentina”, brindan conclusiones semejantes. El alto porcentaje de jóvenes a favor del sistema democrático indica una valoración positiva respecto a la democracia. Sin embargo, dicha conciencia democrática no significa que los jóvenes estén de acuerdo con las instituciones estatales y sociales que representan la democracia argentina. La conclusión es evidente, no está en juego la democracia sino sus instituciones y funcionamiento.

MARCO TEÓRICO

Relaciones Públicas e Institucionales

Para comenzar se proporcionarán algunos conceptos fundamentales sobre la disciplina, sobre que trata la misma, y el papel que juega la investigación en ella.

Las definiciones acerca de las Relaciones Públicas varían según el aspecto que se tenga en cuenta. Una de las más aceptadas es la aportada por Gruning (2000) quien define a las Relaciones Públicas como “la gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos” (Gruning, 2000: 52). Podemos completar esta definición con la expuesta por Paul Capriotti, que considera que las Relaciones Públicas son la gestión del sistema de comunicación que mantiene una organización y sus públicos que tiene como resultado establecer y mantener relaciones de adaptación e integración mutua entre ellos (Capriotti, 2006).

Analizando una de las definiciones realizadas por Bernays (1953: 11) en los años cincuenta destaca que: “...hoy en día las relaciones públicas son una actividad triple que consiste en: información dada al público, persuasión dirigida al público para modificar sus actitudes y acciones, y un esfuerzo para integrar las actitudes y acciones de una compañía o institución con sus públicos y de los públicos con la compañía o institución...”.

Actualmente se considera que las Relaciones Públicas ya no serían una actividad triple, como señalaba Bernays, porque las comunicaciones han cambiado notablemente. Hoy los públicos no son los mismos que en los años cincuenta, demandan otras exigencias a la hora de ser persuadidos para modificar sus actitudes y acciones, por eso la comunicación forma un papel muy importante en el rol del Relacionista Público. Las organizaciones se integran con sus públicos a través de este profesional, quien les proporciona asesoramiento sobre los puntos de vista de los públicos, con el fin que se disponga de este conocimiento a la hora de relacionarse, comunicarse, tomar decisiones, y

orientar su estrategia organizacional. Por este motivo, se puede observar que cada vez existen más organizaciones que contemplan la importancia de las Relaciones Públicas integrando a los profesionales en el área en departamentos orientados al tema, o creando subsistemas donde puedan desarrollar sus actividades.

Para llevar a cabo este trabajo se sigue la definición expuesta a continuación, porque se considera que la misma se adapta a las vivencias actuales de las organizaciones modernas en las cuales se podría ejercer la profesión.

Como señala Harlow (2000;135), "las relaciones públicas son una función directiva independiente, que permite establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutuas entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas; ayuda a los directivos a estar informados y poder reaccionar ante la opinión pública; define y destaca la responsabilidad de los directivos que deben servir al interés público; ayuda a la dirección a mantenerse al día y a utilizar los cambios de forma eficaz sirviendo como un sistema de alerta para ayudar a anticipar las tendencias; utiliza la investigación y las técnicas de comunicación éticas como principales herramientas".

Para finalizar se mencionará a Carlson (1981), quien resalta el papel de la investigación en esta disciplina y señala básicamente tres funciones:

- En la mayoría de los casos puede confirmar presunciones e intuiciones acerca del estado de la opinión pública sobre un tema, un producto, o una compañía.
- El segundo papel es clarificar cuestiones sobre la que existe información limitada, o en las que aparecen datos aparentemente contradictorios.
- Por último, la investigación reorienta la manera de pensar y los conceptos sobre un problema de relaciones públicas.

La presente investigación afronta el tema de la imagen, concepto fundamental y popular a la hora de hablar de Relaciones Públicas. Dicho tema delimita el campo de actuación de esta investigación.

La Imagen, su definición

En el presente trabajo se utilizan conceptos provenientes de las Relaciones Públicas e Institucionales y del Marketing Político.

A la imagen, siguiendo a Avilia Lammertyn, se la puede definir como la representación que el público se hace de una entidad. Para este autor, la imagen es el recurso principal de un relacionista público, lo que la convierte en su principal objeto de estudio (Avilia, 1997).

En lo que respecta a la formación de una imagen Lammertyn distingue a la Imagen Ideal de la Real. Define a la primera como aquella que la organización piensa antes de que llegue a los públicos, es la que la organización/división imaginó al diseñarla. Mientras que Imagen Real es la que percibe el público que realmente se relaciona con el producto. Cuanto más se acerca la Imagen Real a la Imagen Ideal, es cuando mejor se ha realizado el trabajo del Relacionista Público, y por lo tanto se ha logrado el objetivo.

Continuando con el concepto de Imagen, Villafañe (1998) la plantea como representación, y la entiende como “la conceptualización más cotidiana que poseemos y quizás por ello, se reduce este fenómeno a unas cuantas manifestaciones. Sin embargo, comprende otros ámbitos que van más allá de los productos de la comunicación visual, implica también otros procesos como el pensamiento, la memoria, en suma la conducta” (Villafañe, 1998; 23).

Asimismo la imagen de una entidad, sea una organización, un partido político, o un candidato, se forma en el individuo e involucra la percepción.

La percepción de la Imagen

Como señala Capriotti “la imagen es una representación mental que se forma en el sujeto receptor, y por lo tanto, partiendo de esa concepción queda claro que el proceso de formación de la Imagen es un tema que atañe al estudio del receptor y más específicamente al análisis del proceso de percepción de la información” (Capriotti, 1992; 47).

La percepción según este autor es un proceso por el cual el individuo recibe la información del exterior y le asigna un significado. “El fenómeno de la percepción está formado por dos grandes procesos: el de recepción y el de interpretación de la información” (Capriotti, 1992; 47). Respecto a este último proceso, se puede entenderlo como una reconstrucción que realiza el individuo con la información recibida desde el exterior. En ella, intervienen la conceptualización y la atribución de significados.

La conceptualización, según Capriotti, es la agrupación de las sensaciones en unidades, categorías, o clases, basándose en ciertas similitudes entre ellas y en la atribución de significados, “permite diferenciar el significado de un objeto dependiendo de la situación de uso del mismo” (Capriotti, 1992; 48).

Por lo tanto, la percepción es un proceso mediante el cual el sujeto conoce a una organización, partido político, o candidato, y llega a concebir sus características y cualidades. Asimismo, y centrándonos en el tema principal de esta investigación, la imagen política se completa con un conjunto de percepciones acerca de diversos aspectos que posee el candidato. Seguidamente se profundizará aún más en dicho concepto.

Imagen Política

Como marco conceptual de la investigación, tomamos un concepto sobre Imagen Política de Lourdes Martín Salgado de su libro Marketing Político (2002). La autora afirma que el concepto de la Imagen del candidato guarda una relación estrecha con el *ethos* de la Retórica de Aristóteles, quien consideró el carácter del orador como uno de los medios más eficaces para persuadir. El *ethos* es la apreciación que el público tiene sobre el comunicador, pero se trata de una imagen que puede ser construida estratégicamente, y ya Aristóteles aconsejaba la acción premeditada por parte del comunicador, para fundar su prestigio y no dejarlo a una libre interpretación previa, o a acontecimientos anteriores.

El autor Phipippe Maarek (1997) sostiene que la imagen constituye una construcción tanto del emisor como del receptor, pero toma su forma real cuando ha sido percibida e interpretada por el receptor. Por lo tanto, según el autor, a pesar de que la imagen del político tiene un componente “objetivo”, en el sentido de que busca elementos concretos para reforzar la comunicación, el resultado final es subjetivo, ya que depende de la interpretación y reconstrucción que se realice en la mente del receptor. Se debe tener en cuenta esta naturaleza esencialmente subjetiva de la recepción, lo que obliga al político a construirse una imagen que realmente le convenga y le vaya bien.

Ampliando el concepto anterior, Martínez Pandiani (2007) sostiene que la imagen política se integra en un conjunto de percepciones acerca de diversos aspectos del “ser” y el “actuar” del candidato. Esto supone un proceso de construcción de la imagen en el que interviene en forma simultánea tanto el candidato como el electorado

- El candidato procura posicionarse en la mente colectiva de los electores, sobre la base de aquellas características que él considera que le resultan favorables.
- El electorado evalúa dichas características de acuerdo a una escala de valores propia, y asigna al candidato conductas y actitudes que pueden o no coincidir con la realidad, o con lo que se quiere e intenta proyectar.

“La imagen política resulta, entonces, de una síntesis entre el posicionamiento del candidato y las asignaciones espontáneas que los votantes hacen”, Norman Berra (2007: 84).

Según define Lourdes Martin Salgado, la imagen política

“es el resultado de la interacción entre lo que el candidato proyecta y lo que el votante (...) percibe (...) la presencia de la imagen como factor estratégico en unas elecciones no es en absoluto una imposición del marketing político, sino una parte inevitable del procesos de comunicación (...)” (Martin Salgado, 2002: 66, 67, 71).

Martínez Paladini (2007) sostiene que el objetivo básico en la construcción de la imagen de un político, es maximizar los recursos favorables a su persona y minimizar los que posee en forma negativa. Para identificar y definir estos rasgos del candidato es preciso contar con un análisis FODA, el cual consiste en obtener las Fortalezas y Debilidades proporcionadas por orden interno de la persona en estudio, y las Oportunidades y Amenazas de orden externo a la persona, como ser, los competidores.

Para posicionar a un político se desarrolla una construcción de imagen sobre su persona utilizando técnicas del marketing político. Pero cabe destacar que, para dicha elaboración, se toma una práctica corriente dentro del marketing comercial. El autor Phillip Maarek en su obra “El marketing político: Una perspectiva global” (1997), nos muestra la técnica llamada “propuesta única de venta”, más conocida con la sigla en inglés USP. El principio del USP se basa en dos pilares elementales: por un lado el hallazgo de un factor o característica diferente a lo que se ofrece en otros candidatos, y por el otro, la simplificación del mensaje y todo lo que conlleva. “En el proceso de marketing se debe destacar una única característica, que el político ha de poseer verdaderamente: juventud, edad y experiencia, conocimientos de política exterior o de economía, etcétera” (Maarek, 1997: 58).

Asimismo, los políticos/candidatos son vistos como articuladores de identidad, tema que se desarrollará a continuación.

Identidad

Definitivamente la imagen forma parte de la identidad y tiene una gran importancia, ya que éstas se relacionan con todos aquellos procesos psicológicos y sociales, que hacen que los electores se reafirmen con los líderes, candidatos, o partidos políticos.

Podemos afirmar que la identidad es ante todo, un sistema relacional que depende de las circunstancias históricas y sociales. Es un proceso mutable al devenir de la historia. En este sentido, Echeverría plantea que las culturas viven en un estado de código, en un constante proceso de permeabilización e intercambios a través de los cuales codifican, decodifican, y recodifican para establecer sus diferencias y sus particularidades (Echeverría1995:60,61). La identidad es el resultado de un largo proceso de construcciones simbólicas reales o imaginadas, que permiten organizar un sentido de pertenencia y comunidad, a partir del cual se definen las relaciones sociales, los principios de acción, y las prácticas políticas de las distintas y variadas sociedades, o micro sociedades que conviven (Herrera, 2003).

Como afirma Tokatlián (2009), la identidad remite a una perspectiva básica acerca de quiénes somos, hacia adentro y hacia afuera, cómo nos asumimos, cómo somos percibidos, y a qué aspiramos, en el plano doméstico y en el exterior. En consecuencia, la mirada sobre la identidad incluye, simultáneamente, la autopercepción y la autorrepresentación, así como la percepción y la representación del otro.

Por identidad organizacional de un partido político o de un candidato, entendemos la personalidad de la entidad. Esta personalidad es la conjunción de su historia, de su ética y de su filosofía de trabajo, pero también está formada por los comportamientos cotidianos y las normas establecidas por la dirección. La identidad sería el conjunto de características,

valores, y creencias, con las que la organización se autoidentifica y se autodiferencia de las demás.

Paul Capriotti (2006) analiza la identidad de una organización desde dos perspectivas: la filosofía corporativa y la cultura corporativa.

La primera es definida como la concepción global de la organización establecida para alcanzar sus metas y objetivos, es decir, lo que la institución quiere ser. La filosofía corporativa debe ser desarrollada, discutida, consensuada y compartida por todos los miembros de la entidad.

Acerca de la cultura corporativa, el autor afirma que se trata de los principios básicos que las personas que conforman una organización comparten y aceptan, es decir, las pautas generales que orientan los comportamientos personales y grupales.

La definición de la identidad corporativa es el elemento básico de la estrategia de imagen corporativa, ya que constituye su base, y es el aspecto globalizador y unificador de la comunicación corporativa.

En resumen, cuando se habla de identidad se hace referencia a la forma en que los miembros de un grupo se definen, y son definidos por los miembros con quien interactúan. Asimismo, cuando se trata de percepciones políticas adquiridas desde nuestra postura de ciudadanos, los “otros” son el Estado/representantes, es decir la política y quienes se dedican a ella.

Siguiendo a Castells, citado en una investigación realizada por Almada (2005), la identidad es un proceso de construcción de sentido basado en conjunto de atributos, es decir, que existen diferentes valores que nos llevan a identificarnos con una postura política y a actuar en consecuencia, relacionándonos con los grupos con los que compartimos territorios, y con instituciones que norman la vida en una sociedad. En otras palabras, el contexto en donde nos desarrollamos va dotándonos de percepciones que nos capacitan para tomar decisiones (Almada, 2005).

Se habla de candidatos, representantes, partidos políticos, todo ello hace referencia al ámbito de la política. Por lo tanto, es importante indagar en este concepto, cuestión que se hará a continuación, donde se detallara su definición y su campo de actuación.

La política y su definición

Etimológicamente, la palabra política deriva del prefijo “polis”, conjunto de personas, pueblo o sociedad, y el sufijo “tica”, que defino como norma del obrar, es decir, de la ética.

Ésta es la definición de Aristóteles, que hace depender la política de la filosofía práctica, es decir, del obrar, y se subdivide en:

- Estética: la filosofía práctica que se ocupa de la belleza, y
- ética, la filosofía práctica que se ocupa de la ordenación recta de la libertad en su uso efectivo. La misma precedida en su contenido normativo desde la lógica, la filosofía de la naturaleza, la ontología y la teodicea, que iluminan el quehacer humano y lo llevan a ofrecer normas morales en la conducción de la sociedad.

Lo antes mencionado abarca tanto la conducta personal, como en el caso que se está definiendo, como la conducta pública, que es la que debe dirigir la política.

Asimismo, se puede conceptuar a la política como Ciencia, Arte y Virtud de servicio al prójimo y a la comunidad:

- Como Ciencia, porque el político debe resumir en su concepción política, el punto de vista científico, filosófico y teológico de todo el quehacer humano. No como el especialista, sino como el que abarca en síntesis dicho

conocimiento, para poder comprenderlo y conducirlo en su conjunto, para el bien de la sociedad.

- Como Arte, porque no hay una sola forma de alcanzar el fin marcado por la política, sino que habrá variedad de formas estratégicas, tácticas y dialécticas de llegar a un mismo objetivo. En esta parte, la política se convierte en un saber hacer, buscando la forma de alcanzar los objetivos propuestos con seguridad y economía de medios.
- La política es también una Virtud de servicio al prójimo, y a la comunidad (Seijo, 2005).

Por lo tanto, se entiende al terreno de lo político como el campo de la construcción de la vida en común (la comunidad y su regulación). Las prácticas y discursos sobre esta dimensión de la vida social, conllevan conceptos y nociones de uso sobre formas de gobierno y sobre la participación de los individuos, y de los diversos sectores sociales que conforman la totalidad social. Algunos autores distinguen dentro de aquel amplio escenario a la política, entendiendo por ésta al ejercicio de la actividad (Rosanvallon, 2003).

Siguiendo a Arditi, citado por Almada (2005), existe una esfera política formada por instituciones, relaciones y actividades determinadas. En este caso se hace referencia a los partidos políticos, candidatos, elecciones y también, a las autoridades públicas de negociación, conflicto, relaciones de poder entre grupos partidarios o entre gobierno y oposición, y también se refiere a los individuos que se ganan la vida como miembros electos en órganos de representación territorial.

El autor remarca el papel de la política en la actualidad, y menciona que la misma dejó de ser una actividad privativa de una esfera o actor particular. Las nuevas formas de hacer política, que trasciende los partidos, quizá modifiquen la forma de entender lo público y lo privado, y lo político y no-político. Cabe señalar, afirma el autor, que la pérdida de credibilidad en la esfera política no implica la cancelación de la representación territorial a

través de los partidos políticos y los procesos electorales. El circuito político-partidario sigue vigente, aunque en un escenario más vasto. Es decir, los márgenes se vuelven más permeables y permiten la aparición de actores y espacios públicos móviles, que desbordan el ámbito institucional de la política (Almada, 2005).

A la hora de hablar de actores sociales, se centrará en aquellos que específicamente revisten interés en la presente investigación. A continuación se profundizará en la concepción de jóvenes, a qué se hace referencia cuando se habla de ellos, a su importancia en el ámbito político, y a su posición frente a la imagen de los políticos, tema central de este trabajo.

Definiciones sobre la juventud

Como se mencionó en las primeras páginas del presente marco teórico, la imagen del candidato depende esencialmente de la naturaleza subjetiva del receptor, por lo tanto se conceptualizará al receptor de manera acotada, de acuerdo a esta investigación.

Según Pierre Bourdieu, la juventud no sería “más que una palabra”, una creación social para definir un período etario que debiera cumplir, en nuestra época, con ciertas expectativas, pero que no siempre ha sido tratado como un actor social tematizable. La juventud emerge históricamente como un actor social, o como un “grupo de agentes” posibles de analizar y tematizar en el momento en que la mayoría tiene acceso a la enseñanza, y se enmarca de esta forma en un proceso de “moratoria de responsabilidades”, que en épocas anteriores no se daba. El joven vive así un estatus temporal en que no “es ni niño, ni adulto” (Bourdieu, 1990).

Tradicionalmente, se identificó a la juventud como una fase de transición entre dos etapas: la niñez y la adultez. De esta manera, se la entendió como un proceso de transición, en que los niños se van convirtiendo en personas autónomas. En el lenguaje cotidiano, joven es sinónimo de inmaduro, de incapaz de asumir grandes responsabilidades de manera

adecuada. Su papel se concibe como moratoria y aprendizaje para el trabajo, la conformación de una familia y la autonomía de la vida adulta (CEPAL-OIJ, 2007).

Desde una perspectiva sociológica “la juventud se inicia con la capacidad del individuo para reproducir a la especie humana y termina cuando adquiere la capacidad para reproducir a la sociedad” (Brito, 1997: 29). Desde el punto de vista del desarrollo bio-psico-social, el inicio de la juventud se asocia a la pubertad y la adolescencia, con todos los cambios psicológicos y hormonales que dicho proceso conlleva, como la identificación sexual y el desarrollo de las características sexuales primarias y secundarias, la búsqueda de la autonomía e independencia, el cambio de la importancia en los grupos de referencia (pasando de una primacía de la familia a la del grupo de pares), el diseño de proyectos personales de vida, entre otros rasgos definitorios.

Un trabajo realizado por diferentes profesionales sobre la juventud y la política en la Argentina cita a Molinari (2006), quien afirma que es a partir de los noventa cuando comienza a modificarse la forma de procesar socialmente la idea de juventud en comparación con décadas anteriores; mientras que en los setenta la juventud estaba claramente identificada y delimitada dentro de una franja etaria. El mundo de los jóvenes se constituía oponiéndose con sus prácticas y pensamientos al mundo adulto, que representaba los valores burgueses: de organización familiar, de estilos de vida y sobre todo la aceptación al orden socioeconómico establecido. En los '90 la juventud ya no está atada a la edad cronológica de los sujetos, sino que se transformó en sí misma en una práctica, en la construcción de un estado juvenil. Actualmente lo juvenil es un estilo de vida que, como tal, puede ser adoptado por gente de edades variadas. El mundo adulto se desdibujó cada vez más, perdiendo muchas de las características que lo particularizaban, al juvenilizarse en forma creciente.

La Política según los jóvenes

Con respecto al rol de la juventud en la política, el informe suministrado por la CEPAL y la OIJ sostiene que ha cambiado en las últimas décadas, debido principalmente a que la política ha dejado de vincularse con la idea de cambio social. Investigaciones realizadas por estos dos entes muestran una tendencia al descrédito de las instituciones políticas, y a la redefinición de la idea del sistema democrático por parte de los jóvenes. La información señala claramente un proceso de desafección juvenil frente a las instituciones políticas y sus actores. Este último aspecto aparece vinculado con la percepción de que el sistema político y de partidos no representa las demandas de los jóvenes, ni se ve comprometido con la promoción de mayor igualdad. La forma más evidente del rechazo de los jóvenes se manifiesta en el hecho de no participar en los comicios electorales, y la negación del voto como instrumento de participación ciudadana. De hecho, la gran mayoría no se identifica con ningún partido, y la minoría que tiene preferencias político-ideológicas, el porcentaje de militantes es ínfimo.

Otra tendencia a tener en cuenta, y que es mencionada por dicha investigación, es que los medios de comunicación, y particularmente la televisión, tienen una creciente incidencia en la creación de nuevas pautas de asociatividad juvenil. “La centralidad de la experiencia audiovisual pareciera implicar una ‘televisación’ de la vida pública y la participación en esta a través de la pantalla, lo que los transformaría en tele-ciudadanos. Junto a ello, se observa el uso creciente de redes virtuales como soporte de movilización juvenil” (CEPAL, OIJ, informe 2007: 287).

Daniel García Delgado en su libro “Estado-Nación y la crisis del modelo” (2003), sostiene que la representación democrática nunca fue fácil en nuestro país, fue el producto de luchas populares y del protagonismo de diversos movimientos políticos. El autor habla de una paradoja, a pesar de luchas de más de un siglo, en el proceso de transición y consolidación democrática se va ir deteriorando el lazo representativo que tanto había costado en un principio.

García Delgado (2003) plantea la existencia de una crisis de representación, entendida como la pérdida de confianza, apatía y distancia de los ciudadanos respecto de sus representantes e instituciones. Lo antes mencionado, sostiene el autor, tiene que ver con tres notas distintivas: que los electorados pierden confianza en sus representantes e instituciones; que esta distancia representante-representados está asociada a una responsabilidad por falta de transparencia; y por último, a que los ciudadanos se orientan a formas directas de participación social.

Un Informe realizado por INAP (2003) citado por García Delgado en su libro sostiene:

“La “crisis de representación” es percibida como ruptura entre la sociedad civil y la sociedad política o democracia como el “gobierno de los políticos”, proyectando una visión autorreferente de la política y cada vez más extraña a las necesidades y expectativas de la comunidad. Una ruptura que desvincula a la política de un proyecto de construcción del porvenir e instaura un presente como realidad casi absoluta que se define por la emergencia de necesidades, urgencias y decisiones reactivas, cada vez más ineficaces para resolver las causas estructurales de la inequidad”. (García Delgado, 2003: 75)

Ampliando esto, algunas investigaciones citan a O’ Donnell (1996), quien reconoce que en la Argentina se confirma la existencia de elecciones periódicas y de un sistema de derechos consagrados constitucionalmente.

Pese a ello, afirma el autor, se observa la existencia de una crisis social, económica y de Estado. Esta última se ve plasmada en:

- Ineficacia del cuerpo burocrático en el cumplimiento de sus funciones.
- Escasa vigencia de normas jurídicas
- Privatización de organismos estatales

Dicha situación acaba por propiciar una ciudadanía de baja intensidad, percepciones negativas sobre la política, concentración del poder en el órgano ejecutivo, personalización y particularismo. Todo ello resumido en su concepto de *democracia delegativa*. Dando como resultado, una democracia hostil a la construcción y fortalecimiento de instituciones políticas democráticas, ofreciendo vías de participación limitada en los procesos electorales, visible alejamiento entre el gobierno y la ciudadanía. Todo ello se traduce, a una pérdida de carácter del sujeto en la política.

Por otra parte, algunos trabajos se proponen realizar una descripción general a partir de datos estadísticos, de la juventud argentina (Deutsche Bank, 1992 y 1999; Tenti Fanfani y Sidicaro, 1998). Tenti Fanfani y Sidicaro (1998) se apoyan para esta descripción en una encuesta realizada en Argentina por UNICEF, que incluye como variable las "visiones" de los jóvenes sobre la política, en la que se observa una distancia entre el interés que manifiestan hacia ella (36%) y su participación activa en este campo (2%). Los resultados apuntan a trazar un panorama recurrente en este tema: la apatía explicada por la falta de legitimidad otorgada a las instituciones políticas.

Según los autores de *Juventud y política en la Argentina (1968-2008)*, hacia la construcción de un estado del arte (2008), el concepto de que los jóvenes se encuentran distanciados de la política sigue teniendo fuerte presencia en los estudios e investigaciones. Si bien estos trabajos permiten analizar y comprender las causas que llevan al alejamiento de los jóvenes de las formas más tradicionales de implicación con la política -mostrando los aspectos sociales, políticos y culturales que posibilitan la comprensión de dicho alejamiento y pérdida de legitimidad de las instituciones estatales y partidarias-, raramente se enfocan en analizar aquellos otros espacios en los que sí podemos identificar un fuerte protagonismo juvenil. Molinari (2006) afirma que "los jóvenes aparecen -en este período- como un actor fragmentado, agrupados (más que en los partidos políticos tradicionales) en las múltiples y variadas organizaciones que ya no son movimientos de masas generadores de identidades colectivas, sino grupos de pertenencia y contención identitaria que

intervienen en forma parcial en la vida social y ya no sienten que el futuro les pertenece, por el contrario deben construir y sostener su presente" (2006:70).

El trabajo de Molinari (2006) también coteja los imaginarios dominantes de la militancia revolucionaria de los '70 y de la década de los '90, a partir del análisis de la dimensión normativa que ambos suponen y de las prácticas de sociabilidad juvenil de uno y otro momento histórico. La autora procura apartarse de una visión escéptica de la inscripción política de las actuales generaciones cuando plantea: "si bien se afirmó que la acción política y la acción social quedan relegadas, esto no significa que sean negadas o inexistentes. Simplemente este actor social cambiante y discontinuo llamado joven busca, inventa o encuentra espacios de acción socio-política que generalmente provocan rupturas e intersticios en los discursos y las prácticas hegemónicas" (2006: 81).

La autora, apoyándose en la obra "La voluntad" de Anguita y Caparrós (1997), en la que se analiza la militancia argentina de los '60 y '70 propone que, así como en dicho momento el relato de la juventud podría efectivamente ser analizado en términos del concepto voluntad, en los '90 podría serlo desde el concepto de reflexividad estética, debido a la auto referencialidad propia de esta época. Al inscribir el análisis de la juventud en los diferentes contextos históricos, se ubica en el marco del mundo postmoderno, fragmentado en infinidad de posibles elecciones y múltiples relatos, en contraposición al relato totalizador de los '60-'70.

El papel de los medios de comunicación política

Finalmente, se hará referencia al papel de los medios de comunicación en la formación de la imagen. Cabe destacar que el rol de los mismos es crucial, tanto para la construcción de la imagen por parte del emisor, como para la que realiza el receptor, según lo mencionado anteriormente por Maarek.

Citando a Perujo Serrano "las ideas necesitan de los medios de comunicación para trasvasar el ámbito de su reclusión platónico. La política, es decir, el arte de gobernar, con

independencia de la legitimidad que tenga en su origen, requiere en todo momento de un compañero de viaje: los medios de comunicación” (Perujo Serrano, 2005: 5).

El autor Frank Priess (1999) afirma que las elecciones se deciden en los medios, ya que éstos se han convertido en la principal fuente de información política, en donde la televisión ocupa una posición privilegiada. En relación con otros medios, la prensa escrita sigue siendo un medio elitista en América Latina, aunque no se debe ignorar la influencia de los multiplicadores y formadores de opinión. Y la radio, es todavía un factor importante en las zonas rurales (Priess, 1999). Es por ello que el conocimiento que se tiene de los asuntos políticos se basa en una muestra de los que es la política real. “Ese mundo real se escoge cuando los medios informativos deciden qué cubrir y qué aspectos transmitir en sus informes y cuando los públicos deciden qué mensajes noticiosos atenderán” (Graber, Doris; 1986: 86).

Para Uli Gleich (1999), la simbiosis dinámica formada entre la política y los medios de comunicación, particularmente la televisión, hizo que la campaña electoral de los partidos se transformara en una campaña televisiva. Esta relación, no se desarrolla sin tensión, ya que la política y los políticos dependen de los medios para poder comunicar sus mensajes a los votantes y a la vez, intentan utilizar los medios de comunicación para sus fines. Por otro lado, existen siempre conflictos acerca de una información tendenciosa o parcial con las denuncias de parte de los políticos. Por esta razón Gleich se pregunta “hasta qué punto los medios mismos cumplen un rol activo en la configuración de la política” (Uli Gleich, 1999: 255). A su vez, Priess (1999) afirma que les ha tocado a los medios ejercer un papel de árbitros que muchas veces exceden sus posibilidades con respecto a la situación en los que ellos se encuentran. Una de estas limitaciones son los intereses personales de los dueños de los medios.

También, cabe destacar que la subordinación antes mencionada de la política a la lógica de los medios de comunicación afectó la confianza de los ciudadanos en la política, en las personas, y en los partidos políticos que la ejercen. La mala imagen de los partidos

lleva a que sean los mismos candidatos los que nieguen su participación en alguno de ellos (Priess, 1999). Según las investigaciones analizadas por Uli Gleich (1999), los medios, pueden activar patrones cognoscitivos específicos en los receptores por medio del *framing*².

La comunicación política en los medios de comunicación social puede influir en los resultados de las elecciones pero no en un sentido de relación causal directa y lineal. “La influencia que se da es a partir de un complejo proceso de acción, en el que interactúan múltiples aspectos de los contenidos mediáticos con las disposiciones y experiencias psicológicas y sociales de los receptores” (Gleich, 1999: 277).

En palabras de Francisco Perujo Serrano “una buena estrategia de comunicación no es sinónimo de victoria pero una mala estrategia o la ausencia de ella conduce inevitablemente a la derrota. Por eso, la política y la comunicación son las protagonistas de una convivencia necesaria” (Perujo Serrano, 2005: 11).

García Delgado (2003) advierte que la incidencia en la caída de la representación política ya no reside sólo en la influencia o manipulación de la comunicación social basada en el poder de la tecnología de los medios, sino que se vincula a un alto crecimiento de acuerdos comerciales no manifiestos entre comunicadores y sectores económicos o políticos. El “Informe sobre perspectivas de la Gobernabilidad” (INAP, 2003), sostiene que la revolución mediática ha impedido que la política fuera despojada por el pensamiento económico, haciéndola reingresar a través de los medios masivos, que diariamente construyen la agenda pública. Pero, sostiene el autor, “si los medios reinstalan la política en la opinión pública, también la condicionan y, en definitiva, la configuran como ellos quieren” (García Delgado, 2003: 82).

Como conclusión, cabe señalar que este autor, tomando palabras del informe de INAP, sostiene que los medios masivos tienden a desacreditar los acuerdos y a atacar la

² “Supone que ciertas orientaciones de las noticias o referencias específicas en las noticias (*framing*) desencadenan entre los receptores ciertos procesos de interpretación, evaluación y valoración determinando de este modo su actitud” (Gleich, 1999: 267).

política, tendiendo a la construcción del acontecimiento en la dirección de una sociedad civil que abjura de la sociedad política (García Delgado, 2003).

DISEÑO METODOLÓGICO

FICHA TECNICA

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	CAMPO
TIPO DE INVESTIGACIÓN	EXPLORATORIA
METODOLOGÍA	CUALITATIVA
TÉCNICA	ENTREVISTAS
INSTRUMENTO	GUIA DE PAUTAS
POBLACIÓN	JÓVENES DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA
MUESTRA	20 JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS
TIPO DE MUESTREO	INTENCIONAL

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo consta de un diseño de investigación de campo, ya que los datos obtenidos para el cumplimiento de los objetivos, serán recolectados de la realidad mediante entrevistas en profundidad.

TIPO DE INVESTIGACIÓN

El trabajo de investigación es de tipo exploratorio porque se trata de un tema poco abordado dentro del contexto en el que se estudia. La exploración permite obtener nuevos datos y elementos que conducen a formular con mayor precisión, los interrogantes planteados en la investigación. Rut Vieytes (2004: 90) sostiene que: “los estudios

exploratorios responden a la necesidad de lograr mayor claridad sobre la naturaleza del problema”.

Se trata también de un análisis inductivo, ya que implica una primera descripción de los casos para poder detectar, progresivamente, la existencia de regularidades que sirvan de puntapié inicial para futuras teorías adecuadas a condiciones, y valores del contexto específico (Vieytes, 2004).

MÉTODO

La autora Rut Vieytes (2004) afirma, que el planteo que caracteriza a una investigación cualitativa es su intención por comprender los acontecimientos, valores, y opiniones, desde la mirada del propio sujeto. “Esta estrategia se expresa en términos de *captar la perspectiva del actor*” (Vieytes, 2004: 613). Por esta razón, este trabajo se enmarca dentro del método cualitativo, y al tratarse de un fenómeno social, permite adquirir una amplitud de conocimientos relativos al campo abordado. En este caso particular, el método cualitativo permite la obtención de información referida a aspectos más profundos de la actitud, y del comportamiento político - electoral de los entrevistados.

TÉCNICA

Se utiliza el tipo de entrevistas en profundidad individuales a una muestra intencional. No se pretende representar a una población con el objeto de generalizar los resultados, sino que se busca ampliar el abanico y rango de datos, tanto como sea posible. Siguiendo a Merlino (2009), “la entrevista en profundidad es aquella que aborda algo (lo profundo) que está debajo de la superficie.” (Merlino, 2009:113).

Este autor resalta algunas de las características de la entrevistas en profundidad que la diferencian de otras técnicas de investigación. Entre ellas podemos nombrar:

- Tiene una duración prolongada
- Aborda el tema desde el formato de la conversación, orientada por los objetivos de investigación.
- Suele ser grabada, permitiendo que el contenido a analizar sea abordado mas allá de la interacción social, es decir, se examina el corpus producido.

La elección de dicha técnica permite extender el conocimiento del tema abordado en profundidad, y obtener el máximo de información de las múltiples realidades que puedan ser descubiertas. Al ser técnicas no estructuradas, presuponen el desarrollo de una relación más prolongada, ampliada a distintos aspectos que hacen a la tónica del trabajo. Esto permite mayor flexibilidad entre entrevistador y entrevistado.

INSTRUMENTO

En este trabajo se realizan entrevistas en profundidad, aplicadas a una muestra pequeña, basadas en una guía de pautas flexibles, que posibilitan que el entrevistado exprese de forma más fluida sus opiniones, actitudes y percepciones. La guía de pautas permitirá la obtención de datos variados y amplios para así comprender el comportamiento humano, desde el marco de sus protagonistas. Se trata de una lista de tópicos temáticos y áreas generales, que al ser abordados en la conversación, permiten la construcción cooperativa del discurso (Merlino, 2009).

GUÍA DE PAUTAS UTILIZADA

Áreas de indagación

ÁREA 1: Contextualización inicial

- 1.1 Descripción de la vida cotidiana
- 1.2 Estudios. Nivel de educación
- 1.3 Intereses

ÁREA 2: Conceptualización de la política

- 2.1 Significado de política
- 2.2 Importancia de la política en la sociedad
- 2.3 Jóvenes y política

ÁREA 3: Familiarización y antecedentes políticos

- 3.1 Inclinación política: peronista, radical, frepasista, otros.
- 3.2 Construcción espontánea de tipologías de partidos políticos. En cual se ubica, porqué (si se ubica en alguno).

3.3 Reconstrucción de los procesos de decisión que lleva a la persona a emitir (o no) su voto. Momentos de decisión.

- Significados asociados al voto.
- Cuestiones ideológicas.
- Cuestiones familiares (qué votan otras personas del hogar, qué se discute en otros contextos del entorno).

3.4 Mención e interés en la elección de representantes. Llamado a elecciones.

- Anteriores: voto, tipo de elección, fecha, factores influyentes.
- Futuras: intención de voto, elección, fecha, campaña, factores influyentes.

ÁREA 4: Percepción de la figura del político Argentino

4.1 Conceptualización de un político: características generales, atributos, importancia para la sociedad, trayectoria, valores.

4.2 Construcción de la imagen de un político, (cómo es y cómo debería ser).

4.3 Asociación político - partido político.

ÁREA 5: Medios de comunicación política

5.1 Medios por los que la persona se informa habitualmente.

- Tipo de medio.
- Conceptualización del mismo.

- Valores que se asocia al medio.
- Conocimiento sobre la tendencia del medio (oficialista, opositor).

5.2 Percepción de la forma en que los medios en general tratan la política.

5.3 Recuerdo de campañas electorales en los medios.

- Cuál le llamo más la atención.
- Valoración de la misma.
- Elementos de la campaña que ayudaron, o ayudan a la decisión de voto.

5.4 Opinión sobre los medios por los cuales los políticos se comunican con la sociedad.

- Exposición de los políticos en los medios: razones, valoración de la exposición.

MUESTRA

El muestreo escogido fue intencional, ya que es un procedimiento que permite seleccionar los casos característicos de la población, limitando la muestra a estos temas. Es muy frecuente su utilización en sondeos preelectorales de zonas que en anteriores votaciones, han marcado tendencia de voto.

La muestra se integra por un grupo denominado por Mora y Araujo (2005) el *voto joven* de la franja de edades de 18 a 25 años. Correspondiente a un nivel socioeconómico ABC1; C2; C3. La elección de dicha muestra responde a criterios de:

Pertinencia, que tienen que ver con la identificación de individuos que aporten mayor y mejor información a la investigación.

TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN

Navarro, Gabriela Sofía

Adecuación, que significa que los datos obtenidos son los necesarios y suficientes, para lograr una completa descripción del fenómeno.

Conveniencia, es decir, que no se generen interferencias respecto al lugar y situación abordada, y que la alternativa seleccionada permita la comprensión clara de la realidad estudiada.

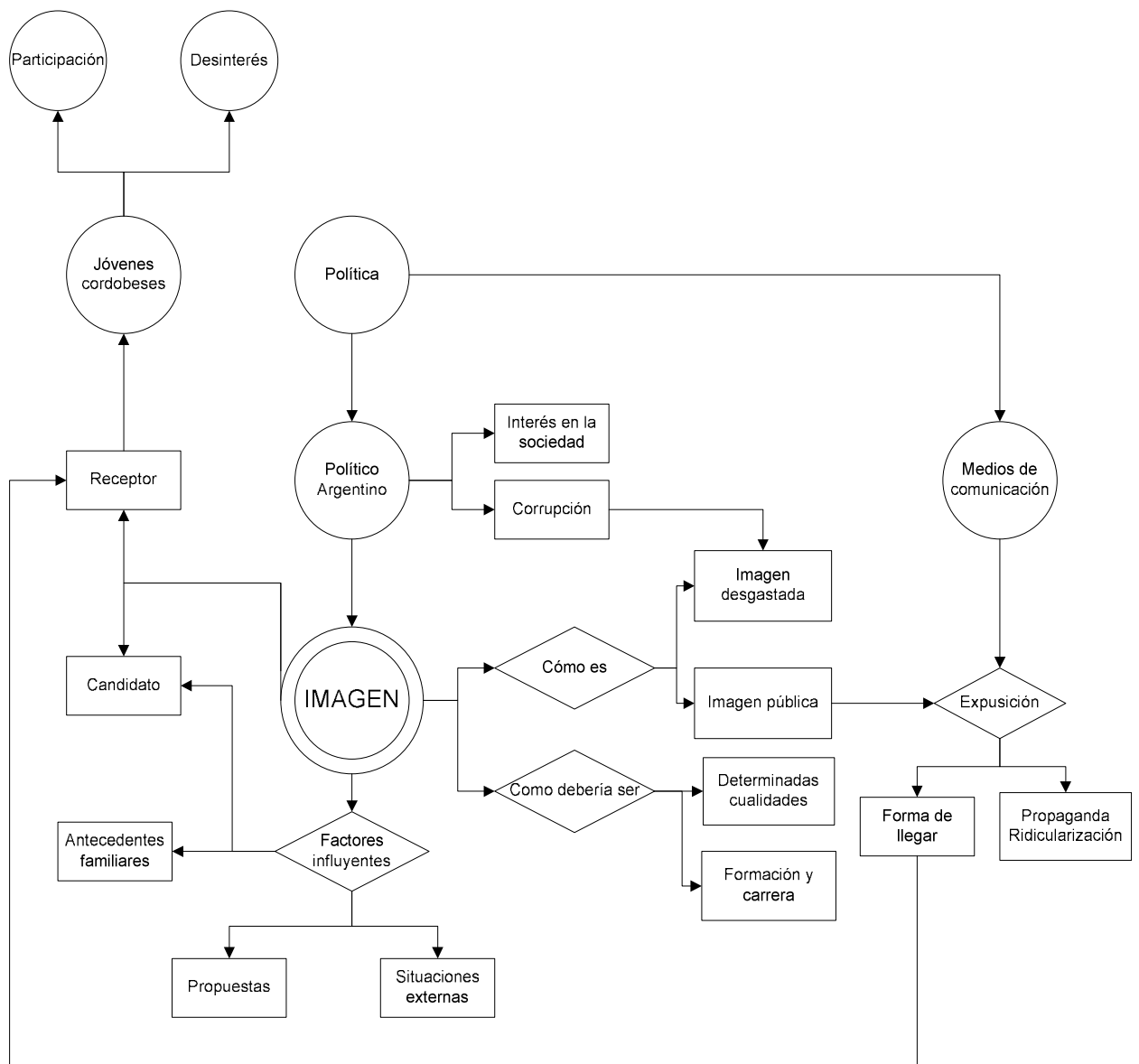
Oportunidad, se refiere a estar en el lugar preciso en el momento justo.

Disponibilidad, de acceder libre y permanentemente a los lugares y eventos que la investigación requiera (Vieyes, 2004).

Sexo /edad	18-21	22-25
Mujeres	5	5
Hombres	5	5

Imagen del Político Argentino

Mapa Conceptual del Análisis



ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de datos del presente trabajo no fue diseñado siguiendo un único método de abordaje, por lo tanto se utiliza como guía la propuesta de los autores Daniel Jones, Hernan Manzelli, y Mario Pecheny, en su libro “Metodología cualitativas en ciencia sociales” (2007).

Dichos autores toman nociones de la teoría fundamentada, un procedimiento de análisis que tiene el propósito de generar conceptos y desarrollar teoría, a partir del material que procede del estudio de casos. También utilizan lo formulado por Glaser y Strauss, y proponen la utilización del método de comparación constante que combina, la codificación explícita de datos, con el desarrollo de teoría. La utilización de este método no sólo posibilita la generación de una teoría que se corresponda estrechamente con los datos, sino que también obliga al investigador a generar una gran diversidad de datos (Kornblit, 2007).

Dicho lo anterior, se procederá a detallar el análisis de los datos recolectados en la presente investigación. Se entrevistó a 20 jóvenes, de ambos sexos, residentes en la provincia de Córdoba, con edades que van desde los 18 a 25 años. Las entrevistas fueron grabadas, previo consentimiento de los entrevistados, y estuvieron basadas en una guía de pautas realizada con anterioridad. La guía fue readaptada a partir las pruebas pilotos realizadas, esto permitió que se profundizara en algunos temas y se descartaran otros.

Cada entrevista se desarrolló en un único encuentro con el entrevistado, y tuvieron una duración aproximada de una hora. La forma en que se contactó a los entrevistados fue a través de contactos en universidades, lugares de trabajo en el que son empleados jóvenes (empresas de call centers, heladerías), lugares que frecuentemente concurren dichos actores (gimnasios, bares, etc), y también se utilizó la técnica bola de nieve (se localiza a algunos individuos y estos conducen a otros, y así sucesivamente).

Una vez desgrabadas las entrevistas, se procedió al análisis de las mismas con el objetivo de construir datos significativos para esta investigación.

Se utilizaron categorías que permiten codificar los hechos o acontecimientos particulares y significativos, que aparece en el material relevado. Estas categorías engloban información diversa, pero que tiene cierto denominador común. Las mismas contienen propiedades, que son características más concretas de algo (idea, persona, etc.) y son susceptibles de ser conceptualizadas (Kornblit, 2007). Las categorías y propiedades poseen un carácter analítico-conceptual, por eso son relevantes para todo trabajo de investigación.

En este estudio se caracterizaron ciertas categorías con sus respectivas propiedades, lo que permitió un análisis exhaustivo de las mismas, revelando por un lado la importancia de su elección para la investigación, y por el otro, la posición de los entrevistados frente a los temas tratados. A continuación se inicia el trabajo de análisis que permitirá indagar sobre el objeto de estudio, y alcanzar los objetivos planteados.

Categoría: Conceptualización de la política

Toda investigación requiere de un contexto que la enmarque, en este caso es el ámbito político. Pero, ¿Qué es la política? Esto se intento averiguar en primer lugar: la opinión o posición de los jóvenes frente a esta esfera. La política, como se expuso en el marco teórico, tiene relación con el ejercicio del poder. Este debe conllevar el bien común de las personas. Ya que la política es una rama más de la ética, se la estudia para enderezar los actos humanos, para discernir entre lo que es correcto y lo que no lo es. Su fin último es el bien común.

Propiedades:

- ***Interés en la sociedad***

A la hora de indagar sobre el concepto de política se observa cierta inseguridad a la hora de responder. La mayoría de los entrevistados asocian directamente la política con el individuo que lleva adelante el accionar político, es decir, con el político:

“(...) todas las personas hacen política en el momento que se interesan en la sociedad y es la intención que tienen las personas de llegar a poder dirigir algo del Estado o dar algún beneficio o solidarizarse con su pueblo o pares (...)” (David, 20 años).

“(...) no sé si llega a ser una profesión (la política), pero engloba un determinado número de personas dedicadas a crear un medio justo en donde el pueblo puedan sentirse respaldado” (Rocío, 23 años).

Además, algunos de los entrevistados remarcan la ideología y los valores que posee la persona que hace política:

“(...) los políticos tienen un conjunto de ideologías, valores que hacen que piensen en el bien de la sociedad y unidos a partidos políticos o agrupaciones pueden hacer algo” (Fernanda, 19 años).

Por lo que se observó, algunos entrevistados reconocen la importancia de la política en la sociedad, y el hecho que sus representantes tienen una meta en común: el ejercicio del poder en pos del bien de la sociedad.

- ***Corrupción***

La presente propiedad se enmarco dentro del concepto de corrupción, ya que puede entenderse en palabras de Sayed y Bruce (1998) como el mal uso o el abuso del poder público para beneficio personal y privado. La corrupción política es una realidad que ya fue considerada en investigaciones que sirvieron de antecedentes a la nuestra. Apunta directamente a los funcionarios o representantes que aprovechan los recursos del Estado para enriquecerse.

A la hora de definir la política, muchos entrevistados no pasaron por alto este tema, y es uno de los motivos por el cual los jóvenes sienten cierta apatía o disconformidad a la hora de hablar de la política:

“la política es sinónimo de corrupción, se perdieron los ideales de luchar por los demás, ahora solo buscan el beneficio propio” (Rocío, 23 años).

“(…) es una manera (la política) de hacerse rico. Los políticos lo único que hacen ahora es robar. No hay políticos que hagan algo bueno por la gente” (Marcos, 22 años).

También se observan algunos sinónimos, dentro del léxico juvenil, que los entrevistados asociaban a la corrupción:

“la política es para ganar plata y lo veo como muy chanta todo y a las personas que están en política” (Nieves, 20 años).

En la afirmación anterior se utiliza la palabra *chanta*, muchas veces observadas en el vocabulario juvenil y de los ciudadanos argentinos. Mario Kostzer, en su libro

“Chanta Argentino” (2007), considera al chanta como una persona informal, en general mal profesional, que no cumple lo que promete. La mentira es algo secundario, no es lo más importante. El chanta es el que te promete mucho más de lo que después te da, es decir que un chanta te defrauda moralmente (Kostzer, 2007).

Más allá de la palabra que se utilice para describir a la política, se percibió una conceptualización negativa. Si bien no es desconocida esta asociación, es un punto a considerar a la hora de analizar la participación de los jóvenes en este ámbito.

Análisis de la categoría y sus propiedades

En esta categoría se observó que los entrevistados recurrían a diferentes divisiones a la hora de conceptualizar “la política”. En líneas generales, se consideró “la política” como las personas que realizan la actividad, y se la relacionó directamente con la persona que está en el ejercicio del poder. Dato no menor, ya que la presente investigación se enfoca en la figura del político argentino, y no en la actividad propiamente dicha.

La propiedad “interés en la sociedad”, demuestra el reconocimiento que tienen los jóvenes cordobeses sobre el papel que deben cumplir los políticos en la sociedad: velar por el bienestar de todos los ciudadanos. Sin embargo, se observó también el significado negativo que deviene de la actividad política, y el descreimiento respecto a la figura política. La misma aparece asociada a la corrupción y a la búsqueda de enriquecimiento personal, mediante la utilización de los recursos del Estado. Esto evidencia un rechazo social por parte de los jóvenes ante la denominación explícita de “político” o “política”, dicho rechazo es fruto de la realidad que perciben los jóvenes: falsas propuestas, corrupción, mentiras, etc.

Por lo tanto, se puede afirmar que frente a la pregunta ¿Qué es la política? muchos jóvenes entrevistados remarcaron la función de los representantes ante la sociedad y su deber, mientras que para otros, las palabras “política” y “político” se relacionan directamente a la actividad delictiva, que es percibida mediante el actuar de los funcionarios y representantes en ejercicio.

Categoría: Factores que intervienen en la formación de la imagen e inclinación hacia un político

En este apartado se interiorizará más sobre la figura del político. Es decir, se analizará cómo este es visto por los jóvenes, y qué factores influyen a la hora de elegirlos como representantes. Si bien sabemos que la imagen es un constructo mental que se realiza en el sujeto receptor, se puede observar ciertos factores que influyen a la hora de elegir a un político. Dichos factores constituyen elementos decisivos a la hora de optar por un representante frente a una amplia gama de competidores y estímulos, que el receptor debe enfrentar y seleccionar. Por ello, se intentó ahondar en los motivos que los jóvenes consideran importantes al momento de seleccionar a un político.

Propiedades:

- ***Influencias familiares***

Se observó que la mayoría de los entrevistados estaban influenciados por la opinión de sus familiares, por lo que se hablaba en sus hogares, o por la tendencia política de sus padres:

“en mi casa siempre se voto al mismo partido, más allá de no sentirnos representados en este momento con ningún candidato, nunca votaríamos a un partido opositor” (Rocío, 23 años).

“yo particularmente me inclino por el radicalismo pero por una cuestión que tengo una tradición familiar. Pero también comparto muchas cosas con los peronistas como el tema de la cuestión social, beneficiar al trabajador” (Fernanda, 19 años).

Entrevistador: ¿y cual pensás que son los factores que influyen a la hora de elegir a un candidato?

Fernanda: muchas veces este tema de cuna, de que sea una tradición familiar. Más allá, de que no sean militantes de algún partido, lo que opinen la familia importa a la hora de ver a quién votar

Entrevistador: y... ¿es el único factor que influye?

Fernanda: no, pero el que más pesa. (Fernanda, 19 años).

El hecho de que la política esté presente en los hogares influye a la hora de elegir a nuestros representantes. Por lo tanto, el rol de la familia es visto como agente a través del cual la sociedad reproduce sus estructuras fundamentales, entre ellas la política, de generación a otra, mediante la transmisión de valores y formas de pensamiento.

- ***Afinidad con el candidato***

Entre los entrevistados también se observó una inclinación hacia la figura del representante de la actividad política. Por afinidad se entiende una actitud de aprecio, es decir, emocional respecto a una persona. Ampliando esto, la Real Academia Española³ concibe que en sociología y psicología, afinidad es la atracción o adecuación de caracteres, opiniones, gustos u otras circunstancias que existe entre dos o más personas. Por lo tanto, se entiende que cuando los entrevistados nombraron ciertas actitudes o maneras de ser del candidato, se hace referencia a cierta afinidad con el mismo.

“(…) no voto a determinado partido, prefiero ver a los candidatos, su manera de expresarse, lo que piensa, sus valores, es lo que me lleva a elegirlo” (Cinthia, 23 años).

“(…) en las casas donde no se habla de política, creo que el hecho de que un político simpatice con el pueblo influye a la hora de votarlos, la campaña que haga, como se muestre, que se vea común, creíble influye mucho” (Fernanda, 19 años).

“(…) ahora creo que se vota por un candidato más que por un partido político, como hay tanto, yo me fijo más en el candidato, si se ve honesto, con ganas de trabajar…” (María Julia, 25 años).

Por lo que se puede observar, la figura del político y cómo es percibido por la sociedad es crucial al momento de elegir a un representante. También cabe recalcar la necesidad de que exista una interacción sea esta mediada o no, entre el político y la sociedad. Si bien, lo anterior no lo expresan explícitamente los entrevistados, se lo

³ Definición extraída de www.rae.es.

puede derivar de sus dichos y del hecho de que utilizan términos tales como, “*la manera de expresarse*”, “*como se muestre*”, “*si se ve honesto*”.

- ***Interés por las propuestas***

Se explicará a qué se refiere cuando se habla de propuestas, específicamente dentro del ámbito político. En este trabajo se entiende por propuestas políticas a todas aquellas manifestaciones o promesas de los candidatos que denotan su accionar futuro en caso de ser electos. Mediante las propuestas se puede observar el compromiso que el candidato tiene con la sociedad para que la misma progrese y se desarrolle. Puede decirse que las promesas son la carta de presentación de un candidato, a través de ellas se conoce lo que tiene para ofrecer al pueblo. Si bien este aspecto fue tenido en cuenta por la minoría de los entrevistados, cabe destacarlo como elemento que influyente en la elección de un candidato.

“Yo no voto a ningún partido o candidato, sino proyectos, propuestas que pienso que son buenas y nos van hacer salir adelante” (David, 20 años).

“(…) creo que es importante fijarse en lo que prometen que van a hacer, y votarlos (a los políticos) por eso. Cuando están en campaña (los políticos) siempre muestran lo que hicieron para ser reelegidos” (Marcos, 22 años).

Entrevistador: ¿Y está bien eso?

Marcos: sí y no. Tal vez sea la única forma de que se vea que hicieron algo porque por ahí no nos damos cuenta (los ciudadanos), pero no dejan de hacerlo para que se los vuelva a elegir (Marcos, 22 años).

Se puede observar que los proyectos y propuestas de acción son importantes. Sin embargo, requieren más profundización y mayor interiorización de los jóvenes en los temas políticos, o quizás mayor propaganda política por parte de los gobernantes.

- ***Acontecimientos externos***

Algunos entrevistados tuvieron en cuenta el hecho de que existen situaciones externas a los políticos que pueden intervenir a la hora de tener una inclinación hacia ellos. Particularmente, se mencionó el tema de la muerte como un factor que sensibiliza al electorado. El fortalecimiento de la imagen a razón de estos acontecimientos, brinda una “ayuda” a aquellos candidatos allegados al político fallecido. Inconscientemente o no, las figuras políticas que sufrieron una pérdida de un ser querido vieron que su imagen cobró cierta importancia ante la sociedad y les “sirvió” para lanzar sus candidaturas. Esto mencionaban algunos jóvenes entrevistados:

“Antes nadie conocía al hijo de Alfonsín y ahora después de la muerte de su padre, se lanza como presidente para el 2011” (Raquel, 25 años).

Entrevistador: ¿y a que se debe esto?

Raquel: y a que tal vez como vio (Ricardo Alfonsín) todo la gente que fue a despedir a su padre, vio un electorado que lo va a apoyar si se presenta a las elecciones. Y me parece que es así, que la gente lo va a votar.

Entrevistador: ¿y por qué pensás que lo van a votar?

Raquel: Antes no era conocido, si bien siempre estuvo metido en la política nadie lo conocía, ahora con el fallecimiento del padre tubo más exposición, se hizo más conocido, la gente que sentía aprecio por Alfonsín (padre) lo va a votar (Raquel, 25 años).

Además del fallecimiento de Raúl Alfonsín, los entrevistados notaron algo similar con la presidenta argentina:

“(...) me parece que la muerte de su esposo (Néstor Kirchner) le sirvió para hacer campaña (hablando de Cristina Fernández de Kirchner). Ahora hasta hay un himno para Néstor” (Nieves, 20 años).

Entrevistador: ¿por qué pensás eso?

Nieves: porque sabe que la gente lo quería más que a ella. Además, siempre cuando habla de él, como que dice que ella solo sigue lo que él comenzó, o que así lo hubiera querido Néstor, como si ella fuera solo un títere, es viva (Nieves, 20 años).

Por lo expuesto por algunos entrevistados, muchas veces situaciones no esperadas pueden influir en la sociedad y jugar un papel determinante a la hora de formar una imagen de un político y de elegirlo.

Análisis de la categoría y sus propiedades

En esta área se exploró sobre los factores que influyen a la hora de elegir a un político y de formarse una imagen del mismo. Se encuentran posiciones divididas especialmente entre aquellos entrevistados que advierten a la influencia familiar como aspecto determinante al momento de elegir a un candidato, y aquellos que advierten la

importancia del candidato/político y su interacción con los ciudadanos, como elemento predominante a la hora de efectuar una elección.

Con respecto a la influencia familiar, puede destacarse que en este ámbito la familia juega un papel importante e impulsor en los jóvenes para que participen o se involucren en temas políticos. Por lo general, las formas de pensar, las tendencias políticas, la simpatía con determinados partidos políticos, y la militancia, son transmitidas de generación a generación.

También cabe destacar otro aspecto muy mencionado por los jóvenes entrevistados es la personalidad del candidato. La figura del político, su modo de actuar, sus cualidades y capacidades, son elementos tenidos en cuenta por el electorado juvenil. Por lo tanto, la imagen que se tenga del político se verá determinada por la afinidad de los jóvenes con la imagen del representante.

Algo más para recalcar es que algunos (la minoría) de los entrevistados, toma las propuestas políticas como elemento a considerar a la hora de elegir a un representante. Con esto se demuestra la importancia de que las propuestas sean claras y creíbles.

Finalmente, se pudo visualizar el papel de los hechos impredecibles, específicamente el de la muerte, al momento de la elección de un funcionario. Dichas situaciones inesperadas pueden cambiar el curso de acción y redireccionar la labor o programar nuevas acciones. En este caso, el elemento emocional juega un papel importante según lo observado en las entrevistas, y muchas veces es determinante a la hora de formarse una imagen.

Categoría: Imagen Política, caracterización de un político argentino en la actualidad

¿Cómo ven a los políticos argentinos? Esta fue la pregunta que sirvió de puntapié para la profundización del tema de investigación. La imagen política es el resultado de la interacción entre lo que el candidato proyecta y lo que el votante percibe. En el presente apartado analizaremos específicamente lo que los jóvenes perciben de la imagen que proyectan los políticos.

Propiedades:

- ***Imagen desgastada***

Por imagen desgastada se refiere al conjunto de percepciones de descontento que enfatizaron los votantes a la hora de conceptualizar a un político argentino. Resumiendo, se hace referencia a todas aquellas actitudes negativas como, decepción y desinterés, que subrayaron los entrevistados a la hora de analizar la figura del político argentino.

“(...) los políticos tienen una mala imagen ya por solo el hecho de ser políticos” (David, 20 años).

“los políticos son mentirosos, buscan enriquecerse ellos mismos” (Marcos, 22 años).

“(…) ser político es sinónimo de corrupción, miran su bienestar y no el del pueblo que los voto” (Cinthia, 23 años).

Por lo que se pudo observar, en la mayoría de los entrevistados, existe un descontento generalizado respecto a las figuras políticas. Conceptualizan al político argentino como corrupto, mentiroso, con mala reputación, y cuestionan su accionar.

“(…) son siempre los mismos, lo único que cambia es que a veces están con unos, después se pelean y se van a otro partido, eso no habla muy bien de ellos ni de su honestidad” (Rocío, 23 años).

Y esta percepción tan convincente tiñe la actividad política y todo lo que engloba.

- ***Imagen Pública***

Bajo esta propiedad se busca abarcar el grado de llegada de los políticos a los ciudadanos, más allá del ejercicio y de su carrera dentro del ámbito político.

“ahora cualquiera puede ser político, sea actriz, empresario o humorista” (Fernanda, 19 años).

Entrevistador: ¿y eso está bien?

Fernanda: no para nada, no cualquiera puede gobernar, tal vez por eso estamos como estamos, porque cualquiera se mete en política. No quiero decir que una persona cualquiera no pueda ser gobernante pero creo que se necesita una

carrera, capacidad para gestionar, para velar por el bien de los ciudadanos.
(Fernanda, 19 años)

Con lo expuesto anteriormente, se puede observar que se ve al político como una figura pública.

“Ahora no veo muchos políticos que hayan hecho carrera, más que todo personajes públicos que se meten en política” (María Julia, 25 años).

Entrevistador: ¿y esto es bien visto?

María Julia: Puede ser, tal vez la gente piensa como Macri o De Narvaez son millonarios no van a robar tanto (risas) (María Julia, 25 años).

Ampliando la posición anterior y como respuesta a la misma pregunta:

“(...) para mí, la gente está cansada que sean siempre los mismos y por ahí, los famosos brindan algo nuevo...” (Marcos, 22 años).

Análisis de la categoría y sus propiedades

En el análisis de la presente categoría se pudo hacer observar dos cuestiones. Por una parte, el hecho de que la imagen del político argentino sufre un gran desgaste producido, entre otras cuestiones, por el deterioro de las instituciones políticas, la falta de credibilidad y de confianza en los políticos, el descrédito del gobierno, y la falta de autoridad moral de los funcionarios públicos. Lo antes mencionado, genera como consecuencia una valoración negativa por parte de los

entrevistados con respecto a la política, a los partidos políticos y a los actores políticos.

Más aún, cuando un funcionario público es señalado como corrupto, cuando falta a la verdad, cuando se incumplen las promesas de una campaña electoral, o cuando surge el escándalo, lo que se deteriora va más allá de una imagen. Esto conlleva al desprestigio de las instituciones políticas en donde se desempeñan.

Por otra parte, y para finalizar, se puede considerar que a la hora de caracterizar a un político, el grado de exposición pública es un elemento tenido en cuenta por los entrevistados.

Categoría: Aspectos que debería poseer un político

Con respecto a esta categoría se intentó indagar en aquellos aspectos que para el electorado juvenil son importantes, y que debería poseer un político para que su imagen sea percibida favorablemente. Como se mencionó con anterioridad, la imagen depende tanto del emisor como del receptor, y es el fruto de esa interacción. Un político debe poseer un conjunto de características, capacidades, habilidades, recursos, atributos, estímulos y mensajes, que sean susceptibles de ser comunicados y que les permitan llegar al electorado, distinguirse, y posicionarse con respecto a sus competidores. A continuación se explayará en las opiniones tenidas en cuenta por los entrevistados.

Propiedades

- ***Cualidades Personales***

Con cualidades personales se hace referencia a un aspecto muy mencionado por los entrevistados. A la pregunta ¿Cómo debería ser un político?, la mayoría de los jóvenes subrayaron ciertos aspectos que debe poseer la figura política como los valores, la honestidad, la confianza, y la transparencia.

“los políticos deberían ser honestos y transparente...” (Cinthia, 23 años).

“(...) deberían ser confiables y que cumplan lo que prometen” (María Julia, 25 años).

La mayoría de los entrevistados recalcaron dichas cualidades. Asimismo, la capacidad comunicativa fue tenida en cuenta por otros.

“un político tiene que saber expresarse, sino mira a Cristina (Fernández de Kirchner) tiene una gran oratoria, por algo siempre sale en cadena nacional” (David, 20 años).

Por lo tanto, se puede observar que cualidades como la honestidad, la transparencia, la verdad y la capacidad de comunicarse y llegar a la gente, son aspectos que los jóvenes piensan que debería poseer un político.

- ***Formación y carrera***

En la presente propiedad se hace referencia a la educación y carrera política por parte de las figuras políticas. Es decir, la formación y capacitación que los mismos reciben y que los habilita para realizar una buena gestión. Según los jóvenes entrevistados, los políticos no poseen una adecuada formación, la misma es fundamental ya que los capacita para gobernar en post de los ciudadanos a quien responden.

“(...) (los políticos) necesitan una educación que los capacite para gestionar” (Rocío, 23).

“se requiere de personas que hayan trabajado para la sociedad, que haya ido escalón por escalón y se haya ganado su puesto” (Cinthia, 23 años).

De esta forma toma relevancia la importancia de una formación y de una carrera dentro del partido que habilite a los políticos para gobernar, y que asegure o garantice su labor frente a la sociedad que los eligió y emitió un voto de confianza en ellos.

“No cualquiera puede gobernar, se requiere de personas que sepan del tema. Tal vez esa es una causa del fracaso de los gobernantes, no estar capacitado.

No quiero decir que una persona cualquiera, un ciudadano no pueda estar en política porque es un derecho y no se le puede negar. Pero creo que se necesita personas con cierta habilidad, educación, que sepa manejar las políticas públicas, la economía, la relación con los demás países, no solo la buena voluntad alcanza para sacar un país adelante” (Fernanda, 19 años).

Análisis de la categoría y sus propiedades

A la hora de indagar sobre los aspectos preponderantes que debería poseer un funcionario político para que el electorado juvenil lo apoye y lo elija, hay dos puntos importantes a destacar: uno de ellos responde a la personalidad de la figura política, su forma de hablar, de expresarse, su carisma, su capacidad para el diálogo y para saber llegar a la sociedad. También valores como la honestidad y la transparencia son de vital importancia, y juegan un papel determinante a la hora de considerar a un candidato como “un buen político”.

El otro punto destacable responde a la importancia de una formación, de una educación y de una carrera política que los habilite para gestionar. Se observó que los entrevistados son conscientes de que “no cualquiera puede gobernar”, de que se necesita cierta instrucción en el ámbito de la política.

Finalmente, un aspecto a tener en cuenta es la contradicción que los jóvenes entrevistados tienen entre, lo que afirman que debería ser un político, y la percepción que tienen de los mismos. Este antagonismo, además de ser una de las causas del desinterés y de la disconformidad que se observa en los jóvenes con respecto a todo lo que implica el ámbito político y la política en general, tal vez también sirve para explicar la imagen desdibujada y desgastada que posee la figura del político argentino.

Categoría: Exposición y estrategia de los políticos en los medios de comunicación

En el marco teórico se enfatizó el rol de los medios de comunicación en el ámbito político. Los mismos juegan un papel crucial para la construcción de la imagen por parte del emisor como del receptor. Las figuras políticas dependen de los medios para poder comunicar sus mensajes a los votantes y para difundir sus ideas y propuestas. En esta categoría se analizará cómo los jóvenes entrevistados observan la exposición de las figuras políticas en los medios, y cómo influye esto a la hora de la elección.

Propiedades

- ***Propaganda política y campaña electoral***

Dicha propiedad abarca la utilización de los medios de comunicación como canal para que el candidato transmita sus ideas y propuestas.

Por una parte, los entrevistados opinan respecto a la comercialización de la imagen del político en épocas electorales, a través de la propaganda política:

“Ahora se busca vender al candidato y hacerlo un producto. Se vende con frases pegadizas que después la gente repite como dicen que soy aburrido, soy un tipo común...” (Rocío, 23 años).

“Se muestra mucho la vida privada de los políticos en vez de mostrar sus proyectos o propuestas” (Nieves, 23 años).

Entrevistador: ¿Por qué pensás que se hace eso?

Nieves: es lo que vende, es la forma en que llega a la gente, la gente es media cholula y quiere saber. Por ahí, un político no era conocido y empezó a salir con alguien famoso y se hace conocido

Entrevistador: o sea, ¿tiene mucha más exposición?

Nieves: si la gente lo conoce y eso le sirve para hacer campaña (Nieves, 23 años).

“(...) es como que todo está planeado, que a Cristina se la muestre hablando con su hijo, que un político vaya a la iglesia con su familia, todo está fríamente calculado y no lo hacen por casualidad. Tienen asesores que le dicen cómo moverse, como vestirse, qué decir, qué no” (Raquel, 25 años).

Se puede observar que los entrevistados son conscientes de que existe, por ejemplo en épocas de elecciones, una construcción de la imagen del político. Para la misma, se buscan rasgos que distingan al candidato y que concuerden con lo que el electorado espera del mismo.

- ***Forma de llegar a la sociedad***

Es importante destacar que a la hora de ahondar sobre la exposición de los político en los medios, los entrevistados hicieron referencia a que dicha exposición

les sirve para llegar al electorado. Los políticos necesitan de los medios para poder comunicar sus mensajes:

“...creo que los medios de comunicación sí influyen en la política, los políticos se hacen conocidos y llegan a la gente a través de ellos” (Raquel, 25 años).

“La exposición de los políticos en los medios es importante, porque por ahí hay gente que no tiene ni idea sobre determinados políticos y porque lo vio en la tele, haciendo algo, ya lo vota” (Marcos, 22 años).

Entrevistador: ¿y eso está bien?

Marcos: y en realidad no, pero la gente, no todos, pero la mayoría no va a fijarse en las propuestas, en los proyectos sino en lo que comuniquen en la tele. Por eso, (la televisión) es la forma de llegar a los ciudadanos (Marcos, 22 años).

Por lo tanto, se puede observar que la exposición y la utilización de determinadas estrategias comunicacionales son consideradas por los entrevistados como una forma de transmitir ideas y propuestas.

- ***Ridicularización y burla en los medios***

Un aspecto tenido en cuenta por los entrevistados e importante de destacar, es el hecho de que muchas veces los medios de comunicación ejercen una influencia negativa con respecto al ámbito político, y a la imagen del político.

“la televisión toma a la política como chiste, se burlan de los políticos, toman sus defectos físicos y los potencian” (Rocío, 23 años).

Entrevistador: ¿y está bien eso?

Rocío: no para nada, se necesita personas serias para gobernar, no personas que se presten para aparecer en Show Mach. Por algo la gente no cree en la política, se los muestran así.

Entrevistador: ¿y cómo es así?

Rocío: comunes, yo no quiero un gobernante que sea igual a mí, sino que sea mejor a mí o a los demás, sino cualquiera puede gobernar y no es así (Rocío, 23 años).

Pero también algunos entrevistados reconocen las razones que llevan a los políticos a exponerse a determinados programas de televisión.

“(...) se burlan de los políticos pero no es culpa de los medios o de la exposición de los políticos, sino de que es lo que la sociedad consume, sino no tuviera rating y no estaría pero esta y la gente quiere ver eso. Y si los políticos quieren ser electos se tienen que prestar a participar en esos programas y tomarlo con humor cuando alguien los imitan.” (Fernanda, 19 años).

Análisis de la categoría y sus propiedades

Por lo tanto, se puede decir que los electores pueden ser vistos como consumidores de bienes políticos. Un candidato o un partido se "venderá" bien, cuando la oferta política de ese candidato o partido sea percibida por los electores como la que mejor satisface la demanda política. Muchas veces con asesores de imágenes, y mediante estudios detallado del electorado, se puede conocer pormenorizadamente la demanda política. Cabe destacar que con la comunicación política, se busca que la oferta del candidato satisfaga lo mejor posible esa demanda del electorado.

En conclusión, la exposición de los políticos en los medios de comunicación, y los medios en sí mismos, juegan un papel fundamental a la hora de llegar a la sociedad e influir en el electorado

La comunicación política puede influir en los resultados de las elecciones o en la apreciación hacia un determinado político, pero no en una relación directa. La influencia se da a partir de la interacción de determinados contenidos mediáticos con las experiencias psicológicas y sociales del receptor. Es decir, el grado y el tipo de exposición de un político debe ser pensado, planeado de una forma estratégica que no influya negativamente en la decisión del electorado.

Los entrevistados, que mayormente se informan a través de la televisión, sostienen que muchas veces este medio espectaculariza y ridiculiza a los políticos, pero también reconocen el papel fundamental de los medios de comunicación a la hora de transmitir imágenes, ideas, y propuestas de los candidatos.

Categoría: Jóvenes y política

Por último, se analizará la valoración que los jóvenes entrevistados tienen de la política, cómo ven a sus pares en relación a este tema, cuáles son sus intereses y preocupaciones con respecto a dicho ámbito.

La política es posibilidad de cambio, de búsqueda de alternativas, de diagnósticos de situaciones vigentes, de propuestas de planes, y estrategias de acción. Por tales motivos, es importante la interiorización de los jóvenes en este ámbito, ya que los mismos son los que en un futuro, mediante su voto, elegirán a los representantes de los cuales dependerá el futuro del país.

Propiedades:

- ***Desinterés***

Por dicha palabra se entiende a la falta de entusiasmo por algo, y tiene como consecuencia el desconocimiento e insatisfacción. En la presente investigación, este término se refiere al ámbito político y a lo que engloba el mismo.

Es un tema común, y diversas investigaciones lo tratan al tema del descontento generalizado de la sociedad respecto al ámbito de la política. Los entrevistados, no ajenos a dicho sentimiento, manifestaron su desgano y desinterés en temas políticos. Cabe destacar que las preguntas se hicieron en tercera persona, por lo que los jóvenes hablaban de sí mismos de un modo impersonal, y de cómo observan el comportamiento de sus pares.

“creo que no hay interés de los jóvenes en la política, tal vez falta de información pero los jóvenes no se interesan en esos temas” (Cinthia, 23 años).

Entrevistador: ¿Cómo ves esto?

Cinthia: y está mal porque la política es importante y todos tendrían que meterse y saber, pero creo que los jóvenes están desmotivados.

Entrevistador: ¿y por qué es eso?

Cinthia: porque no les dan motivos para creer en la política, son todos (los políticos) corruptos, mentirosos, no cumplen lo que prometen (Cinthia, 23 años).

“Creo que los jóvenes sienten que la información sobre temas políticos no tiene utilidad en sus vidas. No hay un aprendizaje de que la política repercute en la vida cotidiana” (María Julia, 25 años).

Entrevistador: ¿y por qué crees que se da esto?

María Julia: creo que los jóvenes perciben la realidad, las propuestas que no cumplen los políticos, la corrupción y eso es lo que se traduce en la actitud de los jóvenes con respecto a la política (María Julia, 25 años).

Algunos entrevistados, también destacaron la falta de acciones que involucren a los jóvenes con la política:

“Creo que no hay que culpar a los jóvenes por no saber nada de política, ellos son el resultado de la sociedad. Ellos son testigos de los problemas que se

viven, de la corrupción de los funcionarios, de la pobreza, del descontento social” (Fernanda, 19 años).

De acuerdo a lo analizado, se podría decir que los jóvenes al ser testigos y víctimas de la realidad social, de la corrupción política, la desigualdad de oportunidades y al no contar con referentes ideológicos, caen en una participación anodina, en la indiferencia, y por eso construyen sus propios espacios de interrelación.

- ***Participación***

Por otra parte, un número menor de entrevistados manifestaron la participación de los jóvenes en los temas políticos:

“Yo creo que los jóvenes sí se interesan en política, se ve más en chicos o que estudian carreras como abogacía, ciencias políticas. A ellos si les interesa y se involucran en política” (Raquel, 25 años).

“Creo que los hijos de políticos que tienen una educación política en sus hogares son los que se interesan más en la política o los que se meten en movimientos como la juventud peronistas” (Fernanda, 19 años).

“Creo que los jóvenes que más tienen participación política son los que lo viven cada día. Por ejemplo, las elecciones en las facultades nacionales te obligan de alguna

forma a estar interiorizado en el tema. Por ahí, personas que no tienen esta vida política universitaria ya sea que vayan a las universidades privadas o que no hayan ido a la universidad no tienen esta experiencia con la política. Hay participación política juvenil sin embargo, es menor y por eso se ve que en realidad los jóvenes no se interesan en la política, es poca pero si hay una conciencia y participación política (...)" (David, 20 años).

Cabe observar que el interés y participación que manifiestan los jóvenes respecto a sus pares, no responde a la totalidad de la juventud, sino a estratos acotados que eligieron, o bien una carrera afín, o la militancia en ciertas agrupaciones juveniles políticas.

Análisis de la categoría y sus propiedades

A modo de conclusión, se podría afirmar que no es casual que los jóvenes estén desencantados para participar políticamente en un país donde la imagen de los partidos políticos está colapsada.

En lo que representa al interés de los jóvenes y la política se puede observar cierto distanciamiento, es decir, la política no es una opción frecuente de interés entre los entrevistados. Los mismos no ven en la política un ámbito de confianza, transparencia y credibilidad. Si bien la misma es reconocida como importante, los jóvenes acusan su desencanto a la insatisfacción de no sentirse representados.

Asimismo, se observó que la participación de los jóvenes en el ámbito político se reduce a determinados intereses o antecedentes que posee el sujeto en particular. Aspectos como los antecedentes familiares o una inclinación personal

hacia ciertos intereses, determinan la intervención e involucramiento de la juventud en la esfera política.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

De acuerdo a los resultados obtenidos a partir de la aplicación de entrevistas en profundidad, a una muestra de 20 jóvenes de ambos sexos residentes en la provincia de Córdoba, se pueden mencionar las siguientes consideraciones:

- A la mayoría de los jóvenes entrevistados les cuesta conceptualizar qué es la política. De modo inmediato los jóvenes asocian “la política” a:
 - ✓ La figura del político.
 - ✓ Una percepción pesimista y crítica de la situación política, económica, y social del país.
- Hay un marcado desinterés en la participación política actual y en las futuras elecciones, a pesar de reconocer la importancia de la política para la sociedad. Se comprende que la adición del calificativo “política” es portadora de valoraciones negativas por parte de los entrevistados. Por lo tanto, la forma más evidente de rechazo se manifiesta en el hecho de no participar en los comicios electorales y la negación del voto como instrumento de participación.
- Se puede observar, como afirma García Delgado (2003) (citado en el marco teórico), la existencia de una crisis de representación, comprendida como la pérdida de confianza y apatía por parte de los ciudadanos. Particularmente, los entrevistados manifiestan este distanciamiento debido a la realidad que perciben frente a la política: corrupción, escándalos políticos, falsas propuestas, etc.
- Respecto a los factores que influyen en la construcción de la imagen de un político y que afecta la decisión de elegirlos, se puede observar que los entrevistados manifiestan la influencia familiar como un aspecto importante a considerar.

- ✓ Las influencias familiares cobran plena vigencia a la hora de elegir a un político, particularmente en hogares donde el debate político y participación política son valoradas como importantes para el ejercicio de la democracia.
 - ✓ Otro de los factores destacados por los entrevistados es la afinidad con el candidato. Esto se puede observar debido al cambio que sufre la política en la actualidad: fragmentación de los partidos políticos, intervención de los medios de comunicación, política centrada en el candidato. Por lo tanto, el carisma, la capacidad comunicativa, y cómo se muestra el candidato, influyen de manera considerable al momento de la elección.
 - ✓ También, un número menor de entrevistados, mencionaron que las propuestas firmes, convincentes y posibles, son fundamentales para la elección. Sumado a ello, el peso de situaciones y acontecimientos externos pueden cambiar o influir en una decisión aparentemente ya tomada.
- Haciendo referencia específicamente a la imagen del político argentino, los entrevistados reconocieron ciertas características que éste debía poseer. Determinadas cualidades personales y su formación, son aspectos tenidos en cuenta por los jóvenes. En lo que respecta a cualidades, valores, capacidad para el dialogo y para llegar a la sociedad, cobran importancia entre los entrevistados. Mientras que su formación y educación se relega a una segunda posición, pero no por ellos menos importante.
 - También se indagó sobre las características que los entrevistados asocian a la figura del político. Se puede observar la existencia de valoraciones negativas en lo que respecta a la figura del político. Cabe destacar que se observa un fuerte rechazo

hacia la actividad política, “*son todos chantas*”, “*piensan en su bienestar*”, “*son corruptos*”, son expresiones de los jóvenes para caracterizar a los políticos. Por lo tanto, se puede observar una imagen desgastada que es producto de la desconfianza que genera la figura del político en la mente de los jóvenes, y de la realidad social de la cual son testigos.

- Entre la imagen que los jóvenes tienen sobre cómo deberían ser los políticos, y la percepción que de ellos tienen, se produce una contradicción.
- Con referencia al papel de los medios de comunicación, se observa una influencia no directa, ya que son protagonistas en la interacción candidato - electorado. Los jóvenes utilizan los medios masivos para informarse, especialmente la televisión. Por lo tanto, el grado de exposición y valoración de la misma es al momento de construir una imagen política.
 - ✓ Los entrevistados sostienen que muchas veces los medios de comunicación espectacularizan y ridiculizan a los políticos, lo que no genera una imagen positiva con respecto a los mismos. Esto se debe, podría decirse, a la función de entretenimiento que cumplen los medios, además de la de informar. Por lo tanto, muchas veces de la exposición que tiene el candidato en los medios y de la forma de presentarse, depende la aceptación o no de los votantes.
 - ✓ Ampliando lo anterior, los políticos necesitan de los medios para comunicar sus ideas y llegar a sus votantes. En consecuencia, la estrategia que los mismos utilicen tal vez no les haga ganar las elecciones, pero no tener una, indiscutiblemente lo llevara a la fracaso (Perujo Serrano, 2005).
 - ✓ Una minoría de entrevistados hizo referencia a la utilización de los medios, por parte de los políticos, para realizar campañas y propaganda política. Éstas fueron valoradas de manera negativa, ya que en ellas se muestra al

candidato como un producto. Pero pese a esto, también es reconocida la necesidad de dicha exposición.

- Para finalizar, se analizó la relación de la política y los jóvenes. Los entrevistados hicieron referencia a sus pares y cómo los mismos se involucran en el ámbito político.
 - ✓ Los entrevistados manifestaron, en su inmensa mayoría, un desencanto y desinterés en todo lo que respecta a la esfera política. Esto es producto de la realidad social que perciben, de la pérdida de legitimidad de las instituciones estatales, de las corruptelas, entre otras causas. Estos aspectos tiene como consecuencia la falta de incentivos para que los jóvenes se involucren y participen de la vida política del país.
 - ✓ No se puede dejar de mencionar a aquellos entrevistados que evocan una vocación e interés político. Pese a ser un sector minoritario, manifiesta interés y aceptación en la participación en comicios electorales. Se observa en ellos una valoración positiva del rol de la política en la vida ciudadana, y ven a ésta como un instrumento para satisfacer las necesidades y demandas de la sociedad.

CONCLUSIÓN

El presente trabajo de investigación ha tenido un objetivo general, el de analizar la imagen que poseen los jóvenes de los políticos argentinos en la actualidad. Dicha iniciativa parte de un interrogante personal del investigador por intentar explorar la relación de sus pares con la esfera política.

Muchas veces se habla de la importancia de la política en la vida ciudadana y del derecho y el deber del sufragio, como formas de valorar la democracia. Pero esto se ve obstruido por diversos aspectos, tales como la desconfianza de las instituciones del Estado, la fragmentación actual de los partidos políticos, la falta de credibilidad en los funcionarios y representantes debido al accionar poco ético de su gestión. Todo esto lleva a crear un concepto negativo del ámbito político, y que indiscutiblemente afecta la participación de los ciudadanos en dicho terreno. Específicamente en los jóvenes, sector de la sociedad estudiado, es reconocido el desinterés frente a la política, y esto se puede observar también en investigaciones que se consultaron para este trabajo, las cuales sirvieron de marco para la investigación. Puede pensarse que las actitudes de rechazo a la política, expresadas por los jóvenes, son la consecuencia indeseable, pero lógica, de tantas decepciones producidas por distintos elencos y partidos políticos que hemos conocido.

Centrándonos particularmente en la presente investigación, los resultados obtenidos muestran que el apoyo a cierto político/candidato, remite a experiencias positivas en el plano personal. Es decir, la personalidad del político y como él se muestra, está correlacionado con una actitud favorable hacia el mismo, además de relacionarse con una utilización que se hace de la oferta informativa de la televisión y de la lectura de determinados medios gráficos.

Por otra parte, cabe destacar que los resultados demostraron que existe una *incompatibilidad entre la imagen del político y su personalidad*, tal como lo percibe el receptor. El hecho de ser políticos, y que éstos sean catalogados de “chantas” y “corruptos”,

forma un estereotipo ya en la mente del receptor, que la mayoría de las veces es imposible de cambiar. Lo antes mencionado responde a uno de los dos factores no controlables por el político para el mantenimiento de su imagen, señaladas por Maarek (1997). El otro factor responde a la imposibilidad *de mantener un control sobre la evolución de la imagen*, ya que mantener un verdadero control de la evolución, y la percepción de la imagen, se hace imposible a largo plazo.

También se pudo constatar que la percepción y la evaluación de los políticos se componen de una parte afectiva (referida a aspectos de simpatía y emocionalidad), y de una cognoscitiva (referida a competencias, temas, información sobre la realidad política). Lo que muestra una preponderancia hacia cualidades y valores determinados de la figura política, y de valoración hacia su formación y educación.

Ampliando lo anterior, y respondiendo a cómo se forma el público su imagen sobre los políticos, los jóvenes cordobeses destacan dos aspectos predominantes: las competencias comunicativas del político, y las características personales. Por lo tanto, se constata que a la hora de elegir a un representante, el grado de popularidad y la cantidad de información y experiencia que se asocia a esa persona, juegan un papel crucial.

En lo que respecta al papel de los medios en la comunicación política, quedó demostrado que los jóvenes se informan a través de ellos, sobre los temas políticos y los candidatos que revisten importancia en la actualidad. Por lo tanto, se adhiere a lo que sostiene Uli Gleich (1999), que la comunicación política se caracteriza por una creciente profesionalización, personalización, priorización de acontecimientos y conflictos. Sumado a ello, señala el autor, “la televisión convierte a las personas en ciudadanos virtuales, que tienen la impresión de participar en la vida política, pero que al mismo tiempo son consumidores pasivos de la política transmitida” (Gleich, 1999: 277). Pero también, debido a la función de entretenimiento que poseen los medios, muchas veces se toma a la política y a sus actores como espectáculo, lo que desvirtúa los fines de la misma y genera un rechazo en el público receptor.

En conclusión, los resultados de este trabajo de investigación permitieron analizar la imagen de los políticos argentinos y como ésta es percibida por los jóvenes cordobeses. El estudio confirma algunas conclusiones ya observadas en la realidad social, y agrega un lógico rechazo hacia el ámbito político debido a la corrupción que se observa. De esto se deriva la necesidad de contar con líderes en quienes confiar, ante la decepción por el comportamiento institucional de los dirigentes. En suma, el desinterés político de los jóvenes afecta su compromiso con el Estado, lo cual resulta inquietante. Además, dicha despreocupación empobrece la vida ciudadana y perjudica las mejores perspectivas de la democracia que, para ser efectiva, requiere participación y clara conciencia cívica.

También se observó el papel que juegan los medios de comunicación en la interacción candidato-ciudadano. Pese a que es cierto que una buena estrategia comunicacional es fundamental, para poder mantener relaciones armoniosas entre representantes y representados, la falta de transparencia en la gestión y la sospecha de corrupción en el ámbito político, restan credibilidad y deterioran la imagen de nuestros dirigentes.

Por lo tanto, es importante destacar el papel de las Relaciones Públicas e Institucionales en este ámbito. Aunque es evidente que dicha disciplina no puede modificar la política, la puede hacer más comprensible, más transparente, y puede aproximar más a la gente a los reales procesos políticos. Este último aspecto no debe subestimarse, pues existe gran malestar con la política producto de la ignorancia, y un distanciamiento que es consecuencia de la falta de transparencia, y frente a la cual se presentan frustraciones generadas por una falsa idealización. El trabajo de las Relaciones Públicas en política debe contribuir al diálogo auténtico con el público, en la búsqueda de entendimiento, de comprensión, y del más valioso elemento: la confianza. Indiscutiblemente esto repercutirá en la imagen que los candidatos tienen en la sociedad actual, y que perciben los jóvenes cordobeses.

Es así que lo esencial para proyectar una imagen positiva es ser coherentes entre lo que se dice, lo que se muestra, y lo que se hace. Citando a Vincent Van Gogh, “Una buena imagen es equivalente a una buena acción”.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

ALMADA, Rossana (2005). *Cultura, Identidad, Política y Multiculturalismo en Todos Santos*. Universidad de Guadalajara México, México. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=13803204>. [Consultado 17/02/11].

APARICIO, Pablo G. *Los jóvenes y la política de juventud en la Argentina. Límites y desafíos de la integración socioeducativa en el contexto de la globalización*. Disponible en www.rieoei.org/deloslectores/1152Aparicio.pdf. [Consultado el 7/05/10].

AVILIA LAMMERTYN, Roberto (1997) *RRPP: Estrategias y Tácticas de Comunicación Integrada*. Editorial Imagen. Buenos Aires.

BALARDINI, S. (2000). *De los jóvenes, la juventud y las políticas de juventud, en la última década*, N° 13. Editorial Cidra. Viña del Mar.

BALARDINI, S. (2000). “Prólogo” en BALARDINI, S. (comp.) en *La participación social y política de los jóvenes en el horizonte del nuevo siglo*. Editorial CLACSO. Buenos Aires.

BANCO MUNDIAL (2008). *Los jóvenes de hoy: un recurso latente para el desarrollo*. Informe N° 38825-AR 2008.

BATALLÁN, Graciela y CAMPANINI, Silvana. *La participación política de niñas y jóvenes-adolescentes. Contribución al debate sobre la democratización de la escuela*. En Publicación: Redalyc, Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=180913915005>. [Consultado 25/11/10].

BERMUDEZ, Natalia; SAVINO, Lucas; ZENKUSSEN, Lorena (2004). *Representaciones sobre Democracia y participación en la juventud de la Ciudad de Córdoba*. Cuadernos de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. N° 022.

Universidad de Jujuy. San Salvador de Jujuy, Argentina. Disponible en www.redalyc.org. [Consultado 29/11/10].

BERRA, Norman (2007). *Investigación de Opinión Pública y Campaña electoral. Fundamentos metodología, contexto y aplicación*. Editorial Reun. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.

BONVILLANI, Andrea y otros (2008). *Juventud y política en la Argentina (1968-2008). Hacia la construcción de un estado del arte*. Revista Argentina de Sociología, Año 6 N°11- ISSN 1667-9261, pp.44-73.

BORDIEU, P. 1990 [1978]. “La «juventud» no es más que una palabra” en BOURDIEU, P., *Sociología y cultura*, Editorial Grijalbo. México.

BORRINI, A. (2003). *Cómo se vende un presidente. Un siglo de campañas políticas en Argentina*, Ediciones de La Crujía, Fundación Konrad Adenauer. Buenos Aires.

CAPRIOTTI, Paul (1992). *La Imagen de la Empresa: Estrategias para una Comunicación Integrada*. Editorial El Ateneo. Barcelona.

CAPRIOTTI, Paul (1999). *Comunicación corporativa una estrategia de éxito a corto plazo*. Artículo publicado en Reporte C&D – Capacitación y Desarrollo. Buenos Aires.

CEPAL, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2004). *La Juventud en Iberoamérica: Tendencias y Urgencias*. Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

COSTA, Joan (1995). *La imagen Global*, Editorial Ceac. Barcelona.

CUTLIP Scott M., CENTER Allen H. (2001). *Relaciones Públicas Eficaces*. Editorial Gestión 2000. Barcelona.

DEUTSCHE BANK (1999). *Jóvenes hoy: segundo estudio sobre la juventud en Argentina*. Editorial Deutsche Bank-Planeta. Buenos Aires.

DEUTSCHE BANK (1993). *La juventud argentina. Una comparación entre generaciones*, Editorial Deutsche Bank-Planeta, Buenos Aires.

FERNANDEZ COLLADO, C. (2008). *La comunicación Humana en el mundo Contemporáneo*. 3ª ed. Editorial Mc Graw- Hill/Interamericana de México. Madrid.

FERRERO, Roberto A. (1999). *Breve Historia de Córdoba (1528-1995)*. Editorial Alción Editora. Córdoba, Argentina.

GARCIA BEAUDOUX, Virginia y otros (2005). *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Editorial Gedisa. Barcelona.

GARCIA DELGADO, Daniel (2003). *Estado-Nación y la crisis del modelo. El estrecho sendero*. Editorial Norma. Buenos Aires.

GORDILLO, Mónica (1996). *Córdoba en los '60. La experiencia del sindicalismo combativo*. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.

GRUNIG James E., HUNT Tood (2000). *Dirección de Relaciones Públicas*. Editorial Gestión 2000. Barcelona.

HERRERA, Stalin. (2003). *El proceso de construcción de la identidad política del movimiento indígena ecuatoriano*. Informe final del concurso: Movimientos sociales y nuevos conflictos en América Latina y el Caribe. Programa Regional de Becas CLACSO. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2002/mov/herrera.pdf>. [Consultado 17/02/11].

KORNBLIT, Ana Lia (2007). *Metodologías cualitativas en Ciencias Sociales. Modelos y procedimientos de análisis*. 2^{da} ed. Editorial Biblos. Buenos Aires.

KOSTZER, Mario (2007). *Chanta Argentino*. Editorial Vergara Editor S.A. Buenos Aires.

KRAUSKOPF, Dina (1998). *Dimensiones críticas en la participación social de las juventudes*. En publicación: Participación y Desarrollo Social en la Adolescencia. San José: Fondo de Población de Naciones Unidas. Disponible en <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cyg/juventud/krauskopf.pdf>.

LESLY, Philip (1981). *Nuevo manual de Relaciones Públicas*. Editorial Ediciones Martinez Roca S.A. Barcelona.

MAAREK, Philippe J. (1997). *Marketing Político. Claves para una buena información política*. Editorial Paidós. Buenos Aires.

MERLINO, Aldo y colaboradores (2009). *Investigación cualitativa en las ciencias sociales. Temas, problemas y aplicaciones*. Editorial CENGAGE Grupo AméricaLee. Buenos Aires.

MARTIN SALGADO, Lourdes (2002). *Marketing Político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Editorial Paidós. Buenos Aires.

MARTINEZ PANDIANI, Gustavo (2004). *Marketing Político: Campañas, Medios y Estrategias Electorales*. Editorial Ugerman. Buenos Aires.

MORA Y ARAUJO, M. (2005). *Democracias Desafiantes. Antología de Campaña*. Editorial Alcop. Buenos Aires.

PIGNA, Felipe (2005). *Lo pasado pensado*. Editorial Planeta. Buenos Aires.

PRIESS, Frank et al (2001). *Trastienda de una elección*, ponencia presentada en el Seminario de Marketing Político, Fundación Konrad Adenauer y Organización Democrática Cristiana de América.

SERRANO PERUJO, F. (2005). *Comunicación y política: Una convivencia necesaria*. Ponencia presentada en la Conferencia Foro Iberoamericano de Estrategias de Comunicación.

SEIJO, Mario Pedro (2005). El concepto de la política frente a la globalización. Conferencia: XXX Semana Tomista: Política Contemporánea y Globalización. Buenos Aires. Disponible en http://cablemodem.fibertel.com.ar/sta/xxx/files/Miercoles/Seijo_05.pdf. [Artículo Consultado 25/11/10].

SARTORI, Giovanni (2002). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Editorial Taurus. Madrid.

TOKATLIÁN, Juan Gabriel. (2009). *La Argentina, con la identidad en duda*. Artículo para diario La Nación. Miércoles 27 de mayo de 2009.

URRESTI, Marcelo (2000). *Paradigmas de participación juvenil: un balance histórico*. Editorial Gráficas y Servicios S.R.L. Buenos Aires.

URRESTI, Marcelo (2008). *Ciberculturas juveniles*. Editorial La Crujía. Buenos Aires.

VIEYTES, Ruth (2004). *Metodología de la investigación en las organizaciones*. Editorial De Las Ciencias. Buenos Aires.

VILLAFANE Justo (1993). *Imagen Positiva, Gestión estratégica de la imagen de la empresa*. Editorial Pirámide. Madrid.

ANEXO

Entrevista N° 1

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Me llamo David

Entrevistador: David ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 20 años, estudio Ingeniería Industrial en la UTN.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: todas las personas hacen política en el momento que se interesan en la sociedad y es la intención que tienen las personas de llegar a poder dirigir algo del Estado o dar algún beneficio o solidarizarse con su pueblo o pares

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: Creo que es importante conocer de política pero la verdad no estoy familiarizado con el tema.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: Hay Nacionales y Provinciales, Los nacionales tienen delegaciones y a su vez, departamentos y presidente del partido. Partidos Chicos: llegan a los gobiernos provinciales. Están los peronistas por una parte y los radicales en el otro extremo, pero no me inclino por ninguno.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: poco y nada, no es algo que se discuta en casa. En determinados momentos se llegó a simpatizar por alguna otra persona por algún proyecto o alguna política.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es una forma de expresar de las personas que no son políticos de dar apoyo, con la cual se siente identificada en proyectos o por la inclinación al partido en particular.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: Yo no voto a ningún partido o candidato, sino proyectos, propuestas que pienso que son buenas y nos van hacer salir adelante.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: y la verdad son los mismos de siempre, no intención de voto en las futuras elecciones. Las fechas creo que no están decididas. Y con respecto a las campañas, no me acuerdo. Creo que por el momento no se esté haciendo algo específico. Sé que se está haciendo algo con Cristina.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: los políticos tienen una mala imagen ya por solo el hecho de ser políticos.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: Buenos en generar dialogo, que sepan hablar, que sepan comunicarse. Un político tiene que saber expresarse, sino mira a Cristina tiene una gran oratoria, por algo siempre sale en cadena nacional. Además, tienen que ser honestos y con carrera política, que hayan trabajado para la sociedad más que para el partido.

Entrevistador: mencionaste los discursos de la presidenta en cadena nacional, ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: Los medios que utilizo para informarme más que todos son los diarios digitales. En muchos medios se ve una fuerte tendencia oficialista (canal 7, TVR) en otros no noto tan marcados. Si se ve como encaran las noticias ciertos noticieros o diarios (C5N, TN, Infobae), Clarín no lo veo tan marcada, se su inclinación pero sí veo en las noticias internacionales su tendencia en contra de las dictaduras (contra Chavez, etc).

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: Creo que los medios influyen enormemente en la sociedad y programas como ShowMuch hacen a los políticos generar adeptos si es que el personaje gustó y simpatizó con la gente (ej De Narváez) . Los debates en televisión creo que no estaban armados pero muchas veces los favorecía y se generan luchas no por las propuestas sino entre los mismos candidatos. Veías un cartel en la calle de la campaña de Mondino, al otro día sobre el mismo tema, otra de Juez respondiendo y así sucesivamente.

Cadena nacional, es un medios bien explotado por la presidenta. Por sus cualidades en oratoria hacen que sea el medio más efectivo que quizás otros presidentes utilizaron como los comunicados de prensa.

Está bien que se comunique lo que hace, obviamente si hace algo mal no lo va a decir. Pero muestran interés en querer comunicar lo que hacen por la televisión que es el medio que mas llega a toda la sociedad ya que no todos leen el diario por ejemplo.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: Hay diferentes clases de personas. Aquellas que votan porque tienen una trayectoria familiar y cultura simpatizante de un partido, en este caso el candidato no tiene influencia. Otros, los menos, que se interesan en la política y leen las propuestas, las critican, generan un juicio al respecto, no se guían tanto por el partido o candidato. Algunos

simpatizan con tal candidato por su exposición o lo que oye que dicen los medios sobre el candidato.

Creo que los jóvenes que más tienen participación política son los que lo viven cada día. Por ejemplo, las elecciones en las facultades nacionales te obligan de alguna forma a estar interiorizado en el tema. Por ahí, personas que no tienen esta vida política universitaria ya sea que vayan a las universidades privadas o que no hayan ido a la universidad no tienen esta experiencia con la política. Hay participación política juvenil sin embargo, es menor y por eso se ve que en realidad los jóvenes no se interesan en la política, es poca pero si hay una conciencia y participación política.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 2

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Marcos

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 22 años, no estudio estoy buscando trabajo por el momento.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: es una manera de hacerse rico. Los políticos lo único que hacen ahora es robar. No hay políticos que hagan algo bueno por la gente

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no para nada

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: están los peronista que siempre fue mas popular, de la clase trabajadora y los radicales de la clase media, mas conservadores.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: por ahí si, siempre tuvieron mas afinidad por el peronismo pero yo no.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es el sistema que utilizamos para elegir a nuestros representantes

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que es importante fijarse en lo que prometen que van a hacer, y votarlos por eso. Cuando están en campaña siempre muestran lo que hicieron para ser reelegidos”

Entrevistador: ¿Y está bien eso?

Entrevistado: sí y no. Tal vez sea la única forma de que se vea que hicieron algo porque por ahí no nos damos cuenta, pero no dejan de hacerlo para que se los vuelva a elegir.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: las últimas elecciones fueron de diputados creo y vote al partido obrero porque no me gustaban los demás. Y de las próximas elecciones a presidente sé que esta Macri, Cristina, Pino Solanas que es que menos me disgusta de todos

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: los políticos son mentirosos, buscan enriquecerse ellos mismos

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: ser honestos y que hagan algo por la gente. Ahora se ve mas empresarios o gente famosa que está en política .Para mí, la gente está cansada que sean siempre los mismos y por ahí, los famosos brindan algo nuevo.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: leo algunos diarios por internet y la tele.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: La exposición de los políticos en los medios es importante, porque por ahí hay gente que no tiene ni idea sobre determinados políticos y porque lo vio en la tele, haciendo algo, ya lo vota.

Entrevistador: ¿y eso está bien?

Entrevistado: y en realidad no, pero la gente, no todos, pero la mayoría no va a fijarse en las propuestas, en los proyectos sino en lo que comuniquen en la tele. Por eso, es la forma de llegar a los ciudadanos. Además, se sabe que por la televisión al ser un medios masivo llegan a mas gente, aumenta su popularidad y les funciona.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: yo creo que a la gente, a los jóvenes ni les interesa la política, es que la política es mal vista, todos los que están en política son corruptos.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 3

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Fernanda

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 19 años, estudio psicología en la Universidad Nacional de Córdoba.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: los políticos tienen un conjunto de ideologías, valores que hacen que piensen en el bien de la sociedad y unidos a partidos políticos o agrupaciones pueden hacer algo

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: sí, me parece que es importante conocer. Por cuestiones de tiempo por ahí no estoy tan metida.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cuál te ubicarías?

Entrevistado: y ahora no hay unidad en los partidos, está todo desmembrado, ya no tenes el peronismo, el radicalismo. Cada uno de ellos tiene otros partidos que tienen más inclinación con uno o con otro o que están en el medio.

Entrevistador: ¿vos te ubicas en alguno?

Entrevistado: yo particularmente me inclino por el radicalismo pero por una cuestión que tengo una tradición familiar. Pero también comparto muchas cosas con los peronistas como el tema de la cuestión social, beneficiar al trabajador.

Entrevistador: ¿y cual pensás que son los factores que influyen a la hora de elegir a un candidato?

Entrevistado: muchas veces este tema de cuna, de que sea una tradición familiar. Mas allá, de que no sean militantes de algún partido, lo que opinen la familia importa a la hora de ver a quién votar

Entrevistador: y... ¿es el único factor que influye?

Entrevistado: no, pero el que más pesa.

Entrevistador: ¿hay otros factores que influyan a la hora de elegir un candidato?

Entrevistado: si, en las casas donde no se habla de política, creo que el hecho de que un político simpatice con el pueblo influye a la hora de votarlos, la campaña que haga, como se muestre, que se vea común, creíble influye mucho

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es un derecho y una obligación que nos permite expresarnos y tener vos en la elección de representantes

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: no vote nunca, las elecciones de este año serian las primeras, todavía no tengo decidido a quién votar.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué pensas?

Entrevistado: creo que ahora no veo muchos políticos que hayan hecho una carrera. Ahora cualquiera puede ser político, sea actriz, empresario o humorista.

Entrevistador: ¿y eso está bien?

Entrevistado: no para nada, no cualquiera puede gobernar, tal vez por eso estamos como estamos, porque cualquiera se mete en política. No quiero decir que una persona cualquiera no pueda ser gobernante pero creo que se necesita una carrera, capacidad para gestionar, para velar por el bien de los ciudadanos

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: No cualquiera puede gobernar, se requiere de personas que sepan del tema. Tal vez esa es una causa del fracaso de los gobernantes, no estar capacitado. No quiero decir que una persona cualquiera, un ciudadano no pueda estar en política porque es un derecho y no se le puede negar. Pero creo que se necesita personas con cierta habilidad, educación, que sepa manejar las políticas públicas, la economía, la relación con los demás países, no solo la buena voluntad alcanza para sacar un país adelante

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: veo la televisión, programas políticos específicos no pero si de actualidad donde se tocan temas relacionados a la política.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: por ahí es el precio que tienen que pagar si quieren hacerse conocidos y llegar a mas gente. Muchas veces los programas se burlan de los políticos pero no es culpa de los medios o de la exposición de los políticos, sino de que es lo que la sociedad consume, sino no tuviera rating y no estaría pero esta y la gente quiere ver eso. Y si los políticos quieren ser electos se tienen que prestar a participar en esos programas y tomarlo con humor cuando alguien los imita.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: creo que no hay mucho interés pero creo que no hay que culpar a los jóvenes por no saber nada de política, ellos son el resultado de la sociedad. Ellos son testigos de los problemas que se viven, de la corrupción de los funcionarios, de la pobreza, del descontento social.

Entrevistador: ¿piensas que hay participación de los jóvenes en la política?

Entrevistado: creo que los hijos de políticos que tienen una educación política en sus hogares son lo que se interesan más en la política o los que se meten en movimientos como la juventud peronistas.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 4

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Me llamo Rocío

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 23 años, estudio arquitectura en la UNC, en mi tiempo libre hago patinaje.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: no sé si llega a ser una profesión, pero engloba un determinado número de personas dedicadas a crear un medio justo en donde el pueblo puedan sentirse respaldado

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no, la política es sinónimo de corrupción, se perdieron los ideales de luchar por los demás, ahora solo buscan el beneficio propio.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: la base Peronismo y radical (derecha- izquierda) pero eso se desvirtuó totalmente. Actualmente, se produce una cosa como de conveniencia, de adaptación de los principios y llevarlos a su conveniencia. Pero lo que era antes, ya no funciona más.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: si, en mi casa siempre se voto al mismo partido, mas allá de no sentirnos representados en este momento con ningún candidato, nunca votaríamos a un partido opositor.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la manifestación de la voluntad, que sumada a las voluntades individuales de cada uno representa la voluntad del pueblo

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: Particularmente creo que si existen cuestiones ideológicas si es que la persona al momento de votar tiene ya en su familia antecedentes como es mi caso. Pero es también por sectores: los que se criaron dentro de una familia con cierta orientación van a seguir sus principios sea quien sea el que este postulándose, pero también es cierto que hay una tendencia últimamente a simpatizar con el candidato más que por el partido

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: En las elecciones anteriores por motivos de estudio no pude votar, igual ni me interesaba. Con respecto a las futuras la verdad lo único que sé es que esta Cristina, pero no sé quien se presenta o si hacen campaña o los partidos nuevos que hay, sus ideologías, la verdad desconozco. No tengo mucho incentivo de votar. Al final uno termina votando a uno para que no gane otro.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué pensas?

Entrevistado: son siempre los mismos, lo único que cambia es que a veces están con unos, después se pelean y se van a otro partido, eso no habla muy bien de ellos ni de su honestidad

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: los políticos necesitan una educación que los capacite para gestionar

Entrevistador:¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: No consumo mucho medios, lo que me entero es por la televisión básicamente. Siempre en los medios hay un manejo desde arriba que los limite en que decir y que no. Vos estás leyendo algo escrito por alguien que influencia o no tiene una postura, ósea o es totalmente objetivo

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: Ahora se busca vender al candidato y hacerlo un producto. Se vende con frases pegadizas que después la gente repite como dicen que soy aburrido, soy un tipo común. Además, la televisión toma a la política como chiste, se burlan de los políticos, toman sus defectos físicos y los potencian” (Rocío, 23 años)

Entrevistador: ¿y está bien eso?

Entrevistado: no para nada, se necesita personas serias para gobernar, no personas que se presten para aparecer en Show Mach. Por algo la gente no cree en la política, si los así.

Entrevistador: ¿y cómo es así?

Entrevistado: comunes, yo no quiero un gobernante que sea igual a mí, sino que sea mejor a mi o a los demás, sino cualquiera puede gobernar y no es así. (Rocío, 23 años)

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: Ahora nadie vota, la gente tiene un descreimiento por la política, el político y todo lo que lo envuelve. Lamentablemente todos empezamos a negarlo y no prestarle importancia y quizás le pasa a muchos lo que me pasa a mí, que al no reconocerte con ningún partido, ningún político, perdes interés en apoyar a alguien. Es un ida y vuelta también el criticar a la presidenta que tenemos, es culpa nuestra al fin y al cabo la votamos. Al no haber compromiso nadie se juega, la típica frase son todos los mismos y si porque

nadie se las juega, nadie va a ser una carrera política y el que la empieza a ser desde abajo (porque esa es otra cuestión se necesita fondos) lo vemos mal y decimos que pena! Nadie lo apoya todos estamos inmersos en nuestras cosas, se perdió mucho eso que dio origen a la democracia el luchar por el otro. Y más en los jóvenes que no vivieron la dictadura como para valorar la democracia que tienen. Por eso, hay una pérdida de ideología, no hay idea de comunidad de pueblo.

Hay que volver a la raíces, a hacer una carrera política no por ser hijo de, esposa de, se asciende. Con la idea que todos somos iguales, que cualquiera puede gobernar, cualquiera es político y eso no es así. Se necesitan conocimientos, estar capacitado. Porque qué pasa con esas personas que no saben, terminan siendo títeres de otro que si tiene las herramientas, específicamente herramientas económicas, lo económico da poder. Es verdad el presidente no puede saber todo de todo, para algo tiene gente capacitada atrás y está bien que sea así, sino se mandaría unos mocos tremendos, pero acaso nadie sabía que Menem estaba vendiendo mitad de país, sí pero había corrupción y todos estaban metidos en eso. Hay una falta de compromiso y una búsqueda del bienestar propio.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 5

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Cinthia

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 23 años, estudio derecho en la facultad de Córdoba.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: forma de gobierno, tiene que ver con las funciones de gobierno. Puede ser democrático o de facto.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no la verdad no.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: Izquierda, son mas liberales y los de derecha mas conservadores

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: poco y nada

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: Una forma de expresar nuestra voluntad. Es a través del voto como elegimos los representantes. Por eso la gente tiene que ir a votar, no tendría que ser obligatorio sino que tendría que nacer, pero siempre están los mismos y no hay muchas opciones.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: la verdad no voto a determinado partido, prefiero ver a los candidatos, su manera de expresarse, lo que piensa, sus valores, es lo que me lleva a elegirlo

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: por ejemplo en las elecciones presidenciales anteriores me acuerdo que vote a Lavagna, porque no quería que gane Cristina pero en estas elecciones la verdad no tengo ni idea quien está haciendo campaña, no tengo intención de voto todavía por ninguno

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: ser político es sinónimo de corrupción, miran su bienestar y no el del pueblo que los voto

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: los políticos deberían ser honestos y transparentes, tienen que representar al pueblo, son la voz. Se requiere de personas que hayan trabajado para la sociedad, que haya ido escalón por escalón y se haya ganado su puesto.

Entrevistador:¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: mas que todo con la televisión, por ahí con los diarios por internet.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: La exposición tiene sus pros y sus contras, te enteras de cosas que no sabes. Al candidato puede ser que ser tan mediático no lo favorezca pero por otra parte se tienen que dar a conocer y llegar a la gente.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: creo que no hay interés de los jóvenes en la política, tal vez falta de información pero los jóvenes no se interesan en esos temas.

Entrevistador: ¿Cómo ves esto?

Entrevistado: y está mal porque la política es importante y todos tendrían en meterse y saber, pero creo que los jóvenes están desmotivados

Entrevistador: ¿y por qué es eso?

Entrevistado: porque no les dan motivos para creer en la política, son todos corruptos, mentirosos, no cumplen lo que prometen

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 6

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Nieves

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: estudio Bioquímica en la Universidad de Cs. Químicas. Tengo 20 años.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política es para ganar plata y lo veo como muy chanta todo y a las personas que están en política

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no me ubico en ninguno, no me interesa la política.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: por ahí cuando estamos en la mesa y en la tele pasan algo sí, sino no se habla de política por lo general

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: el voto es la forma que tenemos de elegir a las personas que nos van a representar.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: y más que todo la campaña que se haga, como se muestre. Por ejemplo, Cristina constantemente está haciendo campaña, en sus discursos lo notas.

Además, me parece me parece que la muerte de su esposo le sirvió para hacer campaña). Ahora hasta hay un himno para Néstor.

Entrevistador: ¿por qué piensas eso?

Entrevistado: porque sabe que la gente lo quería más que a ella. Además, siempre cuando habla de él, como que dice que ella solo sigue lo que él comenzó, o que así lo hubiera querido Néstor, como si ella fuera solo un títere, es viva

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: en las anteriores no vote, y en estas todavía no sé. Sé que esta Cristina, Alfonsín, pero mucho más que eso no sé.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: como te decía antes, son chantas, buscan su bien.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: honestos principalmente.

Entrevistador:¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: Se muestra mucho la vida privada de los políticos en vez de mostrar sus proyectos o propuestas

Entrevistador: ¿Por qué piensas que se hace eso?

Entrevistado: es lo que vende, es la forma en que llega a la gente, la gente es media cholula y quiere saber. Por ahí, un político no era conocido y empezó a salir con alguien famoso y se hace conocido

Entrevistador: o sea tiene mucha más exposición

Entrevistado: si la gente lo conoce y eso le sirve para hacer campaña

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: no hay interés de los jóvenes en la política, esta todo muy manchado y no te dan ganas de involucrarte.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 7

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: María Julia

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: soy farmacéutica, tengo 25 años, soy de Santiago del Estero pero desde los 18 vivo en Córdoba.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política es la forma que toma Estado para velar por el bienestar del país.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: la verdad no tengo afinidad por ningún partido, me interesa poco y nada los temas relacionados a la política.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no mucho no

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma que se utiliza para elegir quienes van a gobernar.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: y la verdad ahora creo que se vota por un candidato más que por un partido político, como hay tanto, yo me fijo mas en el candidato, si se ve honesto, con ganas de trabajar.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: en las anteriores creo que vote en blanco, no me acuerdo bien y en estas se que esta de candidato Pino Solanas, Alfonsín pero todavía no vi ninguna campaña.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: Ahora no veo muchos políticos que hayan hecho carrera, más que todo personajes públicos que se meten en política.

Entrevistador: ¿y esto es bien visto?

Entrevistado: Puede ser, tal vez la gente piensa como Macri o De Narvaez son millonarios no van a robar tanto (risas).

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: Deberían ser confiables y que cumplan lo que prometen

Entrevistador:¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión y por ahí los diarios

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: y es la forma en que llegan al pueblo digamos, sino no serian conocidos. Necesitan de la exposición para poder ser electos.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: creo que los jóvenes sienten que la información sobre temas políticos no tiene utilidad en sus vidas. No hay un aprendizaje de que la política repercute en la vida cotidiana.

Entrevistador: ¿y por qué crees que se da esto?

Entrevistado: creo que los jóvenes perciben la realidad, las propuestas que no cumplen los políticos, la corrupción y eso es lo que se traduce en la actitud de los jóvenes con respecto a la política.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 8

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Raquel

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: soy arquitecta, trabajo en el estudio de mi viejo. Tengo 25 años.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política es todo lo que envuelve el quehacer diario de las personas que gracias al poder que les da la ciudadanía guían el país.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: Estan por una parte los radicales y los peronistas. Esos serian los extremos, en el medio hay diferentes partidos que tienen cosas de ambos y que se formaron por alianzas, ideales comunes, etc.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: si por ahí se tiran mas al radicalismo, pero no tienen una tendencia marcada

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de darle poder a ciertas personas para que nos representen.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que muchas veces lo que muestran los candidatos, es importante. El apoyo de la gente es importante. Por ejemplo antes nadie conocía al hijo de Alfonsín y ahora después de la muerte de su padre, se lanza como presidente para el 2011

Entrevistador: ¿y a que se debe esto?

Entrevistado: y a que tal vez como vio todo la gente que fue a despedir a su padre, vio un electorado que lo va a apoyar si se presenta a las elecciones. Y me parece que es así, que la gente lo va a votar.

Entrevistador: ¿y por qué piensas que lo van a votar?

Entrevistado: Antes no era conocido, si bien siempre estuvo metido en la política nadie lo conocía, ahora con el fallecimiento del padre tubo mas exposición, se hizo más conocido, la gente que sentía aprecio por Alfonsín lo va a votar.

Entrevistador: mencionas la exposición que tiene este político, ¿es importante que un político se muestre en los medios de comunicación?

Entrevistado: sí y es como que todo está planeado, que a Cristina se la muestre hablando con su hijo, que un político vaya a la iglesia con su familia, todo está fríamente calculado y no lo hacen por casualidad. Tienen asesores que le dicen cómo moverse, como vestirse, que decir, que no. Es más, creo que los medios de comunicación si influye en la política, los políticos se hacen conocidos y llegan a la gente a través de ellos

Entrevistador:¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: diarios por internet y programas de actualidad.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: por desgracia tienen una mala imagen, es porque los que están en política no son éticos y eso perjudica la imagen de la política en general

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: deberían preocuparse por el pueblo a quien representan

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: yo creo que los jóvenes si se interesan en política, se ve más en chicos o que estudian carreras como abogacía, ciencias políticas. A ellos si les interesa y se involucran en política

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 9

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Hernán

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 24 años, soy profesor de educación física, estoy haciendo la licenciatura.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: se representa mediante las personas que se dedican a trabajar por la sociedad.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no la verdad que no, nunca voté.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no me ubico en ninguno, siempre fue izquierda derecha. Ahora se ve partidos intermedios que no están muy bien definidos en cuanto a la ideología que profesan. Tienen un poco de unos y otro poco de otros, son una mezcla

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no se habla.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de elegir gobernantes.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: para mi influye mucho como es el político, lo que promete. Que se vea confiable, comprometida con su trabajo.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: nunca antes vote, la verdad no me interesa votar, porque son siempre lo mismo y siento que mi voto no va a cambiar nada. Con respecto a la próximas votaciones se que Cristina está pensando postularse nuevamente, por lo menos es lo que se comenta, pero particularmente no sé a quién voy a votar y si voy a votar o no.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: los políticos no tienen una buena reputación. Al ser siempre los mismos, pensar en su bienestar, ser corruptos no generan confianza y tienen mala imagen.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: deberían preocuparse más por el pueblo, trabajar para ellos. Deberían ser personas responsables con formación que se comprometan con su trabajo

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: principalmente la televisión.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: creo que es la forma de llegar a la gente, los políticos deben mostrarse en los medios para que la gente los conozcan, conozcan sobre la política.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: no creo que hay un descreimiento enorme con respecto a todo lo que envuelve la política. Los jóvenes y la sociedad ven que es un ambiente muy corrupto. No tendría que ser así, pero la imagen que se tienen de los políticos y de la política no es buena y genera rechazo.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 10

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Lucia

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 23 años, estudio relaciones públicas, soy de Córdoba.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política envuelve todo lo que comprende un Estado, sus representantes, sus instituciones, etc.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: sé que es importante saber pero la verdad no me interesa mucho.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cuál te ubicarías?

Entrevistado: están los partidos de izquierda, más liberales como el peronismo, que es más popular. Después están los de derecha que serían los más conservadores como los radicales

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: sí bastante, mis padres son abogados y constantemente están hablando pero nosotros no intervenimos mucho, casi nada.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es el derecho que tiene el pueblo de elegir representantes y participar en la vida política de un país.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: depende, muchos votan a un determinado partido por la ideología que tienen. Esto ya está cambiando, al haber partidos nuevos con valores compartidos creo que la gente se fija más en el político, su carrera, si tubo o no gestión y como le fue. También depende mucho de la campaña que haga y como llegue a la gente.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: me acuerdo que en las votaciones anteriores por motivos de estudio no vote y en estas sé que hay campañas de cristina, Carrio, Macri

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: creo que no tiene una imagen favorable, por todo lo que involucra el ámbito de la política: corrupción, estafas, enriquecimiento. Es como el dicho que dice hasta la fama y échate a dormir. Tienen fama de ser mentirosos corruptos y tienen que lidiar con eso.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: tienen que mostrar que dicen la verdad, que son confiables.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión, la radio, el diario.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: los medios ejercen mucha influencia en la política, ya que a través de ellos se conoce y se muestra este ámbito. Los políticos para llegar a la gente tienen que

exponerse y darse a conocer. Si bien es cierto que muchos programas toman en broma a la política, es el precio que tienen que pagar para llegar a la clase popular y clase media. Se hacen estudios y se ve que medios la gente usa para informarse y la gente prefiere el entretenimiento, vuelve a la casa cansada y lo que quiere es divertirse, los políticos se deben adecuar a las necesidades y los medios que consumen sus votantes.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: creo que si hay participación, mucho mayor es lo contrario: el descreimiento, la falta de interés. Pero creo que hay personas que están interesadas y que participan en formas de políticas. Como agrupaciones de jóvenes que tienen los partidos políticos o en los centros de estudiante de las universidades. Manifiestan su participación y es interesa la política.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 11

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Paola

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 18 años, estoy en el primer año de odontología en la UNC.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: son las personas que se dedican a la política, a trabajar por la sociedad.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no la verdad se casi nada de política

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no no sé.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: poco, si estamos comiendo y se ve algo en la tele si, sino no.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de elegir a los gobernadores, presidente, ministros, etc.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que es importante saber lo que propone, las ideas que tiene.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: no están serian las primeras elecciones presidenciales que votaría, se que son en octubre, que esta Cristina, Macri, Alfonsín. Todavía no se a quién votar pero por lo que note, que ahora Cristina y Alfonsín son dos candidatos que tiene posibilidades. Por ahí, con la muerte de Nestor o de Alfonsín se vio mas el apoyo de la gente. Yo por lo menos, antes a Cristina no la podía ver, ahora no me desagrada, la vi una mujer con una fortaleza. A pesar de la muerte de su marido ella estaba parada firme y tratando de sacar adelante al país.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: los políticos son todos chantas, muy pocos realmente se preocupan por la gente.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: tendrían que comprometerse, no ver a la política como una carrera para hacerse ricos sino que realmente quieran trabajar por el país y sacarlo adelante.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: veo televisión y por ahí leo los diarios de internet, como infobae, clarín.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: la gente consume la televisión, y es un medio que llega a todos. Cristina saliendo en cadena nacional llega a mucha más gente. Está bien, tienen que comunicar sino la gente no sabe lo que hace.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: tendríamos que interesarnos mas en política, en quienes son los candidatos, que proponen pero la verdad muy poca gente se interesa y se informa, la mayoría por ahí si no les toca de cerca, si están bien económicamente, si tienen empleo, salud, si no tienen problemas de inseguridad ellos y sus familias no miran mucho mas. Deberíamos informarnos, participar, hacer valer nuestros derechos pero no es así. Vemos que todo es muy chanta y hay mucha corrupción y que nosotros no podemos hacer nada.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 12

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Mercedes

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 19 años estudio medicina.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política es la forma en que personas trabajan para la sociedad y para el bienestar de los habitantes de un país

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no la política está muy mal vista pienso yo, la mayoría de los políticos no son creíbles y hay mucha corrupción.

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no no sé.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: poco, por ahí mis abuelos si hablan mas, se quejan de los políticos cuando ven alguna noticia

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de elegir nuestros representantes.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: tiene mucha influencia la campaña que hagan por ahí la gente se conforma si le prometen algún subsidio, algún plan social, algún bolsón.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: presidenciales estás serian las primeras, pero todavía nose quien se presentan. Me parece que no se esta haciendo mucha campaña todavía.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: no tienen buena fama, se buscan enriquecer ellos con los recursos del país. No son creíbles

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: Deberían de dejar de pensar en ellos y pensar más en la sociedad.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: veo televisión mas que todo.

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: lo que no está bien es que se tome a la política como burla, se ridicularice a los políticos en la televisión por sus defectos pero también los políticos se prestan para eso, se los ve poco serios

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: es como te decía antes, la política no se ve como algo creíble, los que están en política tampoco, la gente pierde la confianza en quien los representa y por eso no nos interesamos en política.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 13

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: María Pía

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 20 años estudio odontología

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política es todo lo que incluye temas relacionados al estado a la economía y el bienestar de la sociedad.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: poco, por ahí veo algunos programas que tratan temas de política

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: Ahora no hay mucha homogeneidad, los partidos son mas híbridos, están mas mezclados ya no hay izquierda- derecha.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: por lo general si, mi viejo mas que todo.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de elegir a quien nos va a representar, es un voto de confianza que se le da a una persona para que gobierne y decida sobre el bienestar de todos.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que depende de lo que genere el candidato, de cómo se muestre, de que se lo vea con capacidad para gestionar, confiable.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acuerdas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: Hubo unas elecciones hace un año, pero no vote porque no estaba en padrones. En estas elecciones creo que voy a votar a Alfonsín por lo menos con lo que escucho en mi casa, decían que cuando gobernaba Alfonsín padre el país estaba bien. Creo que el tiene posibilidades. Además, a comparación de otros, tiene mas carrera política, siempre estuvo metido.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: aparte de corruptos, se los ve incapaces de gestionar, que se les va de la mano y no puede ser así cuando se trata de cuestiones que afectan a todos los ciudadanos

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: tiene que saber como gobernar, no cualquiera puede ser presidente, necesita ser capaz, tener una formación.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: televisión, diarios por internet

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: necesitan comunicar, para mí está bien. Tienen que llegar a todos. No todos estamos tan metido en política así que se necesita de la televisión para que los conozcamos, para que sepamos que hacen, se necesita de los medios para poder participar e involucrarnos en política.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: hay participación, por ahí gana el desinterés provocado por la falta de confianza en quienes nos representa. Pero creo que hay jóvenes que les interesa la política, tal vez porque tienen una trayectoria familiar y se involucran desde chicos en los gobiernos de las escuelas, universidades, el apoyo de la familia en estos casos es muy importante.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 14

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Juan Pablo

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 18 años, termine el colegio el año pasado, me gusta jugar al fútbol, todavía no sé que voy a estudiar.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: la política es la actividad que involucra quehacer de los políticos, que deben trabajar para la sociedad

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: poco es importante saber de política y de quienes nos representan

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: los partidos políticos se unen por una ideología común, los hay mas conservadores, otros mas liberales

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: si bastante, no tienen militancia hacia ningún partido, pero si les interesa.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma que como ciudadanos que vivimos en una democracia hacemos valer nuestros derechos de elegir a quienes nos van a gobernar

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que hay muchos factores que influyen. Por una parte, están los que votan a un partido político por su ideología, otros que votan según las propuestas, yo creo que lo que influiría en mí para elegir a algún candidato son las ideas, las propuestas, el compromiso que muestre a mejorar el país, la provincia, el municipio.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: no en las anteriores no vote, en estas todavía no tengo definido porque no veo todavía una campaña explícita, son todos más que rumores, me parecen que se están definiendo los candidatos internamente en los partidos. Todavía no se sabe bien quienes se van a postular.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: por desgracia por el accionar de algunos, el mal accionar digamos, quedan pegados políticos que por ahí quieren hacer algo, pero no se sabe. Los políticos tienen mala imagen y nadie se involucra en política por esa razón.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: tal vez tendríamos que percibir que son honestos, comprometidos. Pero la mayoría mete el verso para ganarse a la gente y después no hace nada de lo que prometió.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: televisión, diarios por internet

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: creo que la televisión por ser un medio que llega a todos, es una buena vía para llegar a la gente. Siempre los políticos necesitaron de los medios para comunicar, eso no es nuevo, desde los actos de campaña, folletines, propaganda en la vía pública. Aun antes de la televisión, los medios de comunicación sirvieron a la campaña política y a los candidatos y gobernantes para comunicar y llegar a la gente.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: yo creo que hay poca participación de los jóvenes por esta razón, no se ve un ámbito sincero para meterse. Muy pocos, de lo que escucho, se quieren meter en política, y si se meten es porque quieren algún beneficio propio.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 15

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Matias

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 18 años, estoy haciendo el ingreso a ingeniería en la UTN.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: es la forma en que mediante el poder que se otorga a los políticos pueden decidir por el futuro del país.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: muy poco en realidad

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: se que están los peronistas y a la vez tienen sus ramas nuevas como el PRO, Frente para la Victoria y los radicales que también tienen sus ramas.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: si por ahí mis viejos hablan de política mas que todo con mis abuelos pero no se sienten representados por ningún partido.

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de elegir a quienes nos van a gobernar.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: yo me fijo en la persona que se postula, como se lo ve, la campaña que hace, las propuestas, la forma en que se muestra, si se lo ve confiable

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acordas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: creo que esta Cristina, Macri, Pino Solanas, Alfonsín. Tal vez me inclino más a Macri, porque es una figura nueva y que tal vez puede hacer algo y no robar tanto. Los otros son los mismos de siempre.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: son todos corruptos, ya no se puede creer en los políticos, por eso por ahí gente que no pertenece a la política, sino que se hizo conocido por otra cosa puede ser más honesto, y hacer algo por la sociedad.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: deberían comprometerse, ser honesto no jugar con los sentimientos ni el bolsillo de la gente. Deberían cumplir minimamente lo que prometen desde el inicio de su gestión y no cuando está terminando para mostrar que hicieron algo y ser reelectos.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la tele

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: por ahí, no se toma a los políticos en serio, se los carga, los imitan pero eso es lo que la gente consume y lo que divierte.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: no no hay interés por lo que se ve todo muy corrupto.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 16

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Santiago

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 19 años, vivo en Córdoba, estudio Ingeniería Industrial en la UTN

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: es lo que hacen los políticos, que responden al pueblo que los elige.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: la verdad no tengo ni idea

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: mediante el voto elegimos los gobernantes, que van a tomar las decisiones por nosotros

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que la figura de la persona que se postula es importante, ver si tubo una gestión anterior, ver si se ve confiable, transparente,

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acuerdas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: no estas serian las primeras y no sé a quien voy a votar, no vi nada todavía

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: son mentirosos, buscan su bienestar, se enriquecen ellos y sus familias

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: deberían dejar de robar pero es casi imposible.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: si utilizan la tele para hacer campaña, se gastan un dineral para hacer una propaganda con algo pegadizo, con una cancioncita.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: no, por mas que uno tenga buenas intenciones y no quiera robar, al entrar en la política, el medio te va llevando. No brindan seguridad y la gente deja de creer y de participar. Creo que la gente va a votar solo porque es obligatorio no porque se sienta representado o le interese.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 17

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: José

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 18 años, juego al tenis profesionalmente.

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: es un medio muy corrupto, las personas que participan en política, los políticos, son personas que a pesar que tendrían que responder a quienes lo votaron piensan en ellos y en su propio bienestar

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no no sé

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma, que como país democrático, elegimos a las personas que ejercerán cargos para gobernar el país.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: en mi caso, creo que me fijaría si al político se lo ve honesto y capaz.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acuerdas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: no nunca vote y no sé si en estas voy a votar, porque por ahí por lo torneos no puedo. Igual mucho no me interesa

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: los políticos buscan esta actividad como un medio rápido para ganar dinero fácil.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: creo que tienen que ser capaces de llevar adelante el país. Con una carrera que los forme para poder afrontar todo y pensar en la gente y no en ellos

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: y si es la forma de llegar a las clases populares, porque por ahí no todos leen el diario, utilizan internet, pero con la televisión, un político llega a todos

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: creo que la mayoría esta como yo, que no le interesa porque que todos son corruptos y no tiene buen prestigio.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 18

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Maximiliano

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 23 años, estudio medicina

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: creo que la política es la actividad que realizan los políticos, que deciden por la gente que los vota, sobre decisiones de economía, salud, educación, etc.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: muy poco

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: son grupos que se unen bajo los mismos valores. Cada partido tienen diferentes ideas y el pueblo decide a quien elegir para que los represente.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma democrática de elegir a quienes nos representan y hacer valer nuestro derecho y participar en política

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que lo que influye son las ideas, las propuestas.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acuerdas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: en las anteriores elecciones presidenciales me acuerdo que vote a Lavagna. En estas todavía no vi ninguna propuesta interesante que me haga votar a un candidato

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: los políticos representan al pueblo y su actividad es de servicio. Pero ahora dejaron de servir al pueblo y piensan en si mismos.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: y como dije antes pensar en el pueblo y servir a quienes representan.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión, diarios y radio

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: si está bien porque llegan a todos, es la forma que encuentran para comunicar sus propuestas.

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: debería haber mas, pero la gente y los jóvenes especialmente no se quieren meter en política porque no creen que sea un medio creíble y transparente.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 19

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Lucas

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 25 años, trabajo en una inmobiliaria

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: es la forma de ordenar la vida de los habitantes de una sociedad libre.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no para nada

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no, no sé, están los radicales y los peronistas y ahí me quedo

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: mediante el voto nosotros elegimos a los gobernantes

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: muchas veces depende del candidato, como le caiga a la gente.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acuerdas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: no todavía no vi nada que me interese

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: buscan hacerse rico, son corruptos

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: y todo lo contrario, ser honestos, transparentes pero eso es imposible (risas)

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: si está bien

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: no no hay interés por lo que decía que todo ese medio es muy corrupto.

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo

Entrevista N° 20

Entrevistador: ¿Cuál es tu nombre?

Entrevistado: Marcelo

Entrevistador: ¿qué me puedes contar de vos?

Entrevistado: tengo 25 años, estudio ciencias económicas

Entrevistador: ¿Qué es para vos la política?

Entrevistado: es lo que realizan los políticos.

Entrevistador: ¿Te interesa la política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿Cómo conceptualizarías los diferentes partidos políticos y en cual te ubicarías?

Entrevistado: no, no sé.

Entrevistador: ¿en tu familia se habla de política?

Entrevistado: no

Entrevistador: ¿y qué es el voto para vos?

Entrevistado: es la forma de elegir a nuestros representantes.

Entrevistador: ¿qué factores influyen para vos a la hora de elegir a un político?

Entrevistado: creo que tiene que ver si una persona que se postula, se ve comprometido, es decir, depende de la campaña que haga el político.

Entrevistador: con respecto al llamado a elecciones, ¿te acuerdas de algunas o de las futuras elecciones presidenciales sabes algo, quien se postula, cuando son, las campañas que se están haciendo?

Entrevistado: nunca vote.

Entrevistador: Con respecto a la figura del político, ¿Qué piensas?

Entrevistado: tienen mala imagen, porque no son éticos y buscan su propio bienestar.

Entrevistador: ¿y cómo deberían ser?

Entrevistado: creo que si serian honestos y se preocuparan por la gente, todos les creeríamos un poco mas.

Entrevistador: ¿qué usas frecuentemente para informarte?

Entrevistado: la televisión

Entrevistador: ¿Qué opinas sobre la idea que los políticos se exponga a los medios de comunicación?

Entrevistado: y es la forma que utilizan para hacer campaña

Entrevistador: ¿piensas que la sociedad, especialmente los jóvenes se interesan en política?

Entrevistado: no para nada

Entrevistador: muchas gracias por tu tiempo