

37
29.



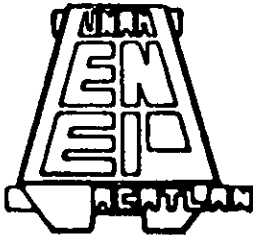
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
ACATLAN

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA RADIOFONICA
QUE DIFUNDA LOS VALORES UNIVERSALES
DE LA CULTURA POLITICA

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN PERIODISMO
Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A
ROSA MARIA MORA GUTIERREZ



ASESOR: LIC. ENRIQUE ARELLANO AGUILAR

MEXICO, D. F.



1998

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

261254



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Las dedicatorias son tan comprometedoras como cursis,
así que quisiera saltarme esta parte tan difícil de la tesis
porque no sabría cómo dedicarles este trabajo a mi mamá,
a mis hermanos, a mis tíos, a los vivos y a los muertos.

Y aunque esto no sea un disco de Joaquín Sabina
ni mucho menos, quisiera dedicarle esta tesis a la Maga
y a los sueños que un día se fueron pegados a la cola
de una fantasía en forma de cometa,
a buscar todo aquello que nunca jamás sucedió.
¿O no es así Horacio?

A los fantasmas que me asaltaron constantemente.

Gracias a la Universidad por considerar que con el
último punto de esta tesis queda concluida mi licenciatura.

Gracias a todos aquellos que alguna vez me preguntaron
¿cómo vas con tu tesis?

“Je suis restée dans l’histoire avec ces gens et seulement avec eux”.

Í N D I C E

ÍNDICE

Introducción.	2
1. El Instituto Federal Electoral.	9
1.1. La Importancia del IFE para la Promoción de la Cultura Política en México.	9
1.2. Orígenes.	11
1.3. Funciones.	14
1.3.1. Órganos Centrales.	15
1.3.2. Órganos Desconcentrados Permanentes.	16
1.3.3. Órganos Desconcentrados Temporales.	17
1.3.4. El Proceso Electoral Federal.	18
1.3.5. Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica.	20
1.4. Divulgación de la Cultura Política.	24
1.4.1. Elaboración de Mensajes de Cultura Política.	25
1.4.2. Divulgación de la Cultura Democrática a Población Abierta.	26

1.4.3. Divulgación de la Cultura Democrática a Población Infantil y Juvenil.	28
1.4.4. Actividades de Divulgación de la Cultura Democrática a Población Políticamente Atenta.	29
1.4.5. Actividades de Divulgación de la Cultura Democrática a Población Infantil y Juvenil.	29
1.5. Instituciones Comunicativas.	30
1.6. La Educación Cívica en la Promoción de la Cultura Política.	32
2. La Cultura Política en la Sociedad Mexicana.	35
2.1. Definición de Cultura.	35
2.2. Las Dimensiones en el Campo de la Cultura.	40
2.3. Definición de Política.	41
2.3.1. Valores Políticos.	43
2.3.2. Política y Vida Cotidiana.	46
2.3.3. Política y Poder.	50
2.4. Explorando el Concepto de Cultura Política.	52
2.4.1. Cultura Política Mexicana.	57

2.4.2. Sistema Político Mexicano.	59
2.5. Democracia en México.	64
2.5.1. Definición.	67
2.5.2. Democracia y Partidos Políticos.	69
2.5.3. Democracia y Elecciones.	70
2.5.4. Democracia y Vida Cotidiana.	71
2.6. Principios y Valores.	72
2.6.1. Principio de Mayoría.	73
2.6.2. Representación Política.	75
2.6.3. Valores Democráticos.	75
3. La Comunicación Política en México.	81
3.1. Teoría de la Comunicación.	83
3.2. Comunicación Política.	87
3.2.1. Medios de Comunicación y Comunicación Política.	91
3.2.2. Comunicación y Cultura.	98

3.3. Investigación en Comunicación y Cultura Política.	100
3.3.1. Grupos de Enfoque.	101
3.3.2. Investigación de Campo.	108
3.4. Diseño de una Estrategia piloto para el Distrito Federal.	128
3.4.1. Objetivos y Alcances.	129
3.4.2. Elementos para una Estrategia.	130
3.4.2.1. Población Destino.	132
3.4.2.2. Discursos Propuestos para Integrarse a la Dinámica de los Mensajes.	135
3.4.2.3. Medios de Comunicación Seleccionados a partir de la Calidad y Cantidad de Información.	137
3.4.2.4. Tiempos y Etapas. La Distribución Sistemática de la Información.	140
3.4.2.5. Plataforma de Comunicación.	144
3.4.2.5.1. Adaptación y Elaboración de Mensajes.	145
3.4.2.5.2. Prototipo de Guiones.	149
3.4.2.6. Propuesta de un Encuentro Juvenil.	156
3.4.2.7. Evaluación de la Estrategia Comunicativa.	158

Conclusiones.

160

Bibliografía.

165

I N T R O D U C C I Ó N

INTRODUCCIÓN

La historia nos ha dado argumentos para demostrarnos la capacidad que tenemos los seres humanos para organizarnos; los políticos nos han dado motivos para no confiar en ellos ni en la política. La democracia sólo intenta comprobarnos la importancia que tiene la política en nuestra vida y la importancia de ocuparnos de ella, antes de que ella se ocupe de nosotros, como bien lo dijo René Pucheu.

Pretender una nueva cultura política no es imposible, porque ocuparnos de la política implica hacer de ella el centro de nuestra vida, que permita el bien común; pero tampoco es fácil porque tiene que trabajarse desde el ámbito escolar y familiar a partir de la infancia.

Cambiar la actitud de apatía y desinterés de algunos ciudadanos sobre su ámbito político es un trabajo que corresponde a las instituciones gubernamentales y civiles, y requiere de programas de acciones y compromisos para llevar a cabo esta ardua tarea, pero sobre todo, es preciso involucrar al sistema educativo en la enseñanza y práctica de los valores democráticos desde la escuela primaria, ya que la educación cívica y la difusión de los valores democráticos están profundamente imbricados.

En lo que respecta a la educación cívica, pueden promoverse actividades en las escuelas que enseñen en la práctica el diálogo, la tolerancia, y otros valores democráticos; en cuanto a los medios de comunicación e instituciones públicas, les corresponde la implementación de campañas permanentes de difusión y promoción de los valores democráticos.

Afortunadamente, cada día se abren más espacios en las instituciones para el avance democrático y los medios de comunicación no se quedan atrás, cumplen con su función de difundir e informar, y esta tesis pretende aportar un granito de arena para esa difusión.

El presente trabajo sugiere la divulgación de una nueva cultura política democrática entre la población juvenil del Distrito Federal, a través de un diseño piloto de una estrategia de difusión en radio, con la intención, pero sobre todo, con un gran interés de estrenar una sociedad democrática para el próximo siglo.

Esta tesis parte del supuesto de que en México existe un sistema político mexicano difícil de definir y de comprender, con características democráticas, pero también autoritarias. Aunque el régimen mexicano es democrático, el poder que ejerce el gobierno está centralizado en una pequeña élite política que es excluyente de organismos y partidos políticos contrarios a ese grupo. Por otra parte, el régimen político nos ha llevado a una cultura política que admira los valores democráticos esenciales, pero al mismo tiempo favorece la intolerancia frente a puntos de opinión contrarios al mismo sistema.

En México, el ejercicio democrático se limita exclusivamente al voto, los ciudadanos mexicanos participan políticamente al momento de votar, pero esta participación es efímera porque no hay una continuidad de su participación, no siguen de cerca las prácticas políticas de los gobernantes que eligieron con su voto, por esta razón, muchos políticos al llegar al poder dejan a un lado las promesas que hicieron a los ciudadanos durante su campaña electoral. Por ello existen ciertas dudas de que si el nuestro es, o no, un sistema democrático, pero esto no implica que no lo sea, digamos que somos parcialmente democráticos, hay intenciones, planes y programas para acelerar el desarrollo democrático.

Hay instituciones interesadas en las prácticas democráticas, se han organizado debates y reformas para acceder a éstas sin embargo, estamos en un proceso de transición -lento- en donde la ciudadanía ha participado y se ha ganado un lugar.

El fortalecimiento de la democracia se da a partir del trabajo conjunto de ciudadanos y políticos, de las prácticas de los valores democráticos no sólo en el ámbito político, sino también en el cotidiano, pero sobre todo del interés que muestre el gobierno en el ejercicio de estas prácticas democráticas.

En cuanto a instituciones, me gustaría hablar del Instituto Federal Electoral, ya que por experiencia laboral he tenido la oportunidad de conocer de cerca el trabajo de divulgación que se hace sobre cultura política.

El Instituto Federal Electoral ha sido mi primer acercamiento con la cultura política y con la democracia, ya que desde 1993, he colaborado con los trabajos de divulgación de cultura política que hace la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política, también ha sido el IFE el que me ha instruido en la realización de grupos

de enfoque, que es una técnica de investigación de campo de tipo cualitativa y consiste en conocer la opinión de un grupo determinado sobre un objeto de estudio, en el tercer capítulo explicaré ampliamente en que consiste esta técnica.

En el IFE surgió todo el material y las ideas que hicieron posible la realización de esta tesis, desde el Instituto he sido testigo del proceso democratizador del país, hablo concretamente de las elecciones del 6 de julio de 1997, en donde por primera vez en la historia de México, los habitantes del Distrito Federal escogieron al Jefe de Gobierno, también por primera vez ganó un partido de oposición, concretamente el PRD y Cuauhtémoc Cárdenas, por primera vez la oposición obtiene la mayoría de votos en la Cámara de Diputados y por primera vez los niños ejercieron el voto como un ejercicio masivo de participación. Los procesos electorales anteriores al del 6 de julio, como los del 88 y 94, carecieron de credibilidad en sus resultados, no así de la participación ciudadana.

Ante este panorama presento un proyecto de tesis que se enfoca exclusivamente a los jóvenes del Distrito Federal y a la democracia. La democracia antes de consolidarse como tal pasa por varios procesos vulnerables que le impiden su pleno desarrollo, ya que nuevos conflictos o la agudización de antiguos han afectado las relaciones sociales, políticas y humanas.

Los procesos desencadenados sobre todo en esta última década han promovido la exclusión, el desempleo, la desigualdad, la pobreza, la violencia, la corrupción y por ende la apatía y la falta de credibilidad en el gobierno y sus gobernantes; estos factores han imposibilitado un desarrollo acelerado para que se dé un sistema democrático en este país.

Cuando la gente escucha frases sobre tolerancia, diálogo, paz, consenso, participación, etc., rechaza el concepto en tono de burla e incredulidad, porque contrariamente a lo que proponen estos valores democráticos, vivimos en un sistema corrupto, violento y casi siempre autoritario.

Esta tesis consta de tres capítulos, en el primero hablo del papel que juega el Instituto Federal Electoral en la promoción y divulgación de la cultura política democrática, así como de sus funciones y su constitución. Señalo también las actividades y los materiales de divulgación que sobre cultura política ha realizado la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política.

En el capítulo dos menciono las características del sistema político mexicano para conocer cómo es nuestra cultura política, también presento de forma muy general los conceptos de cultura y política, por separado, para una mayor comprensión del término cultura política que se maneja durante toda la tesis, y finalmente defino los conceptos teóricos de la democracia y sus valores.

En el capítulo tres presento el diseño piloto de una estrategia de comunicación que se basa a partir de los resultados obtenidos de diversos grupos de enfoque aplicados con jóvenes, ya que a través de una investigación cualitativa se puede conocer el sentir de nuestro público objetivo sobre su ámbito político, y así desarrollar los contenidos para la elaboración de mensajes y la producción de spots. Cabe señalar que la investigación también es relevante para sistematizar la estrategia.

La democracia requiere de esfuerzos y trabajos colectivos, de motivación e interés, y en el diseño de esta estrategia propongo la realización del "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia", solamente en el Distrito Federal, un encuentro de jóvenes que va más allá de una reunión, tiene que ver con la participación y el compromiso, pero también con la diversidad de ideas convergiendo en un mismo fin: la democracia.

Por otra parte, creo que es la mejor ocasión para convocar a las instituciones como son las universidades, la iniciativa privada a través de los medios de comunicación y a las organizaciones no gubernamentales. Este Encuentro pretende abrir espacios libres, tolerantes y plurales que permitan el debate y el diálogo, donde los jóvenes puedan expresarse sin temor a la censura y a la represión, es momento de comportarnos como adultos y sentir que en verdad estamos construyendo la democracia.

Asimismo hago una explicación de por qué la necesidad de difundir los valores democráticos en los medios de comunicación, así como las ventajas que tendrá una estrategia de difusión en radio como propuesta de una nueva cultura política democrática en México.

Por otra parte, y dada la magnitud y complejidad de la población y de la dificultad que implica difundir mensajes políticos en los medios de comunicación, hablo de la importancia de diseñar e impulsar una estrategia expansiva que

permita hacer llegar tales mensajes a la ciudadanía, particularmente a los jóvenes del Distrito Federal, por ser éstos la mayoría poblacional.

El diseño de esta estrategia se limita exclusivamente al Distrito Federal porque es una prueba que permitirá medir la eficacia de la misma, si esta estrategia resulta convocante entre los jóvenes e incita a la motivación e interés por las prácticas democráticas, entonces se podrá diseñar una estrategia a nivel nacional que contemple otros medios de comunicación, incluyendo la radio, como televisión, periódicos, carteles y espectaculares y que contemple a la población en general.

El diseño piloto supone una estrategia que difunda la cultura política a través de mensajes accesibles a todo público, aunque estén pensados sólo para jóvenes, contando hechos cotidianos, que presenten un problema y una solución a ese problema, siendo la práctica de los valores democráticos la propuesta de una nueva cultura política.

Se pensó en la radio sin la intención de excluir a la televisión y a los medios impresos, tampoco por creer que sea un medio idóneo para la difusión de una campaña de valores democráticos, sino por considerar que es un medio económico, abierto al debate, a la reflexión y a la participación, y es más accesible para la gente; ya que pueden escuchar los mensajes en su hogar, trabajo, automóvil, etc., sin que esto represente esfuerzo o dedicación de tiempo, como lo implica la lectura. En el caso de la televisión se requiere de tiempo y atención.

Los mensajes estarán pensados principalmente para aquellos jóvenes radioescuchas del Distrito Federal, sin importar su nivel socioeconómico; como segunda instancia se elaborarán los mensajes partiendo del supuesto de que algunos jóvenes pueden mostrar una actitud apática y de desconfianza sobre su ámbito político, para ello los mensajes pretenden invitarlos a la reflexión, con el propósito de que se interesen y/o conozcan la importancia de practicar los valores democráticos en nuestra vida cotidiana.

Si un ciudadano acepta la cultura política como una forma de vida que garantiza su participación en las diferentes prácticas políticas, entonces puede participar en su entorno político aceptando o desaprobando a sus gobernantes y políticos.

La estrategia radiofónica se ubicará en un contexto cotidiano donde converjan el pluralismo, la participación ciudadana, la tolerancia, la legalidad; es decir, aquellos valores que dan sustento a las prácticas democráticas para el enriquecimiento de nuestra cultura política, ya que en la cultura política coexisten y compiten fuerzas políticas que tienen ideas diferentes y en ocasiones contrarias pero que sin embargo, permiten una convivencia civilizada.

Aunque los mensajes pretenden un sentido político, se trabajarán más en contextos familiares para los jóvenes, es decir que ellos se involucrarán sin darse cuenta, sin presión, el sentido político de los mensajes estará "entrelíneas", no tan directo.

Esta tesis proporciona los lineamientos generales para la construcción de mensajes, y un prototipo de guión para cada etapa de la campaña.

Por ser solamente el diseño de una estrategia de comunicación, me interesa presentar este proyecto de investigación al Instituto Federal Electoral para que realice la campaña y el "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia", ya que a través de este Instituto será más fácil conseguir el apoyo de las instituciones y de las radiodifusoras del Distrito Federal para implementar la estrategia de comunicación; para ello se tendrá que contratar una agencia de publicidad o un equipo de creativos que realice los guiones y la producción de los spots radiofónicos propuestos para esta campaña.

Capítulo 1

EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

1. EL INSTITUTO FEDERAL ELECTORAL

1.1. La Importancia del IFE para la Promoción de la Cultura Política en México

La cultura política en México necesita ser impulsada y promovida entre la ciudadanía en general, pues la mayoría de la población desconoce qué es la cultura política y cuáles son sus requisitos sociales (como el de participación y organización en los asuntos públicos del país). Para ello se crearon instituciones como el Instituto Federal Electoral, que se encarga de promover la educación cívica y los valores esenciales para consolidar una cultura política democrática en nuestro país, para lo cual ha creado programas y actividades exclusivamente para cumplir con este fin. Asimismo ha realizado convenios con instituciones diversas para lograr esta meta.

Se puede decir que las instancias más comunes donde se estudia, se "practica" y se difunde la cultura política, es en las universidades, en los centros de investigación, en los partidos políticos, en movimientos y organizaciones no gubernamentales, y algunas veces, en las instituciones comunicativas, ya que mientras algunos medios han puesto énfasis en la divulgación de la cultura política haciendo programas de debate y de participación ciudadana con teléfonos abiertos al público, o escribiendo ensayos o artículos sobre cultura política, otros, se encargan de tergiversar la información y de mantener a la ciudadanía desinformada.

En nuestro país, muy pocos medios de comunicación son críticos y objetivos, y sobre todo, que se interesen por conocer las inquietudes de la ciudadanía, retroalimentando la información. Los medios que llegan a ser más plurales son los impresos y radiofónicos, porque en nuestros días, la información en televisión aún se muestra renuente a los cambios sociales y políticos del país.

Por otra parte, el papel de las instituciones políticas y sociales es el de facilitar el camino a la democracia de una forma pacífica y ordenada bajo un marco de legalidad que garantice este proceso de transición. La formación de una cultura política democrática no ocurre de manera espontánea, sino que es producto de un

* En adelante IFE.

largo proceso histórico de aprendizaje social que permite construir sólidamente un marco cultural e institucional donde los ciudadanos puedan desarrollar las actitudes, normas y valores propios de una conducta democrática.

En un texto que publicó el IFE para capacitar al personal de servicio profesional en 1993, explica por qué es importante que éste participe en la promoción de la cultura política y el por qué es importante que la gente se involucre.

"...Todos los ciudadanos mexicanos tenemos el derecho irrenunciable de participar en las decisiones nacionales. Y una de las formas más directas e inmediatas es la participación electoral para elegir a los representantes de la nación. La abstención y la indiferencia no tienen cabida en una sociedad que exige una vida plenamente democrática. Participar implica responsabilidad, conciencia de participación, posibilidad de exigencia. Pero muchas veces por motivos socioeconómicos y culturales la posibilidad de participar no ha sido generalizada. El voto no es patrimonio de élites ni de minorías privilegiadas, sino de todo el pueblo, sin exclusión de ningún sector social. Todo esfuerzo por lograr que seamos conscientes de nuestros derechos es bien recibido por ello, precisamente, el Instituto debe coadyuvar en esta tarea de vital importancia para la vida democrática del país (...) asignar al Instituto tareas de apoyo a la promoción y difusión de la cultura política, implica considerar su actividad como una condición ineludible de los procesos electorales, cultura política y participación electoral son dos ejes simultáneos sobre los que gira el desarrollo democrático del país".¹

El IFE difunde la cultura democrática y promueve el ejercicio del voto, pues en tiempos electorales invita a la gente a votar, capacita a los ciudadanos que participan como funcionarios de casilla, distribuye artículos promocionales con mensajes alusivos al voto, elabora trípticos, carteles, spots de radio y televisión, y folletos con información básica para que los ciudadanos conozcan sus derechos políticos y cumplan con sus obligaciones político-electorales; también difunde los valores de la democracia.

¹Dirección Ejecutiva de Servicio Profesional Electoral, *Curso de Inducción. Programa de Formación y Desarrollo*, Instituto Federal Electoral, México, Julio de 1993, p. 46-47.

1.2. Orígenes

El 11 de octubre de 1990 se establece oficialmente al IFE como un organismo público, autónomo y permanente, independiente en sus decisiones y funcionamiento (la independencia surgió con la Reforma Política de 1996) dotado de personalidad jurídica y patrimonio propios, responsable de organizar las elecciones federales de acuerdo a las disposiciones constitucionales y las que marca el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

El 15 de agosto de 1990 el Diario Oficial de la Federación publicó el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, conocido como COFIPE, al que se le hicieron adiciones complementarias publicadas en los subsiguientes Diarios Oficiales (incluidos los de la Reforma de 1996). Dicho código representa el marco jurídico en el que se sustentan los procesos electorales federales en nuestro país, este código dotó de un nuevo escenario jurídico a la participación político-electoral.

El COFIPE reglamenta las normas constitucionales relativas a "los derechos y obligaciones político-electorales de los ciudadanos; la organización, función y prerrogativas de los partidos políticos; la función estatal de organizar las elecciones de los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión así como de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal; y el sistema de medios de impugnación para garantizar la legalidad de los actos y resoluciones electorales".²

El COFIPE es el resultado de una consulta pública en donde participaron partidos políticos, organizaciones sociales, profesionistas, intelectuales y académicos que presentaron diferentes propuestas, las cuales fueron retomadas y consideradas por el Congreso de la Unión. En este código se plantea la creación del IFE, entidad encargada de organizar los procesos de elecciones federales que, a diferencia de anteriores organismos electorales mexicanos, tiene carácter permanente, independiente y autónomo.

²Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Libro Primero de la Integración de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión. Art. 1. Instituto Federal Electoral, México, 1994. pp. 1-2.

Entre las materias que regula el COFIPE se encuentran la integración y atribuciones del IFE, los procedimientos especiales en las direcciones ejecutivas del Instituto, dentro de las cuales específicamente, me interesa destacar las atribuciones de la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica, por ser ésta la encargada de promover la cultura política entre la población en general.

El COFIPE retomó los aspectos más relevantes en materia electoral de las reformas a la Constitución Política en 1989, para contribuir al desarrollo de nuestra democracia electoral.

Las leyes electorales han tenido modificaciones a lo largo de los años, sirviendo como antecedente a la ley vigente. Cabe señalar que la historia electoral ha transcurrido por diferentes etapas que han traído consigo la apertura de espacios de participación democrática. A continuación mencionaré de manera muy general, los tópicos más importantes que nos permitan comprender el marco jurídico actual en el que se desenvuelve el IFE.

- Con la Ley electoral federal del 7 de enero de 1946 la preparación, vigilancia y desarrollo del proceso electoral quedan bajo la responsabilidad del gobierno federal, para lo cual, se crearon la comisión federal de vigilancia electoral, las comisiones locales y electorales, los comités distritales electorales y el consejo del padrón electoral. Esta ley se reformó el 21 de febrero de 1949 teniendo como agregados principales la obligación de los partidos políticos para tener un comité directivo en cada entidad federativa donde cuenten con más de mil afiliados, etc.
- El 4 de diciembre de 1951 se expide una nueva Ley electoral que considera otros preceptos, tales como la creación del Registro Nacional de Electores; en 1953 se reforma la Constitución para otorgar el derecho del voto a las mujeres y el 26 de diciembre de 1969 se reforma nuevamente la Carta Magna para reconocer el derecho del voto a los dieciocho años.
- El 30 de diciembre de 1977 se publicó en el Diario Oficial la llamada Reforma Política, mediante la promulgación de la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LOPPE), que introduce preceptos novedosos como el registro de los partidos políticos condicionado al resultado de las

elecciones y el establecimiento de prerrogativas para éstos, entre otros. En 1987 se derogó la LOPPE con la promulgación del Código Federal Electoral que atribuyó al Gobierno Federal la responsabilidad de la organización de los comicios federales, al tiempo que asignó a ciudadanos y partidos la facultad de participar en los organismos electorales.

- Entre 1989 y 1994 se han llevado a cabo diversas reformas, de las cuales surgieron innovaciones importantes como la creación de un padrón electoral, la elaboración de una credencial para votar con fotografía y la participación de los observadores en la jornada electoral. Estos elementos otorgaron mayor credibilidad y confianza a los procesos electorales.
- En 1996, la Reforma Electoral separa al representante del Ejecutivo -el secretario de Gobernación- que hasta octubre de ese año fungía como Presidente del Consejo General. La Presidencia del Consejo la ocupa el ahora llamado Consejero Presidente, elegido por consenso de los partidos políticos. Lo cual fortalece la autonomía e independencia del Instituto. Los consejeros ciudadanos pasan a ser consejeros electorales. La Reforma de este año pretende la conformación de un Instituto independiente de cualquier filiación partidista y de cualquier interés político. Por primera vez en la historia electoral, el IFE será dirigido por ciudadanos imparciales que pretenden elecciones transparentes y confiables.

Sin embargo, la realización de un proceso electoral confiable y transparente se seguía poniendo en tela de juicio, pues hasta antes de las elecciones federales del 6 de julio de 1997, algunos ciudadanos denunciaban -y con justificada razón- los "viejos métodos priístas" como el acarreo de votantes, robo de urnas, destrucción de boletas, agresión a opositores, etc., que desmerecía al sistema electoral mexicano. Después de las elecciones del 6 de julio, el sistema electoral mexicano recuperó credibilidad y confianza.

Si bien ni la sociedad civil, ni los partidos políticos tienen el control total sobre el proceso electoral, hay otras posibilidades de intervenir indirectamente en éste, que es el logro de los observadores nacionales y visitantes extranjeros.

Los observadores electorales no tienen autoridad, por lo tanto no pueden impedir el desarrollo de la jornada electoral, ni hacer proselitismo de cualquier tipo,

ni manifestarse en favor o en contra de candidato alguno; pero sí pueden denunciar cualquier anomalía ante el Ministerio Público, pero en calidad de ciudadanos. Su papel únicamente es observar que la jornada electoral se realice en orden y con apego a la ley, los observadores se presentan el día de la jornada electoral, con sus acreditaciones y gafetes, y tienen derecho a observar la instalación de la casilla, desarrollo de la votación, escrutinio y cómputo de la votación, recepción de escritos de observaciones e incidentes, y la publicación de los resultados de la votación afuera de la casilla.

1.3. Funciones

El IFE, como ya lo señalé antes, debe conducirse por mandato de Ley, bajo determinados principios rectores como son *Certeza, Legalidad, Independencia, Imparcialidad y Objetividad*, que deberán ser cumplidos por el personal que labora en el IFE, y se tomarán en cuenta para todos los lineamientos, programas y materiales de divulgación que elabore el propio Instituto; y alcanzar determinados fines. Lo cual quiere decir que este binomio de principios y fines le dará funcionalidad y, sobre todo, confiabilidad ante los ciudadanos y ante las organizaciones políticas como son los partidos políticos.

Entre los fines del Instituto que le otorga la Ley como mandato se encuentran los siguientes:

- a) contribuir al desarrollo de la vida democrática;
- b) preservar el fortalecimiento del régimen de partidos políticos;
- c) integrar el Registro Federal de Electores;
- d) asegurar a los ciudadanos el ejercicio de los derechos político-electorales y vigilar el cumplimiento de sus obligaciones;
- e) garantizar la celebración periódica y pacífica de las elecciones para renovar a los integrantes de los poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión;
- f) velar por la autenticidad y efectividad del sufragio; y
- g) llevar a cabo la promoción del voto y coadyuvar a la difusión de la cultura democrática.

Para el propósito de esta investigación me interesan muy particularmente los objetivos referentes a la divulgación y promoción de la cultura democrática, ya

que es importante saber cómo la promueven y la difunden, pero antes habrá que explicar su estructura orgánica y sus funciones.

El IFE realiza las atribuciones que la Ley le confiere a través de órganos centrales, desconcentrados permanentes y desconcentrados temporales. Además cuenta con 32 delegaciones locales, una en cada entidad federativa, y con 300 subdelegaciones distritales, una en cada distrito electoral.

1.3.1. Órganos Centrales

A) Consejo General.- Órgano supremo de dirección de todo el Instituto, dicta las resoluciones y los lineamientos que éste habrá de seguir y se integra por un Consejero Presidente, ocho Consejeros Electorales, Consejeros del Poder Legislativo (con voz pero sin voto), representantes de los Partidos Políticos (con voz pero sin voto) y el Secretario Ejecutivo.

El Consejero Presidente será elegido por las dos terceras partes de los miembros presentes en la Cámara de Diputados y durará siete años en su cargo.

El Secretario Ejecutivo será nombrado y podrá ser removido por las dos terceras partes de los miembros del Consejo General a propuesta del Consejero Presidente y asistirá a la sesión con voz pero sin voto.

El Consejo General tiene las siguientes atribuciones:

- Designar al Secretario Ejecutivo y a los Directores Ejecutivos, así como a los funcionarios que durante los procesos electorales actuarán como presidentes de los Consejos Locales y Distritales.
- Resolver el otorgamiento del registro y la pérdida del mismo por los partidos políticos en los casos señalados por el COFIPE y sobre los convenios de fusión, frente y coalición que celebren los partidos políticos nacionales.
- Vigilar que los partidos políticos nacionales desarrollen sus actividades con apego al COFIPE y cumplan con sus obligaciones; y que en lo relativo a las prerrogativas de los partidos políticos nacionales se actúe con base al Código.

- Registrar las candidaturas a Presidente de los Estados Unidos Mexicanos y las listas de senadores por el principio de representación proporcional; así como las listas regionales de candidatos a diputados de representación proporcional que presenten los partidos políticos nacionales.
- Determinar los topes máximos de campaña que pueden erogar los partidos políticos en las elecciones de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, senadores y diputados.
- Efectuar el cómputo total de la elección de senadores por el principio de representación proporcional, así como el cómputo total de la elección de todas las listas de diputados electos según el principio de representación proporcional, hacer la declaración de validez de la elección de senadores y diputados por este principio, determinar la asignación de senadores y diputados para cada partido político y otorgar las constancias respectivas.

B) La Presidencia del Consejo General.- Órgano ejecutivo de mayor jerarquía del Instituto que lleva a cabo las resoluciones dictadas por el Consejo General, al tiempo que fija las políticas generales, los programas y los procedimientos que rigen a las instancias del mismo.

C) La Junta General Ejecutiva.- Será presidida por el Presidente del Consejo y se integrará con el Secretario Ejecutivo y con los Directores Ejecutivos del Registro Federal de Electores, de Prerrogativas y Partidos Políticos, de Organización Electoral, de Servicio Profesional Electoral, y de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

D) La Secretaría Ejecutiva.- Coordina la Junta General, conduce la administración y supervisa el desarrollo adecuado de las actividades de los órganos ejecutivos y técnicos del Instituto.

1.3.2. Órganos Desconcentrados Permanentes

A) Juntas Locales Ejecutivas.- Son órganos permanentes que ejecutan las acciones del IFE en cada entidad federativa. Se componen por un Vocal Ejecutivo, quien la preside; un Vocal Secretario, un Vocal del Registro Federal de Electores,

un Vocal de Organización Electoral y un Vocal de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

B) Juntas Distritales Ejecutivas.- Son órganos permanentes que ejecutan las acciones del Instituto en cada distrito electoral federal. Se componen por un Vocal Ejecutivo, quien la preside; un Vocal Secretario, un Vocal del Registro Federal de Electores, un Vocal de Organización Electoral y un Vocal de Capacitación Electoral y Educación Cívica.

1.3.3. Órganos Desconcentrados Temporales

A) Consejos Locales.- Estos consejos funcionarán durante el proceso electoral federal y se integrarán con un consejero Presidente designado por el Consejo General, quien fungirá a la vez como Vocal Ejecutivo; seis consejeros electorales y representantes de los partidos políticos nacionales.

B) Consejos Distritales.- Estos consejos funcionarán durante el proceso electoral federal y se integrarán con un consejero Presidente designado por el Consejo General quien fungirá como Vocal Ejecutivo; seis consejeros electorales y representantes de los partidos políticos nacionales.

C) Mesas Directivas de Casilla.- Por mandato constitucional, las mesas directivas de casilla son órganos electorales formados por ciudadanos facultados para recibir la votación y hacer el escrutinio y el cómputo en cada una de las secciones electorales en las que se dividen los 300 distritos. Los ciudadanos que integran estas mesas son seleccionados por insaculación de las listas nominales de electores y posteriormente capacitados para fungir como funcionarios de casilla. Estos funcionarios tienen a su cargo, durante la jornada electoral, respetar y hacer respetar la libre emisión y efectividad del sufragio, garantizar el secreto del voto y asegurar la autenticidad del escrutinio y cómputo. Las mesas directivas de casilla se componen por un Presidente, un Secretario, dos Escrutadores, y tres Suplentes Generales. Los consejos distritales notifican y toman protesta de ley a los integrantes de las mesas directivas de casilla.

1.3.4. El Proceso Electoral Federal

Las elecciones son una serie de procedimientos a través de los cuales los ciudadanos determinan, por medio del voto, quienes serán sus gobernantes, son el medio para que la población exprese su voluntad política y sirven para fundar el sistema de representación política de una sociedad.

“Los sistemas electorales se componen de reglas y procedimientos destinados a regular las diversas etapas de los procesos de votación: ¿Quiénes pueden votar? ¿Quiénes pueden ser votados? ¿De cuántos votos dispone cada elector? ¿Cómo pueden y deben desarrollarse las campañas de propaganda y difusión? ¿Cómo se determinan y delimitan los distritos y secciones electorales? ¿Quiénes y cómo deben encargarse de organizar los comicios? ¿Cómo deben emitirse y contarse los sufragios? ¿Quién gana la elección? y, por último, ¿Cómo se resuelven los conflictos que puedan presentarse?”³

Al votar, los ciudadanos no sólo escogen a sus gobernantes sino que también deciden el rumbo político de una nación, por ello, es de suma importancia que los procedimientos electorales se realicen en un marco de legalidad y confianza, en donde políticos, ciudadanos y funcionarios electorales son responsables de que la voluntad de los electores se cumpla.

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales es la ley reglamentaria para el desarrollo de los procesos electorales federales, este código reglamenta las normas constitucionales relativas a los derechos y obligaciones político-electorales de los ciudadanos, la organización, función y prerrogativas de los partidos políticos, así como la normatividad de la integración de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión y de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal.

El COFIPE define al proceso electoral como “(...) el conjunto de actos ordenados por la constitución y este Código, realizados por las autoridades electorales,

³ Valdés Zurita, Leonardo. *Sistemas Electorales y de Partidos*, Instituto Federal Electoral, México, 1995, p.-10.

los partidos políticos nacionales y los ciudadanos, que tiene por objeto la renovación periódica de los integrantes de los Poderes Legislativo y Ejecutivo de la Unión (...)"⁴

Entre otras cosas, los procesos electorales son prácticas democráticas en donde la participación más importante es la de los ciudadanos, al momento de emitir su voto, así como el sustento legítimo del gobierno.

El Proceso Electoral Federal se divide en cuatro etapas:

- a) Preparación de la Elección.- Inicia con la primera sesión del Consejo General del Instituto (celebrada durante la primera semana del mes de noviembre del año previo a la elección) y concluye al iniciarse la jornada electoral. En esta etapa se integran los órganos locales y distritales del IFE; se elabora el padrón electoral, se registran las plataformas electorales y las candidaturas a cargos de elección popular, se realizan las campañas electorales y la propaganda electoral, así como encuestas y sondeos de opinión, se integran y ubican las mesas directivas de casilla, y se elabora la documentación y entrega del material electoral.
- b) Jornada Electoral.- Inicia a las ocho de la mañana y concluye con la clausura de casilla. En esta etapa se instala la casilla, se inicia y se recibe la votación, se hace el escrutinio y el cómputo de la casilla, se publican los resultados en el exterior de la casilla, se clausura y se remiten los paquetes electorales al Consejo Distrital.
- c) Resultados y Declaraciones de Validez de las Elecciones.- Inicia con la remisión de documentos y expedientes electorales a los Consejos Distritales y concluye con los cómputos y declaraciones que realicen los Consejos del Instituto o las resoluciones que, en su caso, emita en última instancia el Tribunal Federal Electoral. En esta etapa se incluyen los resultados preliminares, el cómputo distrital, el de entidad federativa, y el de circunscripción plurinominal.
- d) Calificación de las Elecciones de Presidente de los Estados Unidos Mexicanos.- Inicia al erigirse la Cámara de Diputados en Colegio Electoral y concluye cuando ésta declara la validez de la elección.

⁴Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Libro Quinto del Proceso Electoral. Art. 173, Instituto Federal Electoral, México, 1994, p. 149.

1.3.5. Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica

Dentro de la estructura orgánica del Instituto, me interesa destacar particularmente las funciones que realiza la Dirección Ejecutiva de Capacitación Electoral y Educación Cívica (DECEyEC), puesto que contribuye con los fines del Instituto de coadyuvar en la promoción y difusión de la cultura política democrática. De acuerdo al COFIPE, la DECEyEC tiene las siguientes atribuciones:

- a) Elaborar y proponer los programas de educación cívica y capacitación electoral que desarrollen las Juntas Locales y Distritales Ejecutivas;
- b) Coordinar y vigilar el cumplimiento de los programas a que se refiere el inciso anterior;
- c) Preparar el material didáctico y los instructivos electorales;
- d) Orientar a los ciudadanos para el ejercicio de sus derechos y cumplimiento de sus obligaciones político-electorales;
- e) Llevar a cabo las acciones necesarias para exhortar a los ciudadanos que no hubiesen cumplido con las obligaciones establecidas en el presente Código, en particular las relativas a inscribirse en el Registro Federal de Electores y las de voto, a que lo hagan; entre otras.

Estructura Orgánica:

La estructura orgánica de la DECEyEC es muy compleja y en la práctica funciona de manera diferente a como lo estipula su manual de organización, ya que hay departamentos y subdirecciones que se fusionaron, y otras que desaparecieron.

Actualmente, la DECEyEC cuenta con tres direcciones de área y una coordinación administrativa.

1) La Dirección de Educación Cívica y Cultura Política tiene como objetivo difundir los derechos y obligaciones político-electorales de los ciudadanos, a través de la estructura territorial del Instituto, así como por medio de campañas

masivas que a su vez promuevan la participación en los procesos electorales y coadyuven al fortalecimiento de la cultura política democrática de la ciudadanía, así como desarrollar las actividades de carácter informativo requeridas por la Dirección Ejecutiva para el cumplimiento de los programas sustantivos que en la misma se realicen.

Entre las funciones de esta Dirección se encuentran las siguientes:

- Elaborar, dirigir y supervisar la ejecución de los programas de educación cívica y cultura política que desarrollarán las Juntas Locales y Distritales.
- Vigilar y supervisar el cumplimiento de las políticas que sobre educación cívica y cultura política defina el Director Ejecutivo.
- Definir las técnicas de comunicación didáctica a utilizar en los programas de educación cívica y cultura política.
- Planear y coordinar las tareas de investigación y análisis que sirvan como base para la preparación del material didáctico a difundir.
- Evaluar de manera permanente los resultados alcanzados en materia de educación cívica y cultura política.
- Coordinar la organización de acciones que orienten a la ciudadanía para el ejercicio de sus derechos y obligaciones político-electorales, tales como campañas de radio, televisión y difusión en materia de impresos.
- Organizar, coordinar, controlar y supervisar la realización de seminarios, foros de disensión, conferencias y certámenes de investigación en materia de educación cívica y cultura política, entre otras.

Esta Dirección cuenta con cinco subdirecciones, cada una con dos departamentos.

La Subdirección de Investigación en Cultura Política planea y coordina una estrategia integral de investigación con respecto al estado actual de la cultura

política nacional, que permita detectar las temáticas y los grupos sociales prioritarios en torno a los que debe orientarse el trabajo institucional en la perspectiva del fomento de la cultura democrática.

La Subdirección de Relaciones Interinstitucionales establece convenios de colaboración con Universidades, Instituciones, Organizaciones Sociales, etc., para la distribución de carteles, trípticos, polípticos, folletos y materiales impresos de divulgación de cultura política. Asimismo se encarga de organizar eventos como conferencias, seminarios, exposiciones, visitas guiadas, mesas de debate, etc., con las instituciones que solicitan el apoyo de esta Dirección en materia de cultura política.

La Subdirección de Servicios Bibliográficos e Información Institucional creó la Biblioteca Central del IFE, reconocida como una de las bibliotecas más completas en información político-electoral. Proporciona servicios de consulta bibliográfica y hemerográfica sobre aspectos político-electorales, préstamo a domicilio y establece vínculos con bibliotecas y centros de información de instituciones de educación superior y otros centros de investigación orientados a las ciencias sociales, y con medios de comunicación, con el fin de concentrar convenios de intercambio y de contratación de servicios.

La Subdirección de Educación Cívica elabora materiales de divulgación de cultura política y educación cívica para población infantil y juvenil. Integra, a partir de los resultados generados en la Subdirección de Investigación, programas de educación cívica que fomenten el conocimiento e interés de la ciudadanía en torno a procesos electorales, organiza actividades, elabora juegos didácticos y lecturas infantiles para que los niños aprendan los valores de la democracia de una forma clara y divertida.

A partir de febrero de 1996, se creó la Subdirección de Medios, encargada de contactar a los medios de comunicación como radio, televisión y prensa para difundir los materiales de divulgación de la cultura política, así como las conferencias y las actividades de divulgación. Esta Subdirección supervisa y elabora los contenidos de guiones radiofónicos y televisivos, realiza estrategias de difusión, así como campañas de sensibilización y de promoción del voto, en tiempos electorales. El trabajo directo con los jefes de información y coordinadores de programas culturales ha traído buenos logros, pues se ha conseguido difusión en

noticieros radiofónicos del IMER, Radio Fórmula, Radio UNAM, Radiópolis y Radio Educación; en periódicos como Reforma, Excélsior y El Sol de México; y en noticiarios como "Hoy en la Cultura" de canal 11 y "Hechos" de TV Azteca.

Esta Subdirección se creó con el propósito de promover y difundir en los medios masivos de comunicación los materiales de divulgación que elabora esta dirección, así como actividades y eventos diversos. Por otra parte, pretende que el IFE -a través de mensajes de cultura democrática y educación cívica- tenga presencia institucional en los medios de divulgación. Aquí se produce una serie de programas radiofónicos, con duración de una hora, que se transmiten semanalmente en Radio UNAM, y aborda temas relacionados a la cultura política y a la educación cívica, así como información general sobre democracia y sistemas electorales.

Las siguientes Direcciones no las detallaré como la anterior, porque su funcionamiento no corresponde directamente a los objetivos de esta tesis.

2) La Dirección de Capacitación Electoral tiene como objetivo planear, dirigir, y evaluar el programa de Capacitación Electoral que será aplicado a los grupos de población vinculados a las tareas del IFE, en sus diferentes niveles de responsabilidad para que cumplan adecuadamente con sus obligaciones, dando transparencia, legalidad, certeza, confiabilidad y profesionalismo a las elecciones. Entre las funciones más importantes de esta Dirección se encuentran la de diseñar, dirigir y evaluar las políticas institucionales en materia de Capacitación Electoral para su aplicación a nivel nacional.

Esta Dirección cuenta con dos subdirecciones; la de Investigación y Planeación Estratégica para la Capacitación Electoral, y la de Didáctica y Diseño de Programas de Capacitación; cada una de estas subdirecciones cuenta con dos departamentos.

3) La Dirección de Seguimiento de Programas y Apoyo Técnico planea y dirige el seguimiento de los programas sustantivos a cargo de las áreas de la Dirección Ejecutiva y de las vocalías del ramo en los órganos desconcentrados del Instituto; propone soluciones en los casos de detección de desviaciones en el desarrollo de dichos programas y proporciona el apoyo técnico en computación y

diseño de materiales didácticos requeridos por los responsables de la ejecución de los programas.

Entre las funciones más importantes de esta Dirección se encuentran la de evaluar cuantitativa y cualitativamente los resultados de las acciones realizadas tanto por las áreas sustantivas de la Dirección Ejecutiva como por las Vocalías de Capacitación Electoral y Educación Cívica de las Juntas Locales y Distritales Ejecutivas del Instituto.

4) La Coordinación Administrativa tiene como objetivo atender los requerimientos de personal, recursos financieros, materiales y de servicios generales, gestionando los apoyos correspondientes y controlando los recursos asignados, a efecto de proporcionarlos en forma oportuna, a las Unidades Administrativas para el cumplimiento de los objetivos y metas del programa de trabajo de la Dirección Ejecutiva.

1.4. Divulgación de la Cultura Política

Para cumplir con los objetivos de divulgación y difusión de la cultura política, la DECEyEC elabora sistemáticamente materiales impresos cuyos contenidos se encargan de promover y divulgar los valores democráticos, y de informar a la población acerca de sus derechos y obligaciones político-electorales, dichos materiales se distribuyen a través de las Juntas Locales y Distritales Ejecutivas a escuelas públicas, bibliotecas y oficinas de gobierno en todo el país.

Los valores democráticos se apegan a la defensa de principios tales como la libertad de expresión, de asociación, de elección y sobre todo, a los derechos fundamentales de cada individuo. En otras palabras, los valores democráticos son el conjunto de objetivos considerados como válidos de manera universal de ideas fundadas y están referidos a los individuos, a los intereses y libertades individuales; en este sentido la comunidad no está por encima del individuo, el individuo es tal gracias a que forma parte de una colectividad, pero eso no significa que ésta tenga que decidir sobre sus ideas o comportamiento. En los sistemas democráticos todo se hace en común acuerdo, pues tanto individuos como colectividades se reconocen en leyes aceptadas y válidas para todos, en donde ningún individuo cuenta y vale más que otro (principio de igualdad política).

Por otra parte, cabe mencionar que esta Dirección no sólo elabora materiales en el proceso electoral, sino permanentemente, pues en tiempos no electorales se realizan campañas de concientización y sensibilización democrática.

Dichos materiales se hacen pensando -en primera instancia- para la población en general, aunque finalmente son para públicos específicos, es decir, que para la difusión de estos mensajes se contemplan tres tipos de públicos: público abierto, público infantil y juvenil y público políticamente atento.

Estos materiales y las actividades paralelas (exposiciones, jornadas cívicas, concursos, conferencias, diplomados, seminarios, certámenes de ensayos políticos, etcétera) que produce y/o promueve la DECEyEC, están a cargo de la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política. Desde esta dirección de área se planean, se diseñan, se hace la investigación de contenidos y se elaboran los materiales correspondientes a la educación cívica y a la cultura política, así como los lineamientos y programas de las actividades correspondientes. También se buscan los canales de difusión en medios electrónicos.

1.4.1. Elaboración de Mensajes de Cultura Política

La elaboración de mensajes respondió a las necesidades planteadas por un año electoral, de hecho se diseñó una estrategia pensada esencialmente como una Campaña de Promoción del Voto, cuyos objetivos fueron los siguientes:

- Sensibilizar a la ciudadanía respecto a la importancia de los principios, formas y valores de la democracia con miras a estimular su participación electoral, y
- Divulgar entre la ciudadanía la naturaleza, principios y funciones del IFE para consolidar la imagen del mismo bajo un clima de confiabilidad y credibilidad y fomentar la confianza en la organización y desarrollo del proceso electoral.

Tomando en cuenta que vivimos en una sociedad plural y compleja, no se puede pensar en un público homogéneo. Difundir la cultura política no es tarea fácil, pues hay que considerar múltiples factores tales como la diversidad de expresiones políticas y de intereses que tiene la población a la que nos dirigimos. Asimismo se tienen que vencer varios obstáculos y uno de ellos es la apatía

política por parte de la población, el desconocimiento total o parcial de las prácticas democráticas, la falta de credibilidad en las Instituciones políticas, y entre otras cosas, la diversidad étnica y cultural que existe en nuestro país.

En la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política se contemplan estos aspectos y por ello se planea qué tipo de materiales habrá que hacer para tal o cual tipo de población.

Cada material de divulgación de la cultura democrática pretende ser un recurso de aprendizaje partiendo siempre de la idea de que el público puede desconocer total o parcialmente los conceptos democráticos, y al difundirse éstos de una forma clara y amena la población se irá familiarizando con estos conceptos, al tiempo que irá reforzando su información, de tal manera que los puedan llevar a la práctica en su vida cotidiana; hay que recordar que el trabajo de la democracia es grupal.

Considero que es importante señalar un poco el contenido de cada material, porque se desconoce el trabajo que el IFE realiza permanentemente en materia de divulgación de la cultura política. A continuación explicaré brevemente el tipo de materiales impresos de divulgación de la cultura política y de actividades que realiza esta dirección de área y a qué tipo de población se dirige cada uno.

1.4.2. Divulgación de la Cultura Democrática a Población Abierta

Se considera población abierta a todos aquellos que no se pueden encasillar o calificar de alguna manera, aquel público heterogéneo interesado o no, en la cultura política. Para este público se elaboraron a partir de 1993 los siguientes materiales, que a la fecha siguen reimprimiéndose:

Serie de Carteles de Divulgación de la Cultura Democrática:

Esta serie se compone de cinco carteles que explican brevemente cada uno de los valores como son la legalidad, la libertad, el diálogo, el pluralismo y la tolerancia; asimismo incluyen frases célebres que hacen alusión al valor a tratar. El objetivo de estos carteles es introducir los valores democráticos entre la población en general, retomando imágenes universales clásicas. En 1996 se

elaboró la segunda serie con los valores de igualdad política, diálogo, tolerancia, participación, pluralismo y libertad.

Serie Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática:

Esta serie explica, por medio de ensayos serios y claros los principios, reglas, valores, actitudes, instituciones y prácticas que permiten el funcionamiento de la democracia, invitando al debate y a la reflexión. Estos Cuadernos han sido escritos por distinguidos especialistas en la materia y contienen los siguientes títulos: "Principios y Valores de la Democracia", "La Cultura Política Democrática", "La Democracia Como Forma de Gobierno", "La Participación Ciudadana en la Democracia", "Elecciones y Democracia", "Gobernabilidad y Democracia", "Sistemas Electorales y de Partidos", "Partidos Políticos y Democracia", "Esferas de la Democracia", "Tolerancia y Democracia", "Oposición y Democracia", "Estado de Derecho y Democracia", y "Diálogo y Democracia".

Serie de Trípticos de Divulgación de la Cultura Democrática:

Esta serie de diez trípticos responde a cuestionamientos tales como el qué, el por qué, el cómo y el para qué de los valores de la democracia. Asimismo contiene información histórica y frases célebres.

Serie de Polípticos de Divulgación de la Cultura Democrática:

Esta serie se diseñó en forma de historieta para hacer más amena su lectura, y retoma la misma información de los trípticos, se dirige especialmente a los jóvenes y se explica por qué es importante votar, qué es el voto y qué es la participación política, entre otros temas.

1.4.3. Divulgación de la Cultura Democrática a Población Infantil y Juvenil

Series de Carteles Infantiles de Divulgación de la Cultura Democrática:

Para estas dos series se realizaron seis carteles con los temas de participación, diálogo, elección, tolerancia y pluralismo, a través de imágenes llamativas y textos breves se explica cada uno de los valores. Con estos carteles se pretende atraer la atención de los niños para que tengan un primer acercamiento con los aspectos relacionados a la cultura política, a medida de que los niños se vayan familiarizando con los valores democráticos, se irán involucrando con éstos, y se espera que los pongan en práctica.

Lecturas Infantiles y Juveniles de Divulgación de la Cultura Democrática:

Estas lecturas se componen de dos series con el objetivo de orientar e informar a niños y jóvenes sobre los aspectos democráticos. La serie "Isla Mágica" se compone de cuatro cuentos en donde a partir de una situación fantástica y divertida se involucra a los niños con la cultura política. Los personajes de estos cuentos se enfrentan a diversos problemas que logran resolver poniendo en práctica los valores de la democracia, a manera de que los niños comprendan para qué sirven los valores y cómo se ponen en práctica en nuestra sociedad.

La otra serie, "Conociendo la Democracia", introduce a los niños al conocimiento de la democracia y a la práctica de sus valores. Plantea pequeñas historias con situaciones cotidianas. Estas series están planteadas como cualquier cuento en donde existen buenos y malos, con la diferencia de que los héroes no son personajes sino conceptos como la tolerancia, el diálogo, el respeto y la libertad.

Juegos Didácticos de Divulgación de la Cultura Democrática:

A través de diversos juegos de mesa como "Serpientes y Escaleras", "Crucigrama", "Sopa de Letras", "Memorama", "Laberinto" y "Ruta Democrática", se pretende fomentar el interés por temas democráticos de una forma divertida y

entretenida, conociendo también los antivalores, de tal manera que puedan diferenciar entre un valor y un antivalor, conociendo su significado.

Glosario Electoral Básico Juvenil:

Con este glosario se pretende facilitar el conocimiento de los términos político-electorales, en donde se explican en un lenguaje claro y accesible palabras relacionadas a nuestro sistema electoral como urna, insaculación, voto, boleta electoral, etc.

1.4.4. Actividades de Divulgación de la Cultura Democrática a Población Políticamente Atenta

Se considera público políticamente atento al conformado principalmente por estudiantes, intelectuales, académicos, integrantes de los partidos políticos y miembros de organizaciones cívicas. Para este tipo de público se desarrollan diversas actividades como conferencias, diplomados, presentaciones de cuadernos, exposiciones, etc. Para esta población también se dirige la serie de Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática.

Dentro de las conferencias que se han presentado han participado dos grandes politólogos como Norbert Lechner y Michelangelo Bovero. En las presentaciones de Cuadernos participan los propios autores y comentaristas invitados.

1.4.5. Actividades de Divulgación de la Cultura Democrática a Población Infantil y Juvenil

Las Jornadas Cívicas son actividades apoyadas en técnicas grupales que se desarrollan en las escuelas con el apoyo de profesores y autoridades educativas, cuyo propósito es el de coadyuvar en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los valores propios de la democracia. Las actividades más relevantes de las jornadas cívicas son los simulacros electorales, juegos didácticos donde se comentan los valores y antivalores democráticos, lecturas comentadas, elaboración de dibujos y periódicos murales.

Por otra parte, se han desarrollado concursos de dibujo infantil, visitas guiadas a museos e instituciones, exposiciones, teatro, etc. Para conocer las diferentes opiniones de niños y jóvenes se creó un buzón donde se reciben todos los comentarios y sugerencias, del cual, todas las cartas son leídas y contestadas.

Finalmente, cabe señalar que también se elaboran materiales impresos de historia, educación cívica y derechos ciudadanos como folletos, trípticos y calendarios, para apoyar y fortalecer el conocimiento de la educación cívica.

1.5. Instituciones Comunicativas

Las instituciones sociales juegan un papel muy importante en el desarrollo y en la difusión de la cultura política. Corresponde a las instituciones comunicacionales el papel imparcial y objetivo de ser el intermediario entre la sociedad y las instituciones políticas, pues a medida que la comunicación acceda a los espacios institucionales, tendrá un mayor alcance y la sociedad, por su parte, ganará más espacios para expresarse. Tanto la sociedad como la comunicación pretenden ganar en importancia y auditorio, buscan trascender para influir lo más posible en resoluciones que los aquejan a todos por igual.

En las sociedades democráticas los ciudadanos tienen el derecho de participar en los medios de comunicación, ejerciéndolo de una manera organizada. En nuestro país esto es relativo, ya que constitucionalmente tenemos el derecho de expresar libremente nuestras ideas, pero nuestras prácticas sociales son otras, pues muchas veces preferimos oír, ver o leer y guardarnos nuestros comentarios, y cuando los medios abren sus foros para que nos expresemos, nuestras intervenciones son muy tibias por miedo a la represión y a la censura.

Pero como dice Raúl Trejo, periodista interesado en la democratización de los medios: "No hay cultura política sin influencia de los medios de comunicación de masas. Los medios tamizan, reflejan, reproducen o definen las maneras como los ciudadanos perciben, comparten, rechazan o toleran el ejercicio de la política. Los medios son espacios del quehacer político y frecuentes sustitutos de otros escenarios. No hay política moderna sin comunicación social, simplemente porque una de las técnicas de la

modernidad es la comunicación de masas".⁵ El papel de las instituciones comunicativas es importante sobre todo en el momento de informar, ya que a través de la información el individuo reconstruye su percepción del mundo y es ella quien lo formará y quien le permitirá participar en él.

La Dirección de Educación Cívica y Cultura Política ha dado más importancia a materiales impresos como folletos, trípticos, carteles, etcétera, porque su difusión se hace en escuelas públicas, bibliotecas e instituciones sociales; pero también se ha preocupado por trascender en medios electrónicos como radio y televisión. Para las elecciones federales de 1994, esta dirección elaboró mensajes radiofónicos para promover el voto. Desde ese año se han venido buscando entrevistas con funcionarios del IFE en programas de televisión y de radio para promover los materiales de divulgación de la cultura democrática, se concertaron entrevistas en Televisa, Televisión Azteca, IMER, Radio 13, Radio Fórmula, Radio Centro, Radio UNAM y Radio Educación.

El último trimestre de 1995 y el segundo de 1996 salió al aire una serie de spots radiofónicos promoviendo los valores democráticos. En el tercer trimestre de 1996 se difundieron spots televisivos sobre valores como diálogo, participación, pluralismo y legalidad. El impacto de éstos fue muy bajo, pues su difusión dependió totalmente de los tiempos oficiales que otorga la Dirección de Radio Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación para este tipo de mensajes. En 1997 se realizó una campaña a nivel nacional para promover la participación ciudadana y el voto, con una presencia masiva en prensa, televisión y radio.

Asimismo, se ha recurrido a la publicidad para promocionar los valores de la democracia, para lo cual se realizó una estrategia de difusión de carteles en espectaculares, anuncios luminosos del Sistema de Transporte Colectivo (Metro), laterales de autobuses y paradas de camión.

⁵Trejo Delarbre, Raúl. *La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad*, Ed. Cal y Arena, México, 1992, p. 188.

1.6. La Educación Cívica en la Promoción de la Cultura Política

Hasta aquí he abordado los aspectos más generales del IFE en cuanto a su estructura y composición como en sus orígenes y funciones. No está por demás señalar que el IFE juega un papel muy importante para el desarrollo de la vida política y democrática de este país, por su papel relevante en la formación de ciudadanos conscientes y participativos capaces de encaminar una vida democrática y plural. Esto será principalmente por medio del voto, porque considero que las elecciones políticas son la base fundamental para cualquier sistema democrático; para ello, el IFE tiene que comprometerse a organizar elecciones limpias, con resultados confiables y creíbles para todos.

A partir de la campaña de Participación Ciudadana y promoción del voto que se elaboró para las elecciones del 6 de julio, el IFE adquirió una gran presencia en los medios masivos de comunicación y con los resultados electorales recuperó la confianza y credibilidad entre los electores.

Otra de las inquietudes tanto de ciudadanos como de organismos electorales, es la participación de los medios de comunicación en el terreno electoral, "no es posible tener elecciones democráticas, mientras no haya un libre acceso de todos los partidos políticos a todos los medios de comunicación, incluyendo la televisión; no es posible que en una campaña electoral exista tiempo prácticamente ilimitado para uno de los candidatos y los demás tengan su imagen proscrita de hecho en las pantallas".⁶ Cabe señalar, nuevamente, que en el proceso electoral del 6 de julio, todos los partidos políticos tuvieron mayor acceso a los medios masivos de comunicación que en otros procesos electorales, y, por primera vez, los medios abrieron espacios informativos a las campañas políticas.

Es cierto que el IFE necesita cambiar su estructura orgánica y sus prácticas políticas tales como las de "manejar con pinzas" los mensajes concernientes a la coyuntura política, al sistema político y a los partidos políticos; pero mientras ello sucede, es necesario apoyar sus programas de educación cívica, entendida ésta como una modalidad de la educación pública cuya importancia es responsabilidad tanto del Sistema Educativo Nacional como de instituciones democráticas, comunicativas y organizaciones sociales, entre otras. Esta tesis

⁶ *Ibid.*, pp. 199-200.

pretende contribuir con los programas de educación cívica que impulsa el IFE para la población juvenil.

La educación cívica informa e instruye a la ciudadanía sobre sus derechos y obligaciones, asimismo refuerza la cultura política democrática de los ciudadanos, pero sobre todo conduce a los individuos a una convivencia pacífica y civilizada. Es en los programas de educación cívica donde se debe hacer énfasis en la importancia que tienen los derechos humanos para una mejor convivencia a partir del reconocimiento del otro, en un marco de responsabilidad y respeto por la vida de los demás. La difusión de la cultura política es importante porque fomenta la participación ciudadana en los procesos electorales y en los asuntos públicos del país.

Asimismo, la educación cívica difunde entre distintos sectores de la población los principios, derechos y valores que dan sustento a nuestra identidad democrática y a las instituciones políticas y sociales del país. Los programas que elabora el IFE en esta materia, intentan reforzar los programas educativos de la Secretaría de Educación Pública.

“Educar en y para la democracia significa ser agente activo de su realización, implicarse personalmente en ella para conseguir logros individuales y de grupo; significa crear en los centros y medios educativos las condiciones que hacen posible la vivencia y la práctica de los valores que caracterizaría la democracia”.⁷

La educación cívica imparte los elementos esenciales para hacer de la democracia no sólo un sistema de gobierno, sino una forma de vida que permita la convivencia social, el respeto a las distintas maneras de ser y de pensar, el acuerdo, la legalidad y la tolerancia. Está de más decir que un ciudadano informado e instruido en la educación cívica es un ciudadano participativo y comprometido con su país.

En el siguiente capítulo hablaré sobre la cultura política y los valores de los mexicanos para saber en qué contexto se necesita impartir la educación cívica. Asimismo hablaré de política y democracia como elementos que permitirán construir los contenidos de los mensajes sobre valores democráticos y desarrollar el diseño de una estrategia de difusión.

⁷Jaume Sarramona.

Capítulo 2

LA CULTURA POLÍTICA EN LA SOCIEDAD MEXICANA

2. LA CULTURA POLÍTICA EN LA SOCIEDAD MEXICANA

La cultura política es el reflejo de la cultura de una sociedad, de su historia, sus mitos, sus valores y sus creencias, pero sobre todo, en las sociedades democráticas, es la expresión del hombre como parte de su forma de vida. En otras palabras, es una forma de ser, de expresarse, de sentir y de actuar de una sociedad política. La democracia no es un sistema político perfecto, ni ideal, pero es el que mejor le permite al hombre mantener sus derechos y ejercerlos con responsabilidad en un marco de legalidad. En el momento que los hombres adquieran una cultura de la participación, del civismo y de la política, irán creando un sistema político que les permita vivir en libertad y con dignidad. Un sistema que les ofrezca oportunidades de igualdad y derecho con acceso a la educación, trabajo, cultura, vestido, diversión, economía y política. Un sistema político donde en el gobierno no exista ese corporativismo y esa estructura que mantiene a la llamada élite política en el poder.

En el desarrollo de la cultura política, las instituciones comunicativas juegan un papel muy importante porque de ellas depende el acceso a la información política, una información veraz, plural e imparcial que permita que los ciudadanos se formen criterios propios. La democracia requiere de medios de comunicación que trabajen para la sociedad y no para pequeños grupos de interés.

El presente capítulo abarca los conceptos de cultura y política, con el fin de que el lector identifique el significado de cada uno por separado y comprenda también el concepto cultura política. Asimismo describe cuáles son las funciones y limitaciones de la cultura política en nuestro país y de la democracia en general.

2.1. Definición de Cultura

Hablar de cultura es muy complejo, la palabra cultura tiene varias acepciones y se ha estudiado en la antropología, en la psicología, en la sociología, en la pedagogía, en la comunicación y en la política para varios fines, por lo que cada ciencia la enfoca a sus propios intereses.

La idea de incluir el concepto de cultura en este capítulo surgió de la necesidad de llegar a la comprensión del término cultura política, una conjunción de palabras y elementos para conocer el entorno social y político en el que vivimos, así como el comportamiento del hombre en ese entorno. Como bien lo señala Roderic Ai Camp: "la cultura política es un microcosmos de la cultura mayor (...)".⁸

¿Pero cultura así como tal qué contiene, a dónde nos lleva, por qué es importante conocerla?

Los individuos en su interacción generan ideas, información, creencias, actitudes y hábitos sobre actividades comunes, en pocas palabras, generan una cultura; por supuesto que la mayoría de la gente nace y es socializada en una cultura que da por supuesta. Estas ideas culturales se asocian a modelos particulares de comportamiento social que se dan en la escuela, la familia, la religión, en las instituciones sociales, políticas y comunicacionales; de modo que cada comunidad en una cultura determinada desarrolla ciertas formas específicas de conducta.

"Puesto que la sociedad humana nunca es una expresión espontánea de las potencialidades biológicas sino que siempre debe ser aprendida como parte de una cultura, el hombre debe ser moldeado dentro de su sociedad (...) en pocas palabras, debe ser socializado. En todas las sociedades esto se logra principalmente durante la infancia, cuando la cultura del grupo es implantada por inculcación, y los impulsos asociales o antisociales con que nace el niño son disciplinados y redirigidos para que se ajusten a los papeles sociales que debe desempeñar como adulto".⁹

La cultura condiciona la personalidad del hombre y lo integra a la sociedad, ya que determina ciertas pautas de conducta, y en esta integración el hombre aprende a convivir en comunidad, es así como el hombre adulto tendrá que compartir ideas y costumbres no sólo en su vida social, sino también en su vida profesional y política.

⁸ Roderic, Ai Camp. *La política en México*. Ed. Siglo XXI, 1a. versión en español, México, 1995, p. 75.

⁹ Murdock, George Peter. *Cultura y Sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México, 1987, pp. 18-19.

Para Ortega y Gasset la cultura representa el tesoro de los principios, dice que "la cultura no es sino la interpretación que el hombre da a su vida, la serie de soluciones, más o menos satisfactorias, que inventa para obviar a sus problemas y necesidades vitales".¹⁰

Toda sociedad genera su propia cultura, pero no hay culturas auténticas, pues muchas veces se retoman modelos culturales de otras sociedades, y esto se da en los procesos de globalización, es lo que sucede, por ejemplo, con la moda y la tecnología. En México, a pesar de los diferentes estilos de vida, del regionalismo y de los diversos grupos étnicos que existen, no hay individuos o grupos que carezcan de ella. Por lo tanto, es de vital importancia apoyar la diversidad cultural; los deseos de cancelar la diversidad cultural en un país es lo mismo que anular la libertad que tienen estos grupos de poseer una cultura. La cultura es una forma de vida que tienen los hombres en una sociedad.

Cada sociedad se amolda a su cultura, porque es la que determina sus conductas, sus creencias, sus formas de participación política y social; también existe la contracultura cuando dentro de una sociedad hay grupos que no se integran a esas formas de ser y de pensar de los otros. Eso es normal, siempre y cuando no se caiga en un estado de intolerancia. Si una comunidad no acepta las costumbres y tradiciones de otra comunidad, aunque sean similares, se cae en un estado de intolerancia. Es muy cierto que la diversidad cultural crea barreras de relación entre los grupos sociales, pero esto no les impide para nada tener una relación entre sí. Por otra parte, es imposible pensar en la existencia de sociedades homogéneas, y menos en un país como México donde existen comunidades indígenas tan diversas, con diferentes culturas y lenguas. La diversidad enriquece y en ella radica la complejidad de esta Nación.

Una relación social se logra porque los hombres comparten los mismos símbolos, esto quiere decir que "(...) la cultura es un sistema de símbolos en virtud de los cuales el hombre da significación a su propia experiencia. Sistemas de símbolos creados por el hombre, compartidos, convencionales, y, por cierto, aprendidos, suministran a los seres humanos un marco significativo dentro del cual pueden

¹⁰ Antología. Edición de Pedro Cerezo Galán. Texto Cardinales 15, Ed. Península, Barcelona, 1991, p. 83.

orientarse en sus relaciones recíprocas, en su relación con el mundo que los rodea y en su relación consigo mismos".¹¹

Ortega y Gasset, por ejemplo, critica en cierta forma que los hombres se asuman en una cultura dada que les viene de fuera sin cuestionar siquiera su existencia, esto no tiene nada que ver con la diversidad cultural, pero sí con las sociedades que viven en sistemas políticos no democráticos cualesquiera que sean.

"(...) el hombre ya heredero de un sistema cultural, se va habituando progresivamente, generación tras generación, a no tomar contacto con los problemas radicales, a no sentir las necesidades que integran su vida y de otra parte a usar modos mentales -ideas, valoraciones, entusiasmos- de que no tiene evidencia, porque no ha nacido en el fondo de su propia autenticidad (...) trabaja, pues, y vive sobre un estrato de cultura que le ha venido de fuera, sobre un sistema de opiniones ajenas, de otros yos, de lo que está en la atmósfera, en la 'época', en el 'espíritu de los tiempos', en suma, de un yo colectivo, convencional, irresponsable, que no sabe por qué piensa lo que piensa ni quiere lo que quiere".¹²

Pareciera que está describiendo las características de una sociedad pasiva y autómatas, de un sistema político autoritario, de hombres que no cuestionan su situación social y política porque vivir así es normal para ellos, es como un hábito o una costumbre y tal vez porque sea más fácil reproducir estos hábitos que crear los propios.

Más adelante veremos cómo el poder y los intereses de un grupo político, del Estado y del gobierno, determinan la formación cultural de una Nación. Efectivamente, este pensador tiene razón en decir que ese "yo colectivo" no sabe por qué piensa lo que piensa ni quiere lo que quiere, pues ese "yo colectivo" actúa con base en los intereses del "yo" de los grupos que están en el poder y ese "yo colectivo" es el que los mantiene en el poder.

Sin embargo, en las sociedades democráticas donde los aspectos culturales permiten la práctica de la libertad, el respeto, la tolerancia, el diálogo, etc., la

¹¹Geertz, Clifford. *La interpretación de las culturas*. 2a. reimp., Gedisa, México, 1991, p. 215.

¹²Antología, *op. cit.*, p. 83.

conducta de los hombres es diferente. En este tipo de sociedades los hombres hacen valer sus derechos, cuestionan su entorno y trabajan colectivamente para el beneficio de todos. La diferencia con este tipo de sociedades, es que están más informadas y procesan una pluralidad de información que les permite un proceso de selección con la cual, pueden ser más analíticas y más críticas con su sistema político.

¿Qué pasaría si las sociedades dejaran de cuestionar su sistema político. Si no participaran en los asuntos públicos, si no se interesaran en la forma en que sus gobernantes dirigen y administran su país?.

Hablaríamos de sociedades sumisas, gobernadas por políticos quizá autoritarios, nepotistas, tecnócratas, etc., que velarían por sostener su poder y no por los intereses de sus gobernados. Ortega y Gasset dice que "el hombre que no crea, si no recibe una idea, se encuentra entre las cosas y su propia persona con la idea ya creada que le facilita su relación con aquellas como una receta. Tenderá, pues, a no hacerse cuestión de las cosas, a no sentir auténticas necesidades, ya que se encuentra con un repertorio de soluciones antes de haber sentido las necesidades que provocaron aquellas".¹³ Esta actitud no sólo de sumisión, sino de conformismo con las cosas favorece a los grupos políticos gobernantes, pues el poder representa la fuerza de uno o varios grupos, el poder perdura mientras que el grupo se mantiene unido .

El medio esencial de la cultura lo constituyen las ideas y especialmente sus valores adquiridos. La complejidad de la cultura encamina al hombre a la colectividad. Esa colectividad se convierte en historia, sociedad, geografía y política. "Cultura es el sistema vital de las ideas de un tiempo" dijo Ortega y Gasset, pero para que esto sea posible es necesario que el ser humano, en cualquier sociedad y en cualquier época tenga claros los conceptos que narran su existencia, como por ejemplo: la religión, la educación, el sistema político, etcétera, y comprenda su entorno, así como la relación de cada concepto con su entorno mismo. De ahí la idea de haber citado varias veces a Ortega y Gasset, porque provoca y critica al hombre por no cuestionar su existencia y por asumirse en una cultura como objeto, sin ni siquiera interesarse en por qué es parte de ella; y porque esta pasividad tiene una gran semejanza con la actitud pasiva que muestran los ciudadanos ante el sistema político mexicano.

¹³ Antología, op. cit., p. 83.

2.2. Las Dimensiones en el Campo de la Cultura

La crisis económica y política conlleva un cuestionamiento del proyecto cultural que como país hemos adoptado, con ese proyecto crecimos y es el único que conocemos; pero muchas veces es necesario que el hombre se aleje un poco de la cultura para hacer un balance de su entorno. Adoptar nuevos proyectos culturales no es fácil, ya que se requiere de todo un proceso histórico y social que necesita mucho tiempo. Por otra parte, la mayoría de las veces la gente tiene miedo al cambio, y otras, prefiere asumirse en una cultura dada, pues le es más fácil manejarse en lo conocido que en lo desconocido.

En el caso de la cultura política, la participación de la sociedad en los asuntos públicos es de vital importancia, pues a medida que los individuos luchan para lograr mejores condiciones de vida, y no sólo para satisfacer sus necesidades primarias de vestir, comer, etc., sino como parte de un proyecto cultural a largo alcance, estarán presentes los movimientos y las organizaciones en su sociedad.

Es en este punto y en esta necesidad, donde tiene cabida la cultura política, entendida como el conjunto de normas, valores y creencias orientadas al ámbito político. La cultura será el alcance para los objetivos de la cultura política, que no son sino la combinación de actitudes, prácticas y creencias del hombre en la vida política.

El alcance de toda acción cultural se puede entender si se considera la manera como estas acciones son apropiadas, interpretadas y confrontadas por la ciudadanía y por las personas que las utilizan. Estas consideraciones son útiles para la implementación de los programas destinados a satisfacer las necesidades socio-culturales y socio-políticas de la mayoría, ello con la intención de proponer alternativas democráticas que requieren de la participación de todos, en la producción y en la utilización de los bienes culturales de nuestra sociedad.

La difusión y el desarrollo de la cultura y de la política es tarea de todos, los asuntos de la cultura nos interesan y nos involucran como parte de ella, lo mismo debería suceder con la política.

Participamos en la política desde el momento que emitimos un voto, pero también cuando nos manifestamos públicamente, cuando leemos y/o escuchamos

los discursos de los políticos; esta acción de leer por ejemplo, puede ser un hábito, una costumbre y algunas veces una necesidad que se desarrolla a partir de nuestra cultura y de nuestra educación.

Si se comprenden los elementos culturales y políticos por separado, se entenderá con mayor facilidad el propósito de la cultura política, y digo propósito desde el momento en que se buscan objetivos comunes para llegar a ser una sociedad abierta, participativa, interesada en los asuntos públicos y propositiva a un nuevo sistema político alejado de los vicios que tiene nuestro sistema político, del cual hablaré más adelante. Hablo del deseo de vivir en un sistema político democrático que debe ser impulsado desde la sociedad y las instituciones.

La cultura es vital para el hombre en todas las sociedades y también en la política, pues introduce y analiza el comportamiento de los hombres en esta materia, a medida que los ciudadanos participen en cuestiones políticas, exigirán a sus gobernantes mejores condiciones de vida, ejercerán y harán valer sus derechos y cumplirán con sus obligaciones.

Finalmente quiero señalar que la política es parte de nuestra vida cotidiana y no es otra cosa sino la forma que tienen los hombres para organizarse, en nuestro país la política es cuestión sólo de políticos, y ellos establecen las normas y las reglas para gobernarnos.

2.3. Definición de Política

La política ha sido un tema de gran interés a lo largo de la historia universal, por ejemplo, los pensadores políticos griegos fueron los primeros en el estudio de la política porque buscaban el estado ideal para los pueblos, en donde el conflicto se tenía que resolver en interés de una vida mejor para todos.

Étimológicamente la política tiene su origen en la Antigua Grecia (siglo V a.C.) y nace de la palabra griega "polis" que quiere decir ciudad o comunidad, por ello, la palabra política tiene que ver con lo público, aquello que comparten los ciudadanos o los miembros de una comunidad.

La política es compleja, es como una lucha constante por el cargo y el poder, encierra en sí relaciones a través de las cuales pueda obtener y mantener su poder, como por ejemplo las actividades de los partidos políticos, grupos de presión, movimientos revolucionarios, asociaciones civiles, elecciones, congresos, parlamentos, regímenes militares, gobiernos civiles, etc.

Si nos limitamos a entender a la política como la acción de organizar o dirigir a un grupo de personas nos podríamos referir a una tribu, a una familia o alguna asociación, pero trataré de ver a la política desde una visión más amplia. "La política está en el centro de toda actividad social colectiva, formal e informal, pública y privada, en todos los grupos humanos, instituciones y sociedades, no sólo en algunos de ellos, y que siempre ha estado y siempre estará."¹⁴ Existe política en todas las instituciones formales como son la familia, la iglesia, escuelas, universidades, sindicatos, fábricas, en el ejército y grupos sociales.

¿Pero qué es exactamente la política, que para muchos es tan temida y para otros tan anhelada?

La política es lo público, aquello que nos involucra a todos como nación. La política establece las reglas y las normas bajo las cuales se debe gobernar a un país o a una comunidad. La política es por naturaleza competitiva. Su estructura es como una especie de cadenita donde surgen eslabones de diversos tipos, llamémosles grupos, en donde cada grupo tiene un líder y cada líder busca siempre llegar a la cúspide y, sólo llegará aquél que recibió el apoyo de los demás grupos. Un líder político siempre busca el apoyo y la aceptación popular, por lo menos de la mayoría. Pero en México, los liderazgos políticos han sido monopolizados por el sector económico más fuerte. En el juego político todos los grupos que colaboran entre sí para sostener a otro(s), siempre salen premiados. La política también permite la participación de los civiles, aquellos que no pertenecen a ningún grupo.

En principio de cuentas, la política representa poder, pero también deja espacio a dos aspectos esenciales para su propia existencia: gobierno y conflicto, pues el gobernar forma parte de la disciplina política. Aunque gobierno y política no son lo mismo, gobernar significa controlar el comportamiento de cualquier grupo social. "(...) los gobiernos también implantan políticas por otros medios (dar órdenes o

¹⁴Leftwich, Adrian. "La política: gente, recursos y poder" en Leftwich, Adrian. *¿Qué es la política? La actividad y su estudio*. FCE, México, 1986, p. 123.

tratar de convencer, por ejemplo), y el hacer política no es exclusivo de los órganos gobernantes oficiales.”¹⁵

Cuando se habla de política generalmente se piensa que se trata de asuntos difíciles que son tarea de los políticos, y en el peor de los casos, hay quienes piensan que la política no es de su incumbencia. Digamos que, en muchas partes del mundo, la política no es bien vista por los ciudadanos, como en el caso de los mexicanos, pero esta actitud de rechazo y apatía a las cuestiones políticas trae consigo una larga historia, que muchas veces tiene que ver con la educación, los valores y la cultura de los ciudadanos, y algunas otras han sido los mismos políticos quienes han influido en esta forma de ver y de pensar la política, por sus regímenes de rechazo y exclusión que perjudican al grueso de la sociedad.

Para comprender la política de algunas sociedades, es necesario entender la cultura e ideología de la colectividad que se pretende analizar, pues muchas veces los conflictos ideológicos y culturales entre los grupos constituyen parte de la política, y es a partir de las prácticas políticas que se resuelven dichos conflictos.

2.3.1. Valores Políticos

Los valores son reglas, normas, patrones, comportamientos y conductas que se aprenden y comparten en la comunidad, son creencias que se presuponen como tales, son experiencias cotidianas compartidas por un grupo de personas. Los valores están directamente relacionados con la cultura, reflejan nuestra forma de ser, de pensar y de actuar. “Los valores son orientaciones generales hacia aspectos básicos de la vida: principios abstractos que guían la conducta”.¹⁶ Los valores son los mitos, en los pueblos tan tradicionales como el nuestro, las costumbres, creencias y mitos tienen mucho peso sobre las formas de pensar y de actuar de la gente de una comunidad.

El mexicano Enrique Alduncin, bajo el patrocinio del Grupo Banamex-Accival realizó en 1980 una investigación basada en encuestas de opinión -la primera de esta índole a nivel nacional- principalmente para conocer la identidad y cultura de los mexicanos, y sobre ese marco de referencia comprender los aspectos

¹⁵ *Idem.*

¹⁶ Roderic, *Ai Camp. op. cit.* p. 102.

económicos, políticos y sociales de los mexicanos. En este estudio, Alduncin observó que los mexicanos conciben sus valores como patrones, normas y reglas que se adquieren en un proceso de socialización, que no se cuestionan ni se ponen en duda, los valores les son impuestos y aprenden a vivir con ellos.

Para mostrar cómo piensan los mexicanos sobre el deber ser de los políticos, proporcionaré sólo un ejemplo en términos muy generales, de los resultados que arrojaron las encuestas:

En principio de cuentas, los mexicanos creen que la política es básicamente ocupación de los políticos.

Como aspectos principales del deber ser de los políticos destacan:

- * conducir al país y,
- * servir al país.

En segundo factor en importancia están:

- * el de preservar la soberanía nacional y,
- * cuidar la seguridad nacional.

Como aspectos negativos que encontraron de los políticos destacan en orden de importancia:

- * enriquecerse,
- * ayudar a los amigos,
- * asegurar el bienestar familiar,
- * trabajar mucho y,
- * ser conocido y famoso.

Esto coincide con el valor negativo que el pueblo otorgó al slogan publicitario que utilizó el presidente Ernesto Zedillo durante su campaña electoral: "Bienestar para la familia", que el pueblo tradujo irónicamente como "bienestar para su familia", para la familia del presidente, aunque el concepto familia puede referirse ya sea al término familia como tal, o a la familia política. Alduncin señala que para los mexicanos el propósito de la política es el de "alcanzar el poder para gobernar y

organizar a la sociedad, de manera que se logre el mayor bienestar posible en todos los órdenes (social, económico, cultural) y para toda la población".¹⁷

Por otra parte, el estadounidense Roderic Ai Camp realizó una investigación de campo basada en encuestas de opinión pública, que le permitió hacer un extenso análisis sobre la política mexicana; según este autor:

- * los mexicanos sienten muy poco respeto por la mayoría de las instituciones de la sociedad,
- * tienen un alto grado de respeto a instituciones como son la iglesia y la escuela,
- * manifiestan muy escaso respeto por las instituciones políticas de cualquier tipo y por los individuos relacionados con ellas como son los burócratas y políticos,
- * muy pocos mexicanos participan activamente en organizaciones sociales y menos aún los que participan en partidos u organizaciones políticas,
- * la mayoría de los mexicanos se consideran políticamente moderados o conservadores,
- * muchos mexicanos están interesados en democratizar su sistema político y en lograr una mayor competitividad del proceso electoral.

Roderic Ai Camp y Enrique Alduncin, cada uno por separado, coinciden en que los valores de los mexicanos están cambiando, en el ámbito político, por ejemplo, los valores son determinados por el ingreso económico, quienes tienen mayor ingreso creen más en la política que quienes ganan menos. Otro aspecto es la educación, ya que es el medio para adquirir conocimiento, el prestigio social, el éxito económico y político, así como mayor confianza en uno mismo. Quienes no tienen acceso a la educación, o sólo tienen nivel primaria, consideran que no se pueden cambiar las condiciones políticas. Por ejemplo, Roderic Ai Camp menciona que la educación disminuye la intolerancia política y el apoyo a la conducta política autoritaria. Alduncin señala que "los contrastes en educación y riqueza inducen marcos valorales diferentes, que fragmentan y debilitan la unidad nacional".¹⁸

¹⁷ Alduncin Abitia, Enrique. *Los valores de los mexicanos. En busca de una esencia*. Tomo III, Grupo Financiero BANAMEX-ACCIVAL, México, 1993, p. 101.

¹⁸ Alduncin Abitia, Enrique. *op. cit.*, p. 16.

El comportamiento político de las mujeres es diferente al de los hombres, las mujeres no están tan interesadas en la política como los hombres. Las mujeres que hablan y se interesan por la política son mucho menos que los hombres. Aquí cabe mencionar que nuestro sistema político se maneja más a través del compadrazgo, del favoritismo, y que está totalmente inclinado hacia una cultura machista. Lo cierto es que además de que muy pocas mujeres se interesan en la política, hay muy pocas oportunidades para ellas en este ámbito.

La religión es otro factor que determina los valores políticos de los mexicanos ya que cuanto más religioso es un individuo, cualquiera que sea su fe, más intolerante es con respecto a las creencias políticas de los demás. Finalmente, cabe señalar que los jóvenes están contribuyendo más a los cambios políticos, pues son los que se muestran más interesados y participan más en los aspectos políticos.

Roderic Ai Camp y Enrique Alduncin coinciden en los siguientes aspectos:

- * a mayor ingreso económico, más se cree en la política,
- * a menor acceso a la educación, menos se cree en un cambio de condiciones políticas,
- * el comportamiento político de las mujeres es diferente al de los hombres,
- * los jóvenes participan más en política
- * a mayor creencia religiosa, se es más intolerante con las creencias políticas de los otros.

2.3.2. Política y Vida Cotidiana

La política es parte de la vida cotidiana y los ciudadanos participan en ella directa e indirectamente. Esa participación es palpable en las concentraciones masivas como marchas, mítines, plantones, manifestaciones, etc., pero también se refleja en las elecciones políticas al momento de votar; informarse y dar nuestra opinión sobre los asuntos políticos es otra forma de participar en política.

"Participar, en principio, significa 'tomar parte': convertirse uno mismo en parte de una organización que reúne a más de una sola persona. Pero también significa 'compartir' algo con alguien o, por lo menos, hacer saber a otros alguna noticia. De modo que la

participación es siempre un acto social: nadie puede participar de manera exclusiva, privada para sí mismo".¹⁹

La participación ligada al ámbito político se entiende como la voluntad y el interés de un conjunto de personas, es un acto social y colectivo, un propósito compartido.

En las sociedades democráticas, la participación ciudadana es la presencia activa y determinante de los ciudadanos en los aspectos públicos. La forma más común de participación que conocemos en México se da en las elecciones al momento de votar. En las sociedades democráticas es la manera en que se integra la representación de las sociedades, pues en ellas la sociedad civil adquiere mucho peso político porque su participación no se limita sólo a las elecciones, sino que se hace presente en la toma de decisiones políticas. La participación ciudadana constituye los órganos de gobierno.

Mauricio Merino señala que hay cuatro formas de participación ciudadana:²⁰

- 1) El ejercicio del voto.
- 2) Actividades que realizan los ciudadanos en campañas políticas emprendidas por los partidos o en favor de algún candidato.
- 3) Actividades comunitarias encaminadas a un fin específico. En este punto cabría el ejemplo de las asociaciones de colonos como la "Asamblea de Barrios" o los movimientos populares independientes. Muchos de los objetivos comunes de estas asociaciones es la vivienda.
- 4) Finalmente las que se derivan de algún conflicto en particular. Se me ocurre que pueden ser emergentes. Por ejemplo, el tipo de participación civil que surgió a raíz del sismo del 85.

Lo interesante de la participación ciudadana es que es una voluntad individual compartida colectivamente porque depende de cada persona el

¹⁹Merino, Mauricio. *La participación ciudadana en la democracia*. Serie Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, 2a. ed., Instituto Federal Electoral, México, 1995, p. 9.

²⁰Merino, *op. cit.*, p. 30.

participar o no con otras. O como define Jacqueline Peschard, la imagen del ciudadano participante "(...) concebirse como protagonista del devenir político, como miembro de una sociedad con capacidad para hacerse oír, organizarse y demandar bienes y servicios del gobierno, así como negociar condiciones de vida y de trabajo; en suma, incidir sobre las decisiones políticas y vigilar su proyección".²¹

Lo importante aquí es destacar que en efecto, el ciudadano debe concebirse como protagonista, negociante y vigilante, pues esto le permitirá intervenir de una manera más real y directa en los asuntos públicos. Si traspasamos esto a la realidad mexicana y muy específicamente al ejemplo del "Barzón", como un frente de movilización social, podemos encontrar en este frente todas esas características. Cabe recordar que los barzonistas surgen de la organización de ciudadanos de diversas clases sociales, que comparten entre sí un problema económico en común, todos ellos son deudores de la banca, y ha sido a través de esta organización que han podido negociar con el gobierno y los banqueros la moratoria de sus deudas.

En nuestro país, por causas de actos ilícitos, de impunidad y corrupción por parte de los políticos, muchos mexicanos no creen en la política, la imagen de los políticos está totalmente devaluada, sin embargo, es importante que como ciudadanos nos involucremos en los asuntos políticos, pues las decisiones políticas nos afectan a todos por igual; la mayoría de las veces, el pueblo es quien padece las determinaciones de los políticos, basta recordar cuando en la Cámara de Diputados se aceptó el incremento del IVA al 15% y como consumidores fuimos directamente afectados, porque aunque nosotros no hayamos tomado esa decisión, en cada consumo que hacemos pagamos el 15% de IVA; esto es sólo un ejemplo de lo que ocurre cuando las cuestiones políticas son manejadas sólo por políticos.

Rousseau señala que la familia es el primer modelo de sociedad política en donde el jefe es semejante al padre y el pueblo a los hijos. Reproducimos y actuamos en la política nuestros roles familiares, como hijos hacemos lo que mandan nuestros padres, aunque ellos no tengan siempre la razón. Nos integramos a la política como en un acto de obediencia. "El más fuerte no es, sin

²¹Peschard, Jacqueline. *La cultura política democrática*. Serie Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. Instituto Federal Electoral, México, 1994, p. 20-21.

embargo, lo bastante para ser siempre el amo, si no convierte su fuerza en derecho y la obediencia en deber".²²

Esa forma que tienen los mexicanos de concebir su política, es en parte por sus valores y por su cultura política, fomentada también por el gobierno, pues al sistema le conviene tener súbditos apáticos y poco participativos. En las sociedades democráticas se ha comprobado que a mayor participación de los ciudadanos existe menor autoritarismo, es decir, que antes de que el gobierno tome una decisión, se hace una consulta pública -que puede ser por referéndum o plebiscito- para saber cuál es la opinión de los ciudadanos y así saber qué determinación tomar.

¿Cuál es la importancia de la política en la vida del Hombre?

Considero importante terminar esta parte de política con este tema porque es una visión diferente de analizar la política. Dice el francés René Pucheu, en su *Guía para el Universo Político*²³ que "si nosotros no nos ocupamos de la política, la política se ocupa de nosotros".

El autor señala que la política es una calidad de vida, una manera de ser y de existir, encargada de orientar y organizar el progreso; se podría decir que a ella le concierne la coexistencia y la comunión de los individuos y está presente en todo lo referente a los hombres. Es un bien común que no existe como tal. Es un deseo latente en cada ser humano de existir para los otros, de ser para ellos y para los otros. Es un deseo de ser reconocido como hombre por otro hombre y de igual manera por todos los hombres, pero sobre todo de ser único entre todos, de ser único en el mundo. De aquí surge el sentido de lucha política entre los hombres, cada uno lucha por ser plenamente más reconocido que otro. La política se personaliza en el político, y es a partir de esta personalización que la política comienza a dirigir y organizar.

Las actividades políticas se clasifican en macro-políticas y micro-políticas, y en cualquiera de estas siempre existirá un jefe y un subordinado, o un dirigente y

²²Rousseau, Jean-Jacques. *El contrato social o Principios de derecho político*. Col. Clásicos del Pensamiento. Ed. Tecnos, Madrid, 1988, p. 7.

²³Pucheu, René. *Guide pour l'univers politique*. Collection vivre son temps. Les éditions ouvrières. Paris, 1967.

un dirigido. Ese deseo de ser reconocido y único se convierte en autoridad. La política no es sino el entrecruzamiento de relaciones fundamentalmente políticas que surgen espontáneamente cada vez que los hombres entran en contacto. De esta forma se configura la sociedad, y en este sentido la política es de vital importancia, porque sin ella los hombres no podrían organizarse en sociedad.

La sociedad política es en cierta forma contradictoria, porque a la vez que busca la felicidad y el bienestar para todos los individuos, tiene jerarquías que no permiten la igualdad. "La desgracia de la política es que sus modos de realización le prohíben el triunfo", dice Pucheu.

La política no es polémica por accidente, sino por naturaleza, su comprensión es difícil pero necesaria, porque a partir del conocimiento de la política, nos daremos cuenta de cómo somos los seres humanos, somos autodestructivos, competitivos, autoritarios, y eso que nos regula nuestra forma de ser y actuar tiene que ver con la política y los políticos.

2.3.3. Política y Poder

En la política se manejan muchos intereses, y por ende poder, el poder representa la fuerza de los grupos políticos y dos grupos de distintos bandos siempre estarán en constante lucha, pues uno querrá tener siempre la razón y el dominio del otro. "El poder, corresponde a la capacidad humana no sólo de actuar sino de actuar en concierto. El poder nunca es propiedad de un individuo, pertenece a un grupo y sigue existiendo sólo en tanto el grupo se mantenga unido (Hannan Arendyt)".²⁴

La política es una actividad que pretende ocupar las funciones de dirección, pero esta dirección deberá ser impulsada y apoyada por uno o varios grupos de políticos, esto se da principalmente a través de relaciones de amistad, favoritismo, compromiso y compadrazgo entre grupos, pero siempre y cuando exista un orden.

²⁴Graeme, C. Moodie, "La política trata del gobierno" en Leftwich, op. cit., p. 58.

Para Maurice Duverger el poder es lo que los otros llaman autoridad:

"el poder es aquella forma de influencia (o dominación) establecida por las normas, las creencias y los valores de la sociedad donde se ejerce. Su existencia reposa en el hecho de que todos los grupos sociales admiten explícitamente o no unos jefes, gobernantes o dirigentes -poco importa su nombre oficial- a los cuales se les reconoce el derecho de dar órdenes a los restantes para impulsarles a hacer lo que de otro modo no harían. Los miembros del grupo se inclinan ante esta influencia porque la consideran legítima, es decir, conforme al sistema de normas y valores del grupo. Así el poder es una influencia (o dominación) legítima, no teniendo las restantes formas de influencia este carácter".²⁵

Max Weber dice que la política es la aspiración a participar en el poder, pero también es influir en la distribución del poder entre los distintos Estados, o en un mismo Estado, entre los distintos grupos de hombres que lo integran. Weber dice: "quien hace política aspira al poder, al poder como medio para la consecución de otros fines (...)".²⁶

El reto para lograr el desarrollo de la cultura política mexicana es cambiar la concepción que los mexicanos tienen de la política, pero para ello habría que cambiar también sus valores y a los políticos. Es un trabajo complicado pero justo. En principio de cuentas se tendría que acabar con el sentido de competencia y poder que se genera entre políticos, y a lo largo de la historia se ha demostrado que esto es imposible, basta leer un día las noticias nacionales y extranjeras para darnos cuenta de lo inadmisibile del asunto. Sin embargo, se podría dosificar el poder, o distribuirlo, dándole juego en la política, a la sociedad civil.

La política puede llevar a cabo su papel de dirección, siempre y cuando se apegue a un marco legal. La legalidad asegura justicia para todos los hombres y establece los derechos y obligaciones de los ciudadanos.

²⁵ Duverger, Maurice, "Desigualdad y poder", en Lukes, Burdeau, et.al., op. cit., p. 17.

²⁶ Weber, Max. *El político y el científico*, Ed. Alianza, México, 1986, p. 84.

2.4. Explorando el Concepto de Cultura Política

El término cultura política surgió en este siglo en la década de los cincuenta, sus principales precursores fueron los estadounidenses Gabriel Almond y Sidney Verba, quienes desarrollaron toda una teoría sobre cultura política a principios de los sesenta, basándose en estudios comparados por medio de datos empíricos. A través de sondeos de opinión, encuestas y entrevistas pudieron conocer el comportamiento político de ciudadanos de cinco naciones (Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Italia y México). Asimismo pensaron contribuir también al desarrollo de un teoría científica de la democracia.

The Civic Culture es hasta ahora la investigación más precisa para describir las actitudes políticas de los mexicanos; para este análisis se encuestaron alrededor de mil mexicanos (en 1959) por lo que se pudo conocer el perfil de la cultura política mexicana a partir de su historia, así como de elementos de identificación con su régimen político. Algunos de los resultados que arrojaron estos sondeos de opinión fueron los siguientes:

- * Los mexicanos mostraron gran indiferencia tanto para las campañas electorales como para las votaciones,
- * son apáticos en cuestión de participación electoral,
- * manifestaron una gran insatisfacción en el manejo cotidiano que tienen sus gobernantes sobre el poder,
- * destacaron un alto grado de despolitización,
- * México fue dentro de los países analizados, el más pobre en cuanto a información política.

Por un lado, los mexicanos se mostraron orgullosos de su sistema político, de su sistema económico y de los atributos físicos de su país. Pero por otro manifestaron una gran insatisfacción política. A pesar de que este estudio se llevó a cabo hace 37 años, no han cambiado mucho las formas de actuar de los mexicanos en los asuntos políticos, lo cual no quiere decir que no han habido cambios, pero han sido muy lentos. Esto se ve claramente si recordamos que en el apartado de los valores políticos señalé cuáles son, desde el punto de vista de

No hay autor que al hablar de cultura política no mencione la obra clásica de Gabriel A. Almond y Sidney Verba cuyo título original es *The Civic Culture, Political Attitudes: in Fives Democracies*.

Enrique Alduncin y Roderic Ai, los comportamientos de los mexicanos en el acontecer político; comparando esos análisis con los estudios que realizaron Almond y Verba, se puede observar que los estudios sobre el comportamiento político de los mexicanos que han elaborado diferentes personas en diferentes años, muestran gran similitud en cuanto a la desinformación, apatía y poco interés de los mexicanos en los asuntos políticos.

El parámetro en el que se basaron Almond y Verba para medir el grado de democracia fue la cultura política de Estados Unidos e Inglaterra, calificada por éstos como una cultura de participación, una cultura cívica, una cultura democrática.

En el caso mexicano, "Almond y Verba identifican entonces a la Revolución como la experiencia histórica central que crea sentimientos de identidad nacional y de compromiso con el régimen político, y afirman que ambos permean a todas las clases sociales. El mexicano que tiene un fuerte sentido de participación está positivamente orientado a su nación como símbolo y a su sistema político a nivel más general. No espera ninguna mejor actuación del gobierno concreto."²⁷ Su estudio comparativo llevó a conocer a estos autores cómo es el trabajo colectivo de los ciudadanos, cómo es su comportamiento frente a las instituciones políticas, cuál es su postura ante su sistema político, cuáles son sus valores políticos, cómo es su participación, etc.

La cultura política tendría que ser una cultura de participación, pero no se sabía como tendría que ser esa participación. "La cultura cívica o democrática surgió como un modo de cambio cultural 'económico' y humano. Sigue un ritmo lento y busca el común denominador".²⁸ Es una combinación de la cultura tradicional y la moderna, "(...) una cultura pluralista basada en la comunicación y la persuasión, una cultura de consensos y diversidad, una cultura que permitía el cambio, pero que también lo moderaba".²⁹

El término cultura política se refiere específicamente a cuestiones políticas, posturas relacionadas al sistema político y sus diversos elementos, así como los

²⁷Loaeza, Soledad. *El llamado de las urnas*. Ed. Cal y Arena, México, 1989, p. 95.

²⁸Almond, Gabriel A y Sidney Verba. *La Cultura Cívica*. Estudios sobre la participación política democrática en cinco naciones. Fundación FOESSA. Fomento de Estudios Sociales y de Sociología Aplicada. Madrid, 1970, p. 23.

²⁹Almond y Verba *op. cit.*, p. 24.

roles que juegan los individuos dentro de dicho sistema, la cultura política pretende conocer el grado de participación, interés e información que tienen los ciudadanos en torno a su sistema político nacional.

Como la cultura política de una nación consiste en la distribución de las pautas de orientación hacia elementos políticos entre los miembros de dicha nación, Almond y Verba designaron los modos de orientación política de la siguiente manera:

- 1) Orientación cognitiva.- Los conocimientos y creencias que tienen los ciudadanos del sistema político y de sus roles.
- 2) Orientación afectiva.- Sentimientos que tienen los ciudadanos acerca del sistema político, sus roles y sus logros.
- 3) Orientación evaluativa.- Juicios y opiniones que tienen los ciudadanos sobre objetos políticos que involucran los criterios de valor con la información y los sentimientos.

Los autores clasificaron a la cultura política en tres categorías, para saber hacia que objetos políticos se hallan orientados los individuos:

- Cultura Política Parroquial.- El individuo no espera nada del sistema, no hay roles políticos especializados, los individuos tienen una vaga idea de la existencia de su gobierno central y no se sienten capacitados para incidir en el desarrollo de la vida política. Este tipo de cultura política se da en aquellas sociedades tradicionales donde no existe una integración nacional al cien por ciento.
- Cultura Política de Súbdito.- El individuo tiene conciencia del sistema político y puede estar o no de acuerdo con él, pero se considera subordinado del gobierno, es una relación pasiva de súbditos hacia gobernantes.
- Cultura Política de Participante (Participativa).- El individuo tiene conciencia del sistema político en el que vive y se interesa en la forma en que opera, tiene un rol activo de su persona en la política y participa como ciudadano en los asuntos políticos.

Este último tipo de cultura política es el que funciona y se desarrolla en sociedades democráticas, pero se complementa y se equilibra con los otros dos tipos de cultura. Como resultado de estas categorías mixtas de cultura política surge la cultura cívica.

"La cultura cívica, (...) incluye un sentido de obligación de participar en las actividades políticas (input), lo mismo que un sentido de competencia para participar. El interesarse por los asuntos gubernamentales y políticos, así como el prestar atención a las cuestiones políticas, constituyen, ciertamente, obligaciones cívicas limitadas, y sin embargo, no existiría una cultura cívica sin esto".³⁰

La cultura política surgió como una necesidad de la modernización; una sociedad en proceso de modernización trae consigo aspiraciones y presiones que amenazan la estabilidad de los sistemas políticos, pues su crecimiento rebasa las fronteras económicas. Se pretende establecer nuevas estructuras políticas que permitan compartir el poder tomando en cuenta la opinión de la sociedad civil.

La expansión de la modernización y su nueva distribución demográfica, altera los principios, valores y normas tradicionales de los grupos sociales que los relaciona con lo social, lo político y lo cultural. El reto al que se enfrenta este proceso modernizador es construir una estructura política que responda y dé salida a las nuevas demandas de los ciudadanos.

Algo pasaba que impedía el desarrollo de llevar a cabo un sistema democrático y tal vez faltaba la retroalimentación entre gobernantes y gobernados para la realización del proyecto democrático. "Los sistemas de gobierno debían contar con una cultura adecuada, esto es, valores y símbolos referentes al campo de la política que estuvieran lo suficientemente socializados entre la población".³¹ Creo que el éxito de los países occidentales que pudieron llevar a cabo este proyecto, fue en principio el interés de los gobernantes para que los ciudadanos se integraran activamente a la vida política, y por otra parte, la respuesta de los mismos ciudadanos; entre otras cosas, influyó también su cultura.

La apertura informativa, la libertad de expresión, el interés de los ciudadanos por los asuntos políticos, las consultas públicas, la participación

³⁰ Almond y Verba *op. cit.*, p. 110.

³¹ Peschard, *op. cit.* 16.

electoral y el respeto al voto, así como una puesta en práctica de valores democráticos, han permitido el desarrollo de sistemas democráticos.

En México, la cultura política está siendo estudiada tanto por investigadores sociales, por politólogos y por políticos; por otra parte, cabe destacar que hay un gran interés por parte de instituciones sociales y políticas para que ésta sea cada vez más practicada por grupos sociales, civiles y políticos. Asimismo, las instituciones políticas necesitan de patrones culturales que se identifiquen con los principios democráticos que legitimen y permitan el funcionamiento de un sistema democrático.

No basta con la intención sino también con la acción, es necesario llevar a la práctica valores democráticos que justifiquen y legitimen a este sistema político, pero antes habrá que integrar a los ciudadanos a la vida política y modificar su cultura política. Esto sólo puede llevarse a cabo en el momento en que el gobierno satisfaga las expectativas de los ciudadanos, dirigiéndose y actuando con honestidad y en esta perspectiva, las instituciones comunicativas, los partidos políticos, las instituciones electorales, las universidades y las organizaciones civiles juegan un papel importante.

Es necesario hacer de la cultura política una forma de vida, integrarla a nuestras prácticas diarias a través de lecturas, medios de comunicación como radio, televisión y prensa; por otra parte, es importante darle un voto de credibilidad a estas prácticas políticas. A medida que integremos la cultura política a nuestra cultura en general, adquiriremos las pautas de conducta y actuaremos conforme a esa cultura política establecida por y para la sociedad. Una cultura hecha por ciudadanos.

Por eso es importante que como ciudadanos ocupemos un lugar en la vida política de este país, interesándonos más por los problemas políticos, y no sólo a través de participación electoral, sino también como una sociedad civil consciente y crítica frente a nuestro gobierno. La cultura política de un país se refleja en sus calles, en sus bares, en su transporte público, en sus medios de comunicación, en sus charlas de café, en sus mercados, pero sobre todo se encuentra en las palabras de sus habitantes. La cultura política está interiorizada en los ciudadanos, es una forma de vida. En los países democráticos, los valores

conforman las actitudes de los ciudadanos no sólo en su vida política, sino también en su vida cotidiana.

La cultura política de una sociedad es compleja, sobre todo porque establece los parámetros de conducta para vivir civilizadamente en sociedades políticas que por naturaleza son competitivas, y que ejercen poder, generando situaciones tensas que buscan siempre el consenso y el acuerdo, es como una paradoja entre el bien y el mal en busca del equilibrio.

La cultura política busca la estabilidad, la armonía y la convivencia pacífica entre hombres que tengan diversas formas de ser y de pensar. Se puede decir que es un "pluriversum" de actitudes políticas compartidas por una sociedad, entiendo "pluriversum" como la diversidad de ideas, sentimientos, acciones, actitudes y valores compartidos universalmente.

La cultura política abarca diversos aspectos de las particularidades de un sistema político, y se centra en el análisis de sus orientaciones políticas. Abarca también el conjunto de instituciones y organismos político-electorales. La cultura política está atenta a los cambios de un sistema político porque condiciona la acción política, o sea, las prácticas.

2.4.1. Cultura Política Mexicana

La cultura política mexicana es muy peculiar por los procesos históricos que ha tenido y han sido elementos formativos como el fenómeno de la Revolución Mexicana como un periodo de lucha armada contra la dictadura en donde el elemento de fracciones se resuelve en un grupo vencedor.

Por otra parte, está la creación del Partido Nacional Revolucionario (PNR) que se creó en 1929 y que posteriormente sería el Partido de la Revolución Mexicana (PRM), ahora Partido Revolucionario Institucional (PRI). Desde hace 68 años, el partido oficial decide las formas de cultura política en nuestro país.

Como ejemplo de estos ritos priístas, en procesos de elección se encuentran términos muy identificados en los distintos niveles que incluyen desde secretarías de Estado, centrales obreras y campesinas, gubernaturas, diputaciones,

presidencias municipales etcétera, de tal forma que palabras como "el tapado", "el destape", "la cargada", "operación tamal", "carro completo", y otras más, se emplean como parte del vocabulario de nuestra cultura política en tiempos de elección.

Soledad Loaeza define algunas características de la cultura política mexicana:

- 1) El régimen mexicano es democrático; aunque algunos reconocen que el poder está centralizado en manos de una pequeña élite.
- 2) Sistema de valores pragmático. Esto le permite al régimen una flexibilidad que hace las veces de democracia. El régimen se apoya en un consenso histórico (aunque no democrático) que se alimenta cotidianamente de la eficacia administrativa.
- 3) Es heterogéneo debido al proceso de modernización.
- 4) Las clases medias son el grupo social con mayor conciencia política y constituyen el sector participante que aporta al régimen su voluntad legitimadora.
- 5) Nacionalismo que permite la relación de los mexicanos de diferentes grupos sociales.

Por otra parte, Soledad Loaeza señala que los rasgos que describen el contenido de la cultura política mexicana y que remiten el tipo de régimen político que nos gobierna son:

- * paternalismo,
- * personalismo,
- * individualismo,
- * apatía ciudadana,
- * desconfianza,
- * ignorancia política y,
- * no participación.

Al referirse a la cultura política mexicana Roderic Ai Camp dice que "la cultura política no es ni democrática ni autoritaria. Es contradictoria: moderna y tradicional (...) México está hecho de dos poblaciones diferentes, rural y urbana, tradicional y moderna. Trabaja bajo muchas experiencias históricas: precolonial, colonial, independentista y revolucionaria. Esas experiencias han llevado a una cultura política que admira los valores democráticos esenciales, como la participación ciudadana, pero al mismo tiempo favorece enérgicamente la intolerancia frente a los puntos de vista contrarios".³²

México es un país en proceso de transición democrática, por lo tanto su cultura política refleja esa parte híbrida que manifiesta todo cambio social y cultural de una sociedad. Lo importante es reconocer que este país se está transformando. El paso principal es que los mexicanos adopten una cultura política cívica, democrática y de participación que modifique las prácticas políticas tan cerradas y autoritarias que tiene nuestro sistema político. Para ello, habrá que hacer un trabajo desde las bases, es decir, desde la ciudadanía.

La cultura política como todo proceso de formación, tendrá que entrar a las escuelas, a las universidades, a los partidos políticos, a las fábricas, a la familia, a los medios de comunicación, y a todos aquellos lugares públicos donde converjan las diferencias y el consenso, donde el respeto y el común acuerdo se lleven a cabo sin que haya conflicto.

2.4.2. Sistema Político Mexicano

Para entender la cultura política de México, hay que entender la historia, esa que es la historia de muchas historias en una sola, esa historia nos ha configurado como nación y a lo largo de esa historia se han creado patrones que han contribuido mucho al desarrollo del sistema político mexicano que hoy nos representa.

México es un país con una historia similar a la de América Latina porque fue conquistado, pero con características propias que lo hacen muy diferente a cualquier sistema político porque a diferencia de muchos países de Latinoamérica, el nuestro no ha sido dictadura. Pero si ha mantenido por 69 años a un partido

³² Roderic, Ai Camp, *op. cit.*, p. 27.

político que es el que designa al presidente de la República, al mayor número de diputados y senadores ante el Congreso de la Unión, a gobernadores, presidentes municipales, delegados políticos, caciques y funcionarios públicos.

Explicar un sistema político no es fácil ya que es un organismo complejo que cambia con el tiempo, pero se conforma por el conjunto de procesos, normas y funciones que le permiten llevar a cabo los objetivos de gobierno de una sociedad. Estos procesos implican decisiones y acciones colectivas entre los actores y los grupos de actores que integran el sistema político; lo cual quiere decir que un grupo político o diversos grupos políticos deciden entre sí cualquier acción política que pretenda llevar a cabo el gobierno.

Pero estas decisiones se toman ante un cuerpo legal que permite su funcionalidad. Para ello, el sistema político mexicano tiene sus normas y una de ellas es actuar en un marco de legalidad (aunque muchas veces no se respeten las leyes), en este rubro, los órganos políticos gozan de cierta legitimidad y la autoridad se rige con base en normas y responsabilidades.

Dentro del sistema político también hay jerarquías que se tienen que respetar, por eso existe un poder ejecutivo, un legislativo y un judicial.

Ante este cuadro explicativo de cómo es y cómo funciona nuestro sistema político, se puede observar que es legítimo y que su carta de presentación es la Constitución de 1917.

El sistema político mexicano es, desde mi punto de vista, un sistema único y diferente a los demás y por lo tanto es el más difícil de explicar, sin embargo señalaré brevemente cada una de sus particularidades:

- Es heterogéneo porque permite diferentes tendencias a la permanencia y al cambio, aquí intervienen los partidos políticos, y con esta intervención se da el consenso y el disenso y, para que este sistema político sea plural y legítimo, requiere de la participación de los ciudadanos en la toma de decisiones.
- Tiende a ser autoritario, si se entiende este término como un sistema en donde sólo un pequeño grupo de personas ejerce el poder y tiene acceso a él;

pero lo cierto es que a diferencia de otros sistemas autoritarios, este sistema permite un acceso mucho mayor al proceso de toma de decisiones.

- Es dominante porque el partido del gobierno (PRI) se ha sostenido por muchos años en el poder y sobre todo por el dominio que tiene el presidente sobre cualquier poder; es un sistema presidencialista que ha sido controlado por sucesivas generaciones que permanecen en el poder por un periodo de 6 años; se entiende al presidencialismo como el poder político que ejerce el presidente sobre el poder judicial y federal, así como las decisiones personales del presidente sobre la política gubernamental.
- Es corporativista porque muchos grupos (empresarios, banqueros, ganaderos, mineros, sindicatos, etcétera) se relacionan con el gobierno y con el Estado, creando un vínculo por medio del cual canalizan sus demandas, las cuales son atendidas y resueltas por el propio gobierno, a condición que en tiempos electorales o de crisis lo apoyen incondicionalmente.
- Es estable, aunque no podría explicar exactamente el por qué pero es el único sistema político que durante casi 70 años se ha podido mantener fuerte, pese a los brotes de violencia civil y militar que vivió durante las primeras décadas de este siglo y las guerrillas en las sierras de Guerrero y Chiapas en las décadas de los 70's y de los 90's, respectivamente.

Hasta aquí he señalado como está compuesto este sistema, ahora me gustaría mencionar ¿cuáles son sus características?, ¿por qué es tan peculiar este sistema?, ¿por qué representa fielmente al pueblo de México?, ¿cómo somos los mexicanos si nos viéramos a través de nuestro sistema político y de nuestros políticos?

Los políticos se eligen no por su capacidad intelectual y personal para desempeñar puestos públicos, sino sobre todo por su capacidad de contactos, relaciones, amigos y compadrazgos que puedan tener en la política. El nuestro, es un sistema de élites políticas, que con el tiempo se convierten en burocracias, es muy común encontrar entre los funcionarios de gobierno y de instituciones privadas la típica relación que el jefe tiene con el amigo del director de "x" lugar que es padrino del secretario "x" y compadre del amigo del secretario "x".

"El sistema político mexicano -dice Roderic Ai Camp- como todas las culturas políticas, ha creado un código de conducta a resultas de este sentimiento de lealtad. Un componente del código es la renuencia a compartir información, ya que ello beneficiaría las carreras de competidores políticos. Esto provoca un considerable secreto entre los políticos mexicanos, ya se trate de sus propios antecedentes o de decisiones políticas".³³

El sistema político se ha calificado muchas veces de corrupto e inepto para gobernar, algunos han dicho que es un gran teatro y hasta un gran circo por la cantidad de trucos que hace para mantener su poder. En este país es muy común ver cómo los políticos y gobernantes se mantienen en cargos públicos a costa del hostigamiento y de la represión, a pesar de la miseria extrema a la que han llevado al pueblo -especialmente a los indígenas del norte y del sur- pero sobre todo se mantienen por sus relaciones políticas.

El sistema político protege a todos aquellos políticos que han trabajado para el sistema, no importa si son corruptos y/o ladrones, los ejemplos más claros se vieron con el ex presidente Carlos Salinas de Gortari, quien hizo el fraude más grande de la historia, dejando en quiebra la economía del país; y con los asesinatos de los priístas Luis Donaldo Colosio y Francisco Ruiz Massieu, que quedaron impunes.

Ante este panorama gris, el pueblo se ha mantenido al margen de los golpes bajos que se dan los integrantes del sistema, su actitud ha sido apática e indiferente ante los sucesos políticos. Al pueblo mexicano se le ha calificado de "agachado", "sumiso", "ignorante", "dejado"; pero también se le ha calificado de ser un pueblo solidario. Los calificativos de la actitud de los ciudadanos ante los asuntos políticos no son gratuitos si consideramos que ante un sistema dominante que filtra la información, que no permite la participación del pueblo en los asuntos públicos y que decide autoritariamente las prácticas políticas sin consultar a nadie, se puede concluir que las actitudes de los mexicanos son causa de su sistema político.

Desde una visión general, se puede decir que sistema político y cultura política son elementos intrínsecos, pero puede ser que uno modifique al otro. Esto se puede ejemplificar en un sentido figurado como una "relación amorosa".

³³ Roderic, Ai Camp, *op. cit.*, p. 29.

Anteriormente señalé que la cultura política es un proceso de formación que tendrá que darse en la escuela, en la familia, en el trabajo y en todos los ámbitos públicos. Por otro lado, se ha visto que el sistema político es un proceso histórico que nos ha configurado como nación, lo que me hace suponer que no será tan fácil esa "relación amorosa" entre cultura política y sistema político, pero como en toda relación amorosa, una de las partes tendrá que ceder.

Por otra parte, pareciera que el sistema político mexicano todavía no está preparado para la democracia, sobre todo si tomamos en cuenta que llevamos como 30 años en transición. Porque no es lo mismo ser ciudadano en un sistema como el nuestro, en donde la minoría y la élite política deciden por la mayoría, a ser ciudadano en un sistema democrático donde los ciudadanos actúan con responsabilidad decidiendo como mayoría. Antes de exigir o esperar un cambio en el sistema político, habrá que prepararse para ello, lo cual implica que se tendrán que cambiar las actitudes, creencias y prácticas políticas para exigir o conciliar entre todos la forma de gobierno que mejor convenga, todo este proceso tendrá que ser bajo común acuerdo y sin conflictos.

Es cierto que los valores de los mexicanos están muy arraigados, que no es fácil modificar la conciencia de un pueblo, pero esos cambios de actitudes en la gente tendrán que darse con confianza y respeto a sus formas de ser y de pensar, pues se trata de que se involucren y participen en los asuntos públicos que les atañen, mas no de cambiar su forma de ser, de pensar o de vestirse. La cultura política no pretende cambiar tradiciones ni culturas, simplemente pretende modificar las actitudes políticas de los ciudadanos.

Aprender y practicar los valores de la democracia permitirá ese cambio de actitudes, a tal grado que la gente los integre y los haga parte de su vida cotidiana; a medida que la cultura política penetre en la educación y en la forma de ser de los mexicanos, el sistema político tendrá que cambiar, pues el pueblo ya no estará dispuesto a fraudes electorales, a gobernantes impuestos, y las decisiones que tomen los políticos estarán basadas sobre las decisiones de los ciudadanos.

Hace un año, cuando realizaba una serie de entrevistas para un programa radiofónico cuyo tema era "Mujeres y Democracia", entrevisté a una mujer anciana que estaba pidiendo limosna y le pregunté que cómo consideraba la participación de las mujeres en la vida política, ella respondió que no sabía nada de eso, que en

sus tiempos las mujeres eran hogareñas, trabajadoras, honradas y honestas, que no andaban en eso; entonces yo le pregunté que ¿cómo veía que las mujeres participaran en política, que si le gustaría que fuéramos gobernados por mujeres? entonces ella respondió: "a mi no me preguntes eso, por favor, yo no sé, ni quiero saber, yo sólo creo en Dios y nada más".

Ahora creo que la vida de esa mujer hubiera sido muy diferente si no hubiera vivido toda su vida con las creencias de su tiempo, pero afortunadamente vivimos en otros tiempos en donde nuestra voz puede ser escuchada y tomada en cuenta, no como quisieramos, pero en conjunto, podremos lograr una voz con voto.

2.5. Democracia en México

En nuestro país aún se sigue discutiendo la existencia de la democracia, hay quienes dicen que estamos en un proceso de transición, mientras que otros aseguran que es todo lo contrario, que vivimos en un sistema autoritario, otros tantos señalan que nuestro sistema político es híbrido y, muy pocos aseguran que somos un país democrático. ¿Pero qué somos en realidad, dónde empieza y dónde termina esta discusión?

Existen los intentos y las prácticas democráticas tal vez al interior de pequeños grupos o instituciones, pero no en todo el país. Y qué mejor que esta cita de Luis Aguilar Villanueva para empezar con este apartado sobre democracia:

"Recientemente, en México, el debate sobre la democracia ha tomado un nuevo impulso y nivel. Muchas y poderosas son las razones para ello. Es digno de destacar el hecho de que sus protagonistas han sido nuestros mejores intelectuales. Los cuales han divulgado el concepto y dado voz pública a reclamos, enjuiciamientos y opiniones de la ciudadanía, reactivando y ensanchando la vida pública en México (...) si se resalta el que ha sido una discusión plural, pública, argumentativa, por encima de las tradicionales afrontas personales y estigmas de exclusión recíproca, se puede entonces

afirmar que el debate sobre la democracia ha sido un buen ejemplo de debate democrático".³⁴

Esto habla muy bien de la parte noble de lo que pretende la democracia, trabajo grupal de intelectuales, políticos y ciudadanos interesados en encontrar un punto de referencia para ponerse de acuerdo sobre un término democrático en común, cada día se van logrando acuerdos que permiten llegar a ver ésta como un conjunto de normas, valores e ideas que se comparten en sociedad. Y es que en el fondo, el objetivo que se tiene como nación, es llegar a ser un país democrático.

Por su parte, en el controvertido debate de la democracia, Rolando Cordera³⁵ argumenta que se generan discursos basados sobre instituciones y compromisos que en su mayoría no son democráticos pero que involucran en gran medida y de forma permanente a grupos importantes de la población. La reproducción de la vida política y social de México pasa por esta línea institucional y en sus aspectos más importantes responde a la cultura por ella producida. Cordera hace una observación que me parece pertinente resaltar, porque tiene mucho que ver con el éxito o el fracaso de una política democrática; él menciona que el reclamo democrático se plantea en una situación socioeconómica particularmente grave.

En los últimos años ha privado la recesión y el retroceso en la producción y los ingresos, y la política económica aplicada ha traído consigo una retracción del gasto público destinado a fines de bienestar social.

Todo parece indicar que la pobreza y la desigualdad han aumentado y un mayor número de personas se han visto afectadas. Por otra parte, esto ha generado una insatisfacción colectiva en cuanto a las necesidades consideradas básicas y el desempleo. Rolando Cordera señala algunos fenómenos sociales que han venido acelerando el reclamo democrático: el desempleo, la concentración demográfica en las ciudades, el atraso y la pobreza rurales, entre otros. Yo incluiría la educación, la desigualdad, la intolerancia, la corrupción en las esferas

³⁴ Aguilar Villanueva, Luis. "La democracia como exigencia de un gobierno que ofrezca razones", en Cordera Campos, Rolando, Raúl Trejo Delarbre y Juan Enrique Vega (coords.), México: el reclamo democrático. Ed. Siglo XXI, México, 1988, p. 45.

³⁵ Cordera Campos, Rolando. "La democracia difícil", en Cordera Campos, Rolando, Raúl Trejo Delarbre y Juan Enrique Vega (coords.), *op. cit.*, p. 17.

políticas y el alto costo de la vida; pero en vez de considerar que estos aspectos han venido acelerando el reclamo democrático, lo han venido retrasando. Pues antes de pensar en la democracia, la gente mas bien piensa en comer, en educar a sus hijos, en tener y mantener un trabajo.

En condiciones paupérrimas muy difícilmente se puede esperar un reclamo democrático, pues la gente deja de creer, de crear, de esperar, incluso de soñar, la sociedad llega a manifestar comportamientos anómicos, es decir que no le interesa lo que ocurre en su ámbito político.

Hablar de democracia no es nada fácil, y más porque es un término muy complejo que engloba diferentes aspectos y conceptos. La democracia es un sistema ideal que pretende la igualdad de condiciones entre los miembros de una sociedad, pero también es, prioritariamente un concepto político, y aquí surgen los problemas y los obstáculos para que la democracia sea la forma de gobierno ideal, pues cuando la política interviene, las cosas dejan de ser ideales. Pero esto no implica que la política tenga que desaparecer del ámbito democrático, sino más bien se tendrá que buscar la unidad política de la pluralidad política.

Pero la democracia no siempre gozó de prestigio, Aristóteles y Platón la enlistaban entre las formas indeseables de gobierno junto con la oligarquía y la tiranía. Sin embargo las sociedades modernas, a tres años de finalizar el milenio, le apuestan todo. La tarea a cumplir es enorme -dice Ostrogorski-.³⁶ Y señala algunos aspectos que tendrán que cambiar y considera necesario lo siguiente:

- Restituir al ciudadano el poder sobre la ciudad y a la ciudad sus fines verdaderos;
- suprimir la separación entre la sociedad y la vida pública y anular el divorcio entre la política y la moral;
- que la indiferencia cívica dé lugar a un espíritu público despierto y vigilante;
- que la conciencia del ciudadano sea emancipada del formalismo que la ha avasallado;

³⁶Ostrogorski, Moisei. *La démocratie et les partis politiques*. Éditions du Seuil, France, 1979, pp. 157-158.

- restaurar en la sociedad política la autoridad así como la libertad, usurpadas por los hombres que trafican en la cosa pública bajo la insignia del partido y a nombre de la democracia.

Ostrogorski dice que "la tarea es inmensa pero no al punto de la desesperación, y la prueba es que una parte del camino por hacer, por pequeña que esta sea, está ya recorrida; pues estos últimos años han sido marcados por un despertar de la conciencia cívica".³⁷

En México hay más conciencia cívica, pero desgraciadamente sólo entre muy pocos grupos de ciudadanos, ya que no todos han tenido las mismas oportunidades y también porque no todos participan ni se interesan por los asuntos políticos. Bajo este panorama se puede hablar de una democracia a la mexicana; un poco participativa, un poco apática, un poco desigual y contradictoria, pero retomando a Ostrogorski, podemos decir que ya hay una parte del camino democrático que está recorrida y no hay marcha atrás.

2.5.1. Definición

La palabra democracia etimológicamente significa "poder del pueblo", poder (kratos) del pueblo (demo), pero su significado literal no nos dice nada. Si pensamos esta definición desde el punto de vista del pueblo, "poder del pueblo" se entiende como "que el poder es legítimo sólo cuando su investidura viene de abajo, sólo si emana de la voluntad popular, lo cual significa, en concreto, si es y en cuanto libremente consentido".³⁸ Pero desde el punto de vista político se entiende como un poder que otorga el pueblo a sus gobernantes para ser gobernados. Una idea un tanto masoquista si consideramos que los gobernantes utilizan el poder para dominar y controlar al pueblo.

Giovanni Sartori, uno de los especialistas más reconocidos en la materia, señala que "decimos democracia para aludir, a grandes rasgos, a una sociedad libre, no oprimida por un poder político discrecional e incontrolable ni dominada por una oligarquía cerrada y restringida, en la cual los gobernantes 'respondan' a los gobernados. Hay

³⁷Ostrogorski, *op. cit.*, p. 158.

³⁸Sartori, Giovanni. *¿Qué es la democracia?* Tribunal Federal Electoral/Instituto Federal Electoral, México, 1993, p. 23.

democracia cuando existe una sociedad abierta en la que la relación entre gobernantes y gobernados es entendida en el sentido de que el Estado está al servicio de los ciudadanos y no los ciudadanos al servicio del Estado, en la cual el gobierno existe para el pueblo y no viceversa".³⁹

Entiendo por democracia una forma de vida ideal donde existe el reconocimiento a los otros, a aquellos que piensan y actúan diferente, y que son tratados como iguales. Donde existe el diálogo, la tolerancia, el consenso y la libertad; es una forma de vida que toma en cuenta a los ciudadanos. Pero todo esto suena utópico. De la democracia podemos esperar todo, un paraíso, pero tal vez le exigimos demasiado.

El hecho de que la democracia sea o no una forma de vida ideal, depende en gran parte de sus gobernantes, de políticos que respondan y trabajen con responsabilidad, esto parece muy fácil, pero en el fondo no lo es.

"Históricamente la lucha por la democracia es una lucha por la libertad política, esto es, por la participación del pueblo en las funciones legislativa y ejecutiva."⁴⁰

Si la democracia se cumple al pie de la letra como la definen los especialistas en el tema, se podría confiar en ella como una forma de vida ideal. A través de los textos de Sartori se ven las maravillas que puede hacer la democracia, cualquier sociedad desearía pertenecer a ella. Retomando nuevamente a Sartori dice: "en la democracia, los conflictos están para resolverse pacíficamente (sin violencia y sin recurrir a la fuerza) y su resolución pacífica está confiada al criterio mayoritario. Democracia es decidir en mayoría (con sus límites); y si este método de resolución de los conflictos no es aceptado en lo general, entonces no es una democracia (tiene dificultad para serlo)".⁴¹

Las palabras mágicas de Sartori en esta cita son paz, no violencia y no fuerza, si logramos esto como habitantes del planeta, entonces podríamos decir que la democracia es un milagro.

³⁹Sartori, *op. cit.*, pp. 23-24.

⁴⁰Kelsen, *op. cit.*, p. 127.

⁴¹Sartori, *op. cit.*, p. 59.

2.5.2. Democracia y Partidos Políticos

Es en los partidos políticos donde se concentra la pluralidad de ideas y donde los ciudadanos pueden proponer, organizadamente, sus plataformas políticas. Incluso, al interior de los partidos políticos debe regir la democracia para que éstos operen en colectividad con el Estado.

Hans Kelsen dice: "La democracia sólo es posible cuando los individuos, a fin de lograr una actuación sobre la voluntad colectiva, se reúnen en organizaciones definidas por diversos fines políticos, de manera tal que entre el individuo y el Estado se interpongan aquellas colectividades que agrupan en forma de partidos políticos las voluntades políticas coincidentes de los individuos (...) sólo por ofuscación o dolo puede sostenerse la posibilidad de la democracia sin partidos políticos. La democracia, necesaria e inevitablemente requiere un Estado de partidos".⁴²

Los partidos políticos son quienes nos representan; pues al momento de votar escogemos al candidato del partido de nuestra preferencia. Por eso es importante conocer los estatutos de los partidos, saber cuál es su propuesta política y qué ofrecen a los ciudadanos. Podemos decir que los partidos políticos son organizaciones conformadas por personas unidas por intereses comunes y constituyen una sociedad políticamente organizada. Son los intermediarios entre los grupos de la sociedad y el Estado.

Al respecto, Sartori menciona que "la democracia es un sistema de partidos (en plural) ya que los electores se expresarían en el vacío y producirían el vacío -en el caso de una mirada de fragmentos- sin el marco de referencia y de opciones propuestas por los partidos. Los partidos canalizan y organizan el voto".⁴³

Ostrogorski fue el primero en hacer un análisis sistemático del funcionamiento de los partidos políticos y de su rol en la organización de la democracia, consideraba que la democracia es un problema mucho más que una solución; decía que el nacimiento de los partidos debía ser comprendido como una consecuencia de las transformaciones del sistema político provocadas por la introducción del sufragio universal y defendía la teoría de que los partidos políticos hacen posible la democracia porque permiten el consenso, así como el libre debate

⁴²Kelsen, Hans. *Esencia y valor de la democracia*, Ed. Labor, Barcelona, 1934, p. 37.

⁴³Sartori, *op. cit.*, p. 35.

de las ideas. De esta forma, el partido se constituye como un objeto sociológico indisoluble de la estructura política y global de la sociedad.

Sobre el funcionamiento de los partidos políticos en la democracia, cabe señalar que son indispensables en una sociedad plural en donde distintos grupos e intereses necesitan de la representación y la participación. Son los intermediarios entre la sociedad y el Estado. Su tarea principal es proponer programas e ideologías a los ciudadanos, movilizarlos y socializarlos con fines políticos; así como reclutar élites y formar gobiernos, pues intentan llegar al poder a través de la competencia política y las elecciones.

2.5.3. Democracia y Elecciones

Las elecciones son el procedimiento mediante el cual los ciudadanos determinan, por medio del voto, quiénes serán los gobernantes. A través de ellas los ciudadanos expresan libremente su voluntad política, y son importantes porque hacen legítima la actuación de los gobernantes de un país. La competencia electoral permite la pluralidad, porque en ella participan distintos partidos políticos y hace posible la alternancia en el poder. La democracia moderna está basada en el ejercicio del voto y la representación, pues es a través del voto que los electores ratifican o retiran su apoyo a un partido político o candidato.

Bovero dice que "la institución fundamental, común a todos los regímenes democráticos contemporáneos, es la elección de representantes por medio de sufragio universal".⁴⁴ Por otra parte, Bovero señala que tanto la democracia representativa como la directa, son tales en la medida en que el derecho de participación política es equitativamente distribuido entre todos los ciudadanos, sin exclusión de género, raza, religión, opinión o censo.

Directa o representativa, -dice Bovero- la democracia es un conjunto de procedimientos "las reglas del juego" que permiten la participación (directa o indirecta) de los ciudadanos en el proceso de decisión política.

⁴⁴ Bovero, Michelangelo. *Los adjetivos de la democracia*. Colección temas de la democracia. Serie Conferencias Magistrales 2. Instituto Federal Electoral, México, 1995, p. 17.

Finalmente, cabe señalar que para Sartori "la democracia moderna es representativa y se desarrolla de manera vertical, del ciudadano hacia arriba hasta el gobierno que lo gobierna".⁴⁵

La democracia moderna no se puede concebir sin elecciones ni partidos, al contrario, cada día lucha por perfeccionar su sistema de competencia electoral basado en la equidad. La democracia está basada en el ejercicio del sufragio y la representación.

2.5.4. Democracia y Vida Cotidiana

El francés Pierre Badin explica cómo el ideal democrático puede inspirar efectivamente la vida cotidiana. Cada día, la vida se impregna de fenómenos que se sitúan a un nivel de la sociedad entera, de la cultura, de estructuras que la caracterizan y de hechos cotidianos que se arraigan a los procesos psicológicos que atañen los niveles más profundos de la personalidad.

Al principio de este capítulo hablé sobre la importancia de la cultura en el proceso de socialización. Toda sociedad conforma una cultura, las normas culturales determinan en gran medida las actitudes y los comportamientos de una sociedad, de tal forma que hacemos de la cultura una vida cotidiana. ¿En qué medida la cultura de nuestra sociedad puede ser calificada de democrática?

Badin afirma que el movimiento general de democratización se da en la familia, aunque el papel paterno no es muy democrático que digamos, casi siempre es autoritario, pero independientemente del papel que juega la autoridad paterna y/o materna en la familia, es en la familia donde se da la autonomía y la igualdad de derechos entre sus miembros. Los roles que se aprenden en el núcleo familiar se reproducen en la escuela y en la sociedad.

Aprendemos a ser democráticos en la medida que reconocemos al otro, aunque el ideal democrático plantea estas relaciones en términos de la fraternidad. Las relaciones democráticas no son fáciles, hay que aprender a relacionarnos. Badin propone que la mejor forma de relación democrática se da en

⁴⁵Sartori, *op. cit.*, p. 110.

el diálogo, en una comunicación auténtica sin barreras psicológicas, intelectuales, afectivas de origen individual o sociocultural.

De tal manera que nos permita entablar diálogos en los que sepamos escuchar y reflexionar las opiniones de los otros. Pierre Badin dice que para aprender a ser democráticos en nuestra vida diaria hay que ser más exigentes con lo que queremos, por ejemplo con la información.

"Es cierto que estamos inmersos a toda suerte de presiones colectivas de hechos de comunicación de masas, que los informadores controlan la naturaleza de la información, pero si como sociedad tomamos una actitud activa en el sentido de recurrir a las cartas, a la redacción de los periódicos, incluso leer cada semana un periódico diferente, analizar sus tendencias y aceptar o rechazar aquellos que no reflejen exactamente los estereotipos sociales que nos agraden. Esto implica un esfuerzo personal".⁴⁶

Considero que este esfuerzo personal después se vuelve colectivo, cada día los lectores serán más exigentes con el contenido de la información y los informadores tendrán más cuidado en la selección y redacción de la información.

Finalmente creo que para que nuestra vida cotidiana sea democrática tendremos que aprender a convivir con los demás, a trabajar en grupo de manera que el grupo pueda resolver mejor los problemas a beneficio de todos. Ese trabajo grupal se dará en la escuela, en el trabajo, en la comunidad, entre partidos políticos, entre organizaciones civiles y entre gobernantes. Pero sobre todo para llegar a convivir democráticamente hay que dejar ser. Cada quien podrá comportarse en su vida cotidiana con una entera libertad que no modifique o altere la cotidianidad de los demás.

2.6. Principios y Valores

Los principios y valores de la democracia son el sustento ético y político de la propia democracia, son las directrices de un sistema político. Estos principios regulan el comportamiento de los ciudadanos en los asuntos públicos y se

⁴⁶Badin, Pierre, "La démocratie dans la vie quotidienne" dans *La société démocratique*, Éditions de la chronique sociale, Lyon, France, 1963, p. 266.

transmiten a partir de la cultura. Los principios y valores se practican y se hacen respetar en la sociedad bajo un marco de legalidad. Son los lineamientos de las actitudes que los ciudadanos y los políticos toman frente a la política.

2.6.1. Principio de Mayoría

El principio de mayoría es aquel procedimiento que permite unificar las decisiones a través de un proceso democrático, y tomar decisiones públicas que sean legítimas. Este principio básicamente "postula que, en ausencia de unanimidad, el criterio que debe guiar la adopción de las políticas y las decisiones es el de la mayoría de los participantes. Si el pueblo entonces no puede ponerse de acuerdo de manera unánime será necesario que sea su mayoría la que determine el curso a seguir".⁴⁷

Luis Salazar y José Woldenberg señalan que "el pueblo gobernante es solamente su parte mayor" pero esto no es así, en primera porque la mayoría que decide no es ni debe considerarse como una mayoría sustancial, sino la mayoría contingente y temporal que resulta de un proceso de elección específico. Lo cual quiere decir, que las reglas del juego democrático proponen que las decisiones se tomen por mayoría y por consenso, aunque esta mayoría pueda cambiar, cabe recordar que todos los puestos de elección popular son renovables; es decir que las votaciones tendrán que ser sistemáticas y repetidas, en donde los ciudadanos puedan optar por diversas alternativas, conformando así mayorías y minorías diferentes.

Es muy probable que un partido o candidato que haya obtenido el mayor número de votos en una elección, los vuelva a tener en una siguiente votación, o viceversa, su número de votos puede ser menor. Asimismo, la regla de la mayoría exige el reconocimiento de la necesidad y legitimidad de la existencia de minorías y, por consiguiente, de sus derechos, empezando por el de convertirse en una nueva mayoría. De ahí que el gobierno o poder de la mayoría sólo adquiera legitimidad democrática estricta cuando reconoce e incluye los derechos y la participación de las minorías.

⁴⁷Salazar, Luis y José Woldenberg. *Principios y valores de la democracia*. Serie Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. Instituto Federal Electoral, México, 1993, p. 20.

Por otra parte, Sartori señala que "los sistemas democráticos modernos se apoyan sobre reglas mayoritarias (el mandato es de quien obtiene más votos y el mandato es ejercido por quien detenta más curules en el parlamento), sobre mecanismos electivos y sobre la transmisión representativa del poder. Eso quiere decir que el pueblo que cuenta es, sobre todo, aquella porción que entra en las específicas mayorías electorales victoriosas, estas cuentan en la acepción parcial del concepto sobre el poder; y que cada vez más, una serie de mecanismos de conversión separen el gobernar de los gobernados".⁴⁸

Sartori analiza en cuatro fases cómo la mayoría está en minoría en el significado sustantivo de estos términos:

- 1) Las mayorías electorales eligen a sus candidatos.
- 2) Las minorías (dice Sartori "aquellos que no alcanzan el cociente requerido") pierden las elecciones.
- 3) Los elegidos son, de hecho, una minoría, un número menor respecto de sus electores.
- 4) Los elegidos eligen, a su vez, un gobierno que también es un número pequeño respecto del parlamento que lo vota.

"La democracia no da 'todo el poder' a ninguno y lo distribuye de manera diferente entre mayorías y minorías, las cuales se traspasan precisamente en función del principio (regla) mayoritario. (...) en la democracia, como sistema de gobierno electo, es la regla mayoritaria la que 'fabrica' a la minoría o las minorías que la gobiernan".⁴⁹

Sería utópico pensar que el pueblo (como mayoría) se gobernara a sí mismo, sería muy complicado que entre todos se pusieran de acuerdo para tomar decisiones, y aún si se toma en cuenta que las tareas gubernamentales son bastante complejas, y que cualquier acción o decisión que se tome tiene que hacerse con responsabilidad.

⁴⁸Sartori, *op. cit.*, pp. 21-22.

⁴⁹Sartori, *op. cit.*, pp. 88-89.

2.6.2. Representación Política

Las sociedades, por su complejidad y extensión, constantemente están en cambios y transformaciones. Cada día se presentan problemas y situaciones que hay que resolver en el momento, para ello están los gobernantes que son los responsables de decidir por el bien de la sociedad.

Los gobernantes son los representantes del pueblo en los asuntos políticos, a ellos les corresponde discutir ampliamente las políticas a seguir y proponer alternativas viables.

La selección y elección democrática de los representantes se convierte en un proceso esencial de la democracia moderna, pues es a través del voto que los ciudadanos expresan libremente sus preferencias políticas. De esta forma el pueblo soberano, hace valer directamente sus derechos políticos mediante el voto, y delega en sus representantes electos la capacidad de tomar decisiones, en el entendido en que una vez transcurrido el lapso predeterminado podrá evaluar y sancionar electoralmente el comportamiento político de los mismos.

De esta forma se puede interpretar el gobierno del pueblo por el pueblo, pues a través de la elección de representantes se hace viable el principio fundamental de la soberanía popular. Se habla entonces de una democracia representativa porque es legítimo.

2.6.3. Valores Democráticos

Cuando hablamos de democracia, casi siempre pensamos en la igualdad, libertad, legalidad, consenso, diálogo, tolerancia, pluralismo, etcétera. Y no estamos tan equivocados, pues estos conceptos conforman los valores democráticos. Sin embargo los valores no son propios de la democracia, pero si compatibles con ella. Esto quiere decir que los valores constituyen la precondition de la democracia porque su garantía institucional permite la existencia de la democracia pero en un sentido más ideal. Michelangelo Bovero dice que "la libertad individual, la equidad social, la tolerancia y la igualdad política son la sustancia ética de la democracia en su concepto ideal"; y menciona que la democracia formal tiene valor sólo porque descansa en elementos de valor que llegan a ella "del exterior", de las tradiciones liberal y socialista, en las que radican sus precondiciones.

Estos valores éticos constituyen un principio de superioridad de la democracia. Ahora bien, la democracia tiene la posibilidad de cambiar y reconsiderarse a sí misma basada en estos valores, es por ello que la democracia es una forma de gobierno deseable y justificable frente a otras alternativas históricas.

Bobbio menciona que los ideales son necesarios para tener ciudadanos activos, y señala cuatro ideales democráticos:

- 1) El ideal de la tolerancia.
- 2) El ideal de la no violencia.
- 3) El ideal de la renovación gradual de la sociedad mediante el libre debate de las ideas y el cambio de la mentalidad y la manera de vivir.
- 4) El ideal de la fraternidad.

Habría que preguntarse por qué este conjunto de valores éticos y políticos son tan preferidos en la democracia moderna, aunque los valores básicos de la democracia moderna y de su principio constitutivo son: la libertad, la igualdad y la fraternidad.

Libertad:

Luis Salazar y José Woldenberg señalan que existen dos aspectos fundamentales de la libertad; uno permite actuar libremente sin interferencias ni amenazas, y el otro es la capacidad de autogobernarse o autodeterminarse y que asume como legítimas las obligaciones.

"La libertad es el derecho a realizar determinadas actividades sin que nadie -ni el gobierno, ni organización social alguna, ni algún otro individuo- se lo impida".⁵⁰

Esto quiere decir que todo ciudadano es libre de asistir a la iglesia de su preferencia, de votar por un partido político, de creer y hacer lo que mejor le parezca, pero con responsabilidad. La libertad se da a medida en que se permite la libertad de los demás, sin sancionar o impedir. La libertad absoluta no existe. Si

⁵⁰Salazar, Luis y José Woldenberg, *op. cit.*, p. 26.

todos los hombres hicieran lo que quisieran sin respetar ciertas reglas y normas, sin respetar a los demás, las sociedades serían un caos; caerían en la anarquía o en la apatía. La libertad -explican los autores antes mencionados- se institucionaliza en una serie de derechos o libertades específicas: de pensamiento, de expresión, de asociación, de reunión, de tránsito, de empleo, de religión.

*"El hombre democrático se reconoce ante todo a su paso de hombre libre. Un país democrático es un país donde nos sentimos afluados, donde el aire social es más ligero, donde cada uno, cualquier cosa que diga, guste de la alegría de vivir".*⁵¹ Esto expresa muy bien el valor de la libertad, sin pretender que libertad sea hacer lo que uno quiera, sino convivir libremente con respeto y tolerancia, la conjugación de los valores es lo que le permite al hombre vivir en libertad.

Por otra parte, la libertad democrática permite una participación políticamente activa que implica el derecho y el compromiso ético y político de una manera pacífica y ordenada que sólo podrá darse en un marco de legalidad.

*"El hombre democrático se reconoce ante todo a su paso de hombre libre. Un país democrático es un país donde nos sentimos afluados, donde el aire social es más ligero, donde cada uno, cualquier cosa que diga, guste de la alegría de vivir".*⁵² Esto expresa muy bien el valor de la libertad, sin pretender que libertad sea hacer lo que uno quiera, sino convivir libremente con respeto y tolerancia, la conjugación de los valores es lo que le permite al hombre vivir en libertad.

Igualdad Política:

La igualdad política quiere decir que ante las leyes, todos los hombres son iguales porque tienen los mismos derechos y las mismas obligaciones. Este sentido de igualdad reconoce las diferencias entre los hombres, así como las desigualdades económicas, políticas, sociales y culturales. Por eso -dicen Salazar y Woldenberg- es un principio básico de los procedimientos democráticos que cada ciudadano tenga derecho a un voto y que ningún voto valga más que los demás. Es por eso que en los procesos electorales todos los ciudadanos son exactamente iguales, sin importar su clase social, económica, social, etc.

⁵¹Lacroix, Jean. "L'homme de la liberté", dans *La société démocratique...*, op. cit., p. 50.

⁵²*Idem.*

La igualdad política reconoce la diversidad, el pluralismo; sin embargo excluye la pretensión de convertir las diferencias en privilegios y las desigualdades utilizadas ventajosamente para someter a otros seres humanos. "La cultura democrática promueve un trato igualitario, equitativo, hacia todos los seres humano, y rechaza toda ideología racista, sexista o clasista que sostenga la sedicente superioridad natural de una raza, de un género o de una clase social".⁵³

En el sentido literal de la palabra no todos los hombres son iguales, ni física, ni cultural, ni social, ni política, ni económicamente, pero estas desigualdades se dan en sociedades complejas. Sin embargo, las democracias modernas luchan para que esta desigualdad contrarrestada a través de la equidad económica y cultural, vigilando que los ciudadanos que están en mejor posición que los otros, no utilicen su poder para someter a los demás.

Fraternidad:

La fraternidad como valor democrático significa que todos los hombres deberán tratarse como iguales a pesar de sus diferencias sociales e ideológicas, a pesar de sus intereses y conflictos de opinión.

El valor de la fraternidad parece muy simple pero no lo es, sobre todo cuando existe odio, intolerancia y diferencia entre habitantes de una misma comunidad, cuando existen guerras territoriales e ideológicas que llevan a la destrucción a ciudades enteras. La fraternidad -dicen Salazar y Woldenberg- permite que a pesar de sus diferencias, los miembros de una comunidad no deben verse como enemigos, sino como copartícipes parcialmente conflictivos en la voluntad política nacional.

"El valor democrático de la fraternidad supone reconocer que las contradicciones sociales, los conflictos entre grupos de interés y de opinión, o entre partidos políticos, no son contradicciones absolutas, antagónicas, que sólo puedan superarse mediante el aplastamiento, la exclusión o la aniquilación de los rivales, sino contradicciones que pueden y deben tratarse pacífica y legalmente, es decir, mediante procedimientos capaces de integrar, negociar, y concertar soluciones colectivas legítimas y aceptables para todos".⁵⁴

⁵³Salazar, Luis y José Woldenberg, *op. cit.*, p. 31.

⁵⁴Salazar, Luis y José Woldenberg, *op. cit.*, p. 33.

La fraternidad, al igual que la libertad y la igualdad, son valores intrínsecos que junto con la tolerancia, el pluralismo y el consenso requieren del aprendizaje de los ciudadanos para implementar estos valores en su vida cotidiana. En este sentido la democracia formal es una forma de gobierno ideal, pues la aplicación de este conjunto de valores nos permite vivir pacífica y ordenadamente, permite la convivencia entre grupos y seres diferentes que se reconocen entre sí.

Es por eso que hasta ahora, la democracia, a pesar de las pocas o muchas desventajas que pudiera tener, es el único sistema que garantiza la paz social en los países donde ésta se aplica.

Hasta aquí he señalado algunas limitaciones de la cultura política y de la democracia en general, pero también he destacado cuál es el sentir de los mexicanos sobre su sistema político y sus valores, con estos elementos no pretendo sino acercarme a la percepción que tienen los mexicanos sobre la democracia y a conocer cómo es la democracia a la mexicana y cómo se práctica.

En el siguiente capítulo presentaré las opiniones de algunos jóvenes sobre la democracia, obtenidas a través de grupos de enfoque, así como el diseño de una estrategia de comunicación que difunda una nueva política democrática entre este sector de la población.

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

Capítulo 3

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO

3. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN MÉXICO

En el capítulo anterior señalé que la democracia es el único sistema de gobierno que garantiza la paz social y una convivencia civilizada en los países donde ésta se practica, por eso es tan importante no sólo su práctica sino también su difusión, y qué mejor que sean las instituciones comunicativas quienes se encarguen de realizar esta divulgación a través de mensajes enfocados a una cultura política democrática.

En el presente capítulo pretendo darle mayor importancia a la comunicación política como un proceso socializador y enculturizador que coadyuve a la sensibilización y politización de la ciudadanía, pues una de las virtudes de la comunicación es la información, y una sociedad bien informada y mejor comunicada está también más organizada y es más participativa.

Se parte de la idea de que la gente adquiera la costumbre de escuchar mensajes de cultura política -contextualizados a su vida cotidiana- en donde el actor comunicativo se identifique con ellos y muestre interés en el mensaje, de manera que aplique en su vida cotidiana los conceptos democráticos que día a día irá conociendo.

La producción de información política en la comunicación pública representa un reto y, a la vez, un objetivo en el que se pretende reenseñar a la población a involucrarse y participar en todo aquello que concierne al conjunto de la comunidad; y digo reenseñar porque lo que hasta ahora hemos aprendido es que algunas veces aquello que proviene de la comunicación pública es rechazado, como todos los mensajes políticos, ya sea porque se les consideran aburridos, demagógicos, porque no se les conocen y/o porque mienten.

Manejar información sobre cultura política y valores democráticos no es nada fácil en un país donde la gente duda de la totalidad o parcialidad de la democracia y lo que es peor, donde se ignora tan sólo el concepto de democracia; aunado a eso, el sistema electoral en nuestro país no es confiable. Como consecuencia, tenemos un pueblo que aparte de desinformado, no es participativo.

Anteriormente la mayoría de la participación política de los ciudadanos no era razonada, esto quiere decir que mucha gente acudía a las urnas sin tener muy claro por qué partido o candidato iba a votar y en el momento de estar frente a la urna votaba por el que se le ocurría, pero muy pocas personas saben que votar es un derecho y una obligación política.

La falta de información sobre las plataformas políticas de los partidos políticos influye en este voto no razonado. En las elecciones del 6 de julio de 1997 la acción de votar cambió y esto se debió a la participación que tuvieron los medios de comunicación a través de sus noticiarios y de sus programas especiales de campaña durante el proceso electoral, en estas elecciones la información fue más equitativa en relación a los procesos electorales anteriores, aunque cabe señalar que se les dio más importancia a los tres partidos más fuertes como son PAN, PRD y PRI.

Para la estrategia de comunicación de mensajes radiofónicos sobre cultura política se pretende tomar en cuenta la opinión de la gente, a través de grupos de enfoque; así como analizarla y elaborar productos comunicativos en los cuales la sociedad se encuentre identificada. Es decir que primero debemos saber qué piensa la gente, y con base en su opinión se elaborarán los mensajes, ya sea para reforzar su opinión o para formar una opinión.

Por ejemplo, para diseñar una estrategia de difusión sobre valores democráticos, debemos conocer primero cuáles son los valores de los mexicanos, cómo son y qué piensan con respecto a su sistema político, posteriormente debemos conocer el contexto en el que manejan esa información, detectar el problema que puede ser: un total desconocimiento sobre su sistema político, una desinformación (total o parcial) del mismo y una falta de interés; posteriormente, se elaborarán mensajes de información general y focalizados, es decir, que atiendan particularmente el problema detectado en un público específico y que induzcan a la gente a reflexionar sobre lo que se supone es la realidad.

Esto quiere decir que a la gente hay que hablarle con la verdad, mostrarles un espejo en donde se refleje nuestra cultura política -muy autoritaria, por cierto- e inducirlos a cambiar esa realidad. Invitarlos a la construcción de una democracia. Para ello se requiere que los medios de comunicación no teman a la censura y tomen una postura abierta y crítica a la realidad social.

Para esta estrategia de difusión, se ha pensado en la radio como el medio que mayor impacto y penetración puede ofrecer a una campaña de divulgación de cultura política. A partir del diseño de la estrategia, trataré de involucrar a todos los actores políticos en el fortalecimiento de la democracia que está en un proceso de transición.

3.1. Teoría de la Comunicación

La comunicación permite el contacto oral, visual y auditivo entre los seres humanos; cuando dos o más personas se relacionan entre sí podemos decir que están en un acto comunicativo. En la comunicación intervienen los seres humanos, la tecnología, las sociedades y la cultura; pero si hablamos de una comunicación más compleja, entonces cabe mencionar también a las instituciones y a las políticas públicas, como instancias generadoras de información.

En las sociedades democráticas la teoría de la comunicación engloba el proceso modernizador, enculturizador y socializador de la sociedad, en este proceso, la comunicación deja de ser un acto decodificador de ideas para ser una institución en la cual, la información ocupa el papel más importante para ser un "fenómeno de producción social".

"La comunicación pública provee a los miembros de la comunidad de relatos en los que se propone una interpretación del entorno y de lo que en él acontece (...) Desde la perspectiva de su posible influencia cognitiva, la comunicación pública es una de las actividades enculturizadoras que intervienen en la socialización de las gentes. Cualquier actividad enculturizadora y también la comunicación pública está incluida en un proceso de interacción".⁵⁶

Lo cual implica que en las sociedades los hombres siempre están en contacto intercambiando símbolos. Si bien cada sociedad genera su propia cultura, también retoma modelos culturales de otras sociedades, si no hubiera comunicación entre éstas con intercambios de información, las sociedades no desarrollarían cultura.

⁵⁶Serrano, Manuel Martín. *La producción social de comunicación*. 2a. De., Alianza Universal Textos, México, 1994, p. 36.

Al igual que la cultura, la sociedad y la política, la comunicación es esencial para la vida del hombre, "la evolución del hombre ha sido guiada por dos nuevos factores de cambio: la sociedad y la cultura. Pero, a su vez, estas creaciones del hombre han requerido, como condición necesaria (aunque no suficiente) la generalización de las relaciones comunicativas a todo el ámbito de la interacción humana".⁵⁷

En este caso, la comunicación actúa como un modelo transportador de ideas y símbolos, que permite el intercambio de información entre los hombres.

Dice Manuel Martín Serrano que "La teoría de la comunicación estudia la capacidad que poseen algunos seres vivos de relacionarse con otros seres vivos intercambiando información".⁵⁸ Su objeto de estudio es la comunicación.

Cabe señalar que comunicación e información son dos cosas diferentes, aunque estén estrechamente relacionadas, la primera la entiendo como un acto en donde intervienen dos o más sujetos que evocan significados en común, en tanto que la segunda es un conjunto de significados interpretados de manera diferente por cada individuo, esto quiere decir que en la información intervienen elementos externos al hombre como es la experiencia, en la comunicación no necesariamente se evocan significados en común, sino que cada quien elabora su propia concepción de un significado.

Martín Serrano llama actor de la comunicación "a cualquier ser vivo que interactúa con otro u otros seres vivos, de su misma especie, o de especies diferentes, recurriendo a la información". Y para que la comunicación se pueda dar, se necesitan de por lo menos dos actores a los que Serrano llama "ego" y "alter", lo que en los esquemas tradicionales de comunicación se conocen como emisor y receptor.

En la teoría de la comunicación se necesita de una serie de características para que se pueda realizar el trabajo comunicativo y, las aptitudes que se deben considerar, desde el punto de vista de Serrano, son las siguientes:

⁵⁷ Serrano, Manuel Martín, et. al., *Teoría de la Comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*. UNAM/ENEP Acatlán, 2a. edición, México 1993, p. 24.

⁵⁸ *Ibid.*, p. 13.

- El actor se sirve de una materia y la modifica, (puede ser orgánica e inorgánica). Esta materia, que Serrano denomina "substancia expresiva", que "ego" debe alterar de forma temporal o permanente para que la comunicación con "alter" sea posible.

- El actor "ego" dispone de un canal por el que las señales llegan hasta el otro actor con el que comunica, y logra que las señales transportadas por ese canal sean diferenciables para el actor "alter" del resto de las variaciones energéticas que percibe del entorno, a través de ese mismo canal o de otros.

- Es importante que el actor comunicativo opere con alguna "substancia expresiva" (mensaje) para que exista la comunicación, si este actor no expresa o transmite algo y solamente lo piensa o lo reflexiona no existe la comunicación. Esto quiere decir que toda "substancia expresiva" debe iniciar un proceso comunicativo.

"El ser humano obtiene de las sustancias expresivas un mayor repertorio de expresiones, incluso de aquellos materiales expresivos que comparte con algunos animales, por ejemplo, su cara y sus manos. Sólo el hombre ha conseguido transformar, recurriendo a la técnica, unas formas de energía en otras por generar señales más rápidas, de mayor alcance o más distinguibles entre ellas".⁵⁹ Tal es el caso de la televisión, la radio, el telégrafo, el teléfono, los periódicos y las redes como la Internet. Cada vez el hombre inventará medios más rápidos y más sofisticados para comunicarse.

"La teoría de la comunicación es una disciplina abierta, por una parte, al estudio del intercambio de información que está al servicio de fines biológicos (compartidos por muchas especies, incluida la humana) y, por otra parte, al estudio de la comunicación que está al servicio de fines específicamente humanos, ligados a la existencia de la sociedad, la cultura y los valores",⁶⁰ y por qué no también decirlo, para fines políticos.

Dice Martín Serrano que la teoría de la comunicación es una disciplina abierta porque en ella participan actores humanos y actores animales que intercambian información y, aunque en la ciencia de la comunicación intervienen las

⁵⁹ *Ibid.*, p. 24.

⁶⁰ *Ibid.*, p. 25.

ciencias de la naturaleza como son la física y la biología y las ciencias de la cultura en donde se estudian los fenómenos axiológicos y cognitivos, la comunicación no tiene en sí un apoyo epistemológico.

Lo cierto es que la teoría de la comunicación ha atraído el interés de psicólogos, sociólogos, politólogos y antropólogos y, de dichas investigaciones han surgido diversas vertientes que han fortalecido el estudio de la comunicación, por eso no se puede negar que sin la comunicación no habría comportamiento social y humano.

Para Wilbur Schramm la comunicación "es un proceso -quizá el proceso- social fundamental. Sin la comunicación, no existirían los grupos humanos y las sociedades". Cada especialista en materia de comunicación la ha explicado desde su propio punto de vista y desde esquemas muy particulares, pero finalmente todos coinciden que la comunicación es un intercambio de ideas y pensamientos.

Antonio Paoli entiende la comunicación "como el acto de relación entre dos o mas sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado".⁶¹ Y explica, desde la terminología de Ferdinand de Saussure que el signo es la combinación del concepto y de la imagen acústica y que está compuesto por un significado y un significante. El significado es una representación mental al captar un significante, el significante se recibe por cualquiera de los sentidos como por ejemplo un gesto, un sabor, una palabra o un olor.

Por ejemplo, si una persona se acerca a un circo y percibe un olor de elefante, inmediatamente pasará por su mente la imagen del animal, pero si nunca antes había oído la defecación y el olor que desprenden los elefantes, entonces no evocará esa imagen; pero una vez experimentado ese olor, la siguiente vez que huelga algo similar, lo relacionará con un elefante, o en su defecto, con un circo, lo cual quiere decir que esa persona estará construyendo un signo a través de experiencias y de información.

Dice Paoli que para comunicarnos "necesitamos haber tenido algún tipo de experiencias similares evocables en común. Y para poderlas evocar en común necesitamos significantes comunes".⁶² La mayoría de esos significantes comunes se aprenden a

⁶¹Paoli, Antonio. *Comunicación*. Ed. Edicol, México, 1979, p. 15.

⁶²*Idem*.

través de los procesos culturales, ya sea en la escuela, en la sociedad y/o en la familia. Por eso, se dice que dependiendo del contexto social en el que se encuentre un individuo tiene sentido lo que dice, porque una cosa es el contenido de lo que dice, y otra, el sentido o la intención como lo dice. Los individuos o grupos sociales tienen diferencias en la concepción de algo, porque cada quien lo percibe desde su experiencia personal, aunque tenga un significado común para todos.

Para Wilbur Scramm "la comunicación es compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos (...) y considera que uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación es que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos".⁶³

La complejidad de la comunicación está en que el ser humano no solamente necesita tener experiencias similares para poder comunicarse, sino que también debe manejar, si no el mismo código, sí un decodificador que le permita interpretar la información que está recibiendo.

Es necesario aprender a comunicarnos y no sólo querer ver las cosas desde nuestro contexto, sino valorar y tratar de situarse en el contexto de los demás para poder lograr un entendimiento.

3.2. Comunicación Política

La comunicación política es tan antigua como la política misma en el sentido en que ambas intercambian discursos en torno a la organización y gobierno de la ciudad. Pero fue hasta este siglo que surgió un campo específico de investigación para la comunicación política, este concepto se hizo popular en 1957 en Estados Unidos, y en un principio, se refería al estudio de la comunicación del gobierno para con la ciudadanía, algo que más tarde se llamó comunicación gubernamental o comunicación pública.

La extensión de la comunicación política va más allá de una comunicación pública, pues en nuestros días es el estudio del papel de la comunicación en la vida política. En suma, la comunicación política es toda aquella comunicación que tiene

⁶³ *Ibid.*, p. 38.

por objeto la política y cuyo fin último es modificar las reacciones, expectativas o actitudes de los potenciales receptores.

Anteriormente se utilizaba la comunicación política para fines meramente electorales, es decir que a través de la propaganda política y de los sondeos de opinión se creaban o destruían imágenes, tanto de políticos como de organismos y asociaciones políticas, pero hoy en día la comunicación política va más allá de una campaña electoral, pues ahora interviene tanto en el quehacer político como en el quehacer cívico, y es que las sociedades modernas están más informadas e involucradas con las actividades políticas; de modo que políticos y ciudadanos emiten y evalúan discursos para ejercer acciones cívico-políticas.

"En un principio, la comunicación política designó al estudio de la comunicación del gobierno para con el electorado; más tarde, al intercambio de discursos políticos entre políticos en el poder y los de la oposición, en especial durante las campañas electorales. Después el campo se extendió al estudio del papel de los medios de comunicación masiva en la formación de la opinión pública y, a la influencia de los sondeos en la vida política, mayormente para estudiar las diferencias entre las preocupaciones de la opinión pública y la conducta de los políticos. Hoy la comunicación política abarca el estudio del papel de la comunicación en la vida política, en el sentido lato, e integra tanto los medios como los sondeos, la investigación política de mercados y la publicidad, con especial interés por los periodos electorales".⁶⁴

De esta forma explica Wolton las transformaciones de la comunicación política. En México, la transformación de la comunicación política se ha visto paulatinamente a medida que los partidos políticos han tenido mayor acceso a los medios de comunicación y que éstos proporcionan mayor información al electorado, por lo cual se puede observar que los avances han sido recíprocos; y esto se vio específicamente en el proceso electoral de 1994 cuando los candidatos de los tres partidos políticos más importantes (PAN, PRD, PRI) debatieron, por primera vez en la historia de la política y de la comunicación, en televisión. Al respecto, Juan Molinar Horcasitas y Eric Magar señalan que:

⁶⁴Wolton, Dominique, "La comunicación política: construcción de un modelo", en Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, et.al., *El Nuevo Espacio Público*, col. El Mamífero Parlante. Serie Mayor, 2a. ed. Gedisa, Barcelona, 1995, p. 19.

"Para que una democracia funcione adecuadamente es indispensable que la ciudadanía disponga de la información necesaria para emitir su voto. Pero la importancia de esa información se contraponen a la dificultad de obtenerla. La recopilación informativa es sumamente costosa en términos del tiempo y esfuerzo que requiere tal investigación (...) Sin embargo, estudios recientes han mostrado que los electores están mejor informados de lo que se esperaría dadas las condiciones tan adversas. Para lograr esto, los electores recurren a un sinnúmero de simplificaciones y atajos informativos que les permiten allegarse la información necesaria a un costo bajo (...) El ciudadano común y corriente difícilmente estará dispuesto a dedicar mucho esfuerzo a la tarea de allegarse información sobre los partidos y candidatos que contienden. El ciudadano común, que es el que a fin de cuentas vota, suele buscar la información más accesible posible (...) los medios informativos representan una fuente baratísima de información política (...) quien no accede hoy a los medios masivos en su campaña carece de oportunidades reales de competencia(...)"⁶⁵

Esto quiere decir que para un ciudadano común y corriente es más barato y más rápido informarse a través de la radio o la televisión, que comprar una revista especializada en política que cuesta entre 20 y 30 pesos y que requiere de tiempo para su consulta.

Sobre este aspecto de la información, Martín Serrano menciona que la respuesta que tiene una persona a los acontecimientos, no depende de la vía por la que recibe la información, "sino de la representación que elabora con toda información que procese cognitivamente, cuando considere cuál es su implicación en lo que acontece". Lo cual quiere decir que en los productos comunicativos que se elaboran en la campaña de difusión de valores democráticos, el sujeto-elector-ciudadano, tendrá que ocupar el primer lugar de importancia en los mensajes, hacerle sentir que es el protagonista de la construcción en la democracia y que su participación política en este proceso es lo más importante.

Los cambios en materia de comunicación política continúan, actualmente los partidos políticos luchan por una equidad en tiempos oficiales, esto ha sido un gran paso en materia democrática, pues la gente tiene la opción de escuchar al candidato de su preferencia y razonar su voto el día de la elección; aunque nada

⁶⁵ Magar, Eric y Juan Molinar Horcasitas, "Medios de comunicación y democracia", en Jorge Alcocer, (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma*. México, 1994/II. Nuevo Horizonte Editores, México, 1995, pp. 126-127.

garantiza que el televidente o el radioescucha atienda el discurso del o de los candidatos. Pero estamos al principio del cambio y como comunicadores y como receptores se tendrá que ir aprendiendo en la marcha.

Se aprende a medida de involucrarnos como ciudadanos en los asuntos públicos y políticos, a medida de informarnos y participar. Supongo que este gran paso que ha tenido la comunicación política, de penetrar masivamente en la sociedad, ha traído como consecuencia la diversidad de opiniones y la formación de criterios, por lo menos de un gran grupo de ciudadanos comprometidos con el acontecer político; el trabajo que ya han tenido politólogos, comunicólogos y ciudadanos de llevar la información necesaria para modificar la actitud política de los mexicanos comenzó y no habrá censura ni nepotismo que lo detenga.

Lo político es lo público, aquello que compartimos cotidianamente porque son cosas que nos conciernen como ciudadanos o como habitantes de una misma comunidad. Se hace público aquello que nos inquieta como sociedad, lo que nos involucra y hasta lo que no nos involucra también es público.

Dice Alain Touraine que la vida pública contemporánea se revela dominada por personalidades políticas de importancia central y eso da pie a que la importancia de la comunicación política sea "la de especializarse en la actividad política y su separación creciente respecto de las demandas sociales, de los intereses del Estado y de la defensa de las libertades públicas. (...) en otras palabras -dice Touraine- los movimientos sociales que expresan demandas sociales son cada vez más independientes de la política; de la misma manera, la defensa de los intereses del Estado frente a la competencia extranjera y a los nuevos desafíos tecnológicos, cada vez más es la acción de hombres llamados 'estadistas' y de dirigentes económicos que de políticos."⁶⁶

Esta visión de la comunicación política es importante, sobre todo si consideramos que Touraine la expresa desde el contexto de una sociedad democrática, sólo en ese contexto es permisible que "la vida política ya no constituye sino una parte de la vida pública y esta está dominada por un pluralismo que se nos revela incluso como la definición de la democracia".⁶⁷

⁶⁶Touraine, Alain, "Comunicación política y crisis de la representatividad", en Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, et.al., *op.cit.*, pp. 53-54.

⁶⁷*Ibid.*, p. 54.

Esto quiere decir que ya no es suficiente que la acción política represente intereses sociales, sino que es necesario que la defensa de estos intereses sociales sean independientes y que sea la sociedad quien vele por ellos. Si los políticos se identifican ante la sociedad como los representantes y portadores de estos intereses, se les seguirá viendo como los portadores y creadores del universo, de esta manera, permitiremos como ciudadanos, la manipulación.

Por ello hay que insistir en la necesidad de los mensajes de cultura política, por ejemplo, en tiempos electorales es importante destacar e insistir que el voto es libre, secreto e independiente, que nadie te puede obligar a votar por quien tú no quieres, que hay diversas opciones políticas y que cada quien escoge la que más le conviene.

En este proceso de información, los medios de comunicación y los sondeos de opinión juegan un papel importante en la comunicación política.

3.2.1. Medios de Comunicación y Comunicación Política

La comunicación política necesita canales de difusión y manifestación para que la sociedad reconozca que la pluralidad de ideas y de intereses ideológicos que existen entre los grupos políticos que conforman nuestra cultura política, en tanto que ésta necesita fomentar el respeto y la aceptación de las diferentes propuestas políticas, basándose en los valores fundamentales de la democracia, ya que la diversidad política marca a las sociedades modernas, como las democráticas.

El ser tolerantes con las propuestas de oposición, así como saber escucharlas, tiene que ver no sólo con nuestra cultura política, sino también con la forma en que los medios de comunicación transmiten la información.

En nuestro país, los medios de comunicación difunden muy pocos programas sobre política, y los que se llegan a difundir, se dirigen principalmente a los denominados públicos políticamente atentos conformados por estudiantes, intelectuales, académicos, integrantes de partidos políticos y miembros de organizaciones civiles.

Aunado a eso, a muchas personas no les interesan los programas de contenido político, en parte porque les parecen aburridos y/o porque no están acostumbradas a ellos, no existe una cultura política para atender a este tipo de mensajes.

Pocos son los programas de contenido político con un perfil crítico y reflexivo al sistema; pero lo cierto es que la radio tiene más diversidad de programas de este corte, ya sea dentro de noticiarios matutinos y/o dentro de la propia programación de las estaciones.

Los comentaristas emiten opiniones y no se limitan solamente a dar información, también están en contacto con la gente a través de la línea telefónica por medio de faxes o buzones de voz, incluso a través de Internet, hay mayor interacción entre el comentarista y los radioescuchas, por eso se dice que los comunicadores muchas veces son líderes de opinión.

La radio tiene más diversidad de comentaristas que la televisión, por mencionar sólo algunos están Miguel Angel Granados Chapa, Tomás Mojarro, José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con, Eduardo Ruiz Healy, Ricardo Rocha, Joaquín López Doriga, Paco Huerta, entre otros. Estos programas de corte político son constantes y el horario en el que se transmiten está bien distribuido ya que abarca matutinos, vespertinos y nocturnos, a diferencia de la televisión, en donde la mayoría de este tipo de programas son nocturnos.

"Los medios de comunicación tienen la capacidad de ubicar determinado suceso en el primer plano de atención de la ciudadanía; esto puede alterar la idea que los gobernados hacen de sus gobernantes, así como de quienes aspiran a serlo. Si la agenda incluye un tema en el que sobresale un candidato, éste adquiere una ventaja sobre sus seguidores. De lo anterior se desprende la posibilidad de que los medios masivos sean el fiel de la balanza en desenlaces electorales. Un comentario adverso en el momento preciso puede significar la pérdida de muchos votos para un candidato (...) El comunicador debe ser plural en sus transmisiones, y reflejar la diversidad de opiniones e ideas presentes en la sociedad; al mismo tiempo, debe tener sentido de imparcialidad y de equilibrio en los espacios asignados a los actores sociales en la contienda electoral, lo que se puede resumir como profesionalismo".⁶⁸

⁶⁸ Magar, Eric y Juan Molinar Horcasitas, *op. cit.*, pp. 129-130.

Cabe señalar que la objetividad del informador no existe como tal, bien dice Martín Serrano que " el informador, como cualquier otro sujeto humano, está incapacitado para desprenderse de sus intereses".

Por una parte, tiene mucho que ver la solidez y la convicción política que tienen los ciudadanos hacia un partido o candidato, así como el grado de información; pero lo más común es que su información sea mínima y además, sea la que proporcionan los comunicadores, por eso son más susceptibles de manipulación. La otra, es que los ciudadanos estén más informados, con una posición política definida, y esto les permita escoger el noticiero y/o el informador que se apegue más a su ideología, o en caso contrario, que sea capaz de escuchar opiniones diferentes.

Manuel Martín Serrano menciona en *La producción social de comunicación*, que es erróneo pensar que un medio representa "la opinión" y "los intereses" de su audiencia y dice que es un mito pensar que los relatos de los medios de comunicación de masas representan los puntos de vista de quienes los producen, "sin duda ocurrirá con frecuencia que los emisores concuerden en su visión de las cosas con las opiniones más compartidas entre sus audiencias. Pero esta coincidencia es un fenómeno de empatía y no el resultado de una constatación objetivada y validada de los estados de opinión".⁶⁹ Lo cierto es que los comentarios emitidos por los emisores están cargados de cierta subjetividad.

Por su parte, Dominique Wolton señala que "la comunicación política evoca todo aquello que se vincula con la producción y el intercambio de los discursos políticos que exponen los distintos actores y que los medios reflejan".⁷⁰ Y en este sentido, es importante acotar que dependiendo de los intereses políticos de la institución comunicativa y/o del informador, es como se les da espacio -en los medios- a los actores políticos que siempre ocupan un lugar primordial, pues son sujetos que tienen que ver con el orden político de la sociedad y es por ello que tienden a ser mediados por la comunicación, a través de encuestas y sondeos de opinión.

La comunicación política pretende influir en los demás a partir de los recursos técnicos y simbólicos que le son propios y cuya específica combinación da

⁶⁹Serrano, Manuel Martín, *La producción social de...*, p. 129.

⁷⁰Wolton, Dominique, "La comunicación política: construcción de un modelo", en Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, *op. cit.*, p. 29.

lugar a modalidades tipo que van desde la persuasión argumentada hasta la sugestión y fascinación, proporcionando una especie de idilio entre los receptores y los actores políticos, que mucho tiene que ver con el carisma de los propios políticos, pero esa es una cuestión más de imagen (publicidad).

El claro ejemplo lo tuvo en 1994 el candidato del PAN, Diego Fernández de Cevallos, mejor conocido como "el Jefe Diego", ese sobrenombre estuvo cargado de mucha persuasión hacia el electorado y connotó mucha fuerza, incluso respeto, al grado que mucha gente decía: "yo voy a votar por el Jefe Diego porque me cae bien", en cambio Cuauhtémoc Cárdenas era el "malencarado", el "jetón". Lo que quiero decir con esto, es que para los electores era más importante la imagen que la propuesta política de los candidatos. En 1997, Cárdenas cambió su imagen, sonrió a los electores y esto influyó para que ganara la Jefatura de Gobierno del Distrito Federal.

Dice Alain Touraine que "si la comunicación política va creciendo en importancia es porque la política no impone ya principio alguno de integración y de unificación al conjunto de las experiencias sociales, y porque la vida pública invade por todas partes la acción política".⁷¹

En el caso de México, la política y los políticos han perdido credibilidad y respeto entre los mexicanos, por eso como ciudadanos receptores de cualquier medio, aplauden y comparten los comentarios que los líderes de opinión hacen sobre el sistema político, en este sentido, la vida pública invade la acción política, digamos que de una forma pasiva pero con una herramienta fuerte, la opinión.

A todo esto, me gustaría concluir con la insistencia de que para combatir el sistema de comunicación social que tenemos en México, con medios de comunicación como empresas privadas representantes de intereses económicos y políticos de algún sector en particular, es necesario tener como aliados a los medios de comunicación -no como empresas- sino como proveedores de información sobre cultura política, con un enfoque plural y objetivo que permita el cambio de actitudes hacia los asuntos políticos y así erradicar la apatía, el desinterés y la no participación, de manera que como ciudadanos comunes y corrientes aprendamos a escuchar diversas opiniones sin que cambie nuestro

⁷¹Touraine, Alain, "Comunicación política y crisis de la representatividad", en Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, et.al., op.cit., p. 56.

criterio y a seleccionar la información que nos defenderá de la ignorancia y del autoritarismo en el que mucho ha contribuido nuestro sistema político.

¿Y qué con la opinión pública en la comunicación política?

Jean-Marc Ferry señala que el concepto de opinión pública cambió de sentido con el advenimiento de las democracias masivas, ya que "designa más bien a la masa segmentada de opiniones particulares en las que se expresan intereses divididos y hasta conflictivos (...) ese concepto de opinión es el que posteriormente retomarán, de manera implícita, los grandes institutos de encuestas. Se deduce que el carácter público de la opinión, es decir, su representación institucionalizada en la prensa y en el parlamento, ya no puede ser identificada como antes con algo así como una voluntad general digna de ese nombre (...), y dice que no es lo mismo la opinión pública que la opinión del público, ya que la opinión pública son sondeos de opinión realizados por empresas y catalogados por tópicos diversos a lo que podría ser la realidad.

La diferencia radica en que al hablar de opinión pública, el término pública *no* se refiere sólo al público. La opinión pública alude a la expresión de un grupo de personas en torno a temas de interés general y particularmente aquellos que hacen referencia a la política y al gobierno. La opinión del público se genera también en una comunidad, pero no necesariamente alude a temas de interés general y tampoco su opinión genera interés entre el público. Por eso, señala que la comunicación política es informal, directa y espontánea, y que se parece a lo que a veces llamamos *charla de café*.⁷²

Una encuesta es como una charla de café con muchos amigos y con resultados más precisos que los que arrojaría una simple charla de café, pues si a alguien "se le pega la gana" llevarle la contra a un amigo, puede modificar su opinión sólo en ese momento. Una encuesta es algo más serio, es un instrumento de consulta que intenta revelar las preferencias o el sentir de amplios sectores de la población con respecto a un acontecer político, o alguna ideología o producto. Pretende reflejar parte de una realidad conformada por opiniones homogéneas.

⁷²Ferry, Jean-Marc, "Las transformaciones de la publicidad política", en Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, et.al., *op.cit.*, p. 17.

Los grupos encuestados deberán tener características comunes entre sí como edad, grado de estudios, estrato social, etcétera. Para la confiabilidad de la encuesta se requiere de una metodología acertada. El universo de encuestados deberá ser representativo de la totalidad de la población en cuanto a grupos de edad, ingreso, nivel económico y educativo, y al mismo tiempo deberá ser característico del territorio que se estudia. Las preguntas deberán ser aplicadas en el mismo orden y deberán ser claras y precisas, el encuestador no podrá inducir ninguna respuesta.

“En casi todos los países con tradición democrática, las encuestas de opinión son utilizadas, desde hace décadas, por los medios de comunicación y los partidos políticos para efectos electorales. En México, su aparición para esos fines es mucho más reciente: data apenas de hace dos sexenios; su apertura a los medios es todavía posterior, con algunas notas aisladas en las elecciones federales de 1985 y, que se sepa, su utilidad para la toma de decisiones políticas importantes es de fecha aún más reciente (el caso más conocido es la influencia que tuvo una encuesta patrocinada por el entonces Partido Mexicano Socialista en la renuncia de Heberto Castillo a la candidatura presidencial, en 1988). En las elecciones presidenciales de 1988 las encuestas son ya parte del proceso electoral, pero aún tienen un carácter marginal. Puede considerarse que a partir de ese año se utilizan como un elemento constante en los procesos electorales, pero no es sino hasta 1994 cuando adquieren un papel de auténtica importancia en la opinión pública y se asientan como un factor imprescindible para futuros comicios”.⁷³

La explicación que da el autor sobre el retraso de las encuestas de opinión en nuestro país, es en parte por la lenta transición a la democracia, y por la cultura política autoritaria “que suponía que los canales tradicionales de comunicación entre gobernantes y gobernados eran suficientes para medir el pulso de la opinión, los valores y los reclamos populares”.

El problema con las encuestas de opinión es que se pueden prestar para manipular a la gente y para alterar cifras, lo cual puede producir un cierto descontrol y provocar dudas sobre algún punto de vista. Por eso depende mucho

⁷³Báez Rodríguez, Francisco, “Encuestas y conteos en las elecciones de 1994”, en Jorge Alcocer (Coord.), *Elecciones, diálogo y reforma. México, 1994/II. Op. cit.*, p. 101.

de la seriedad, objetividad y profesionalismo de las empresas que las apliquen, así como de los medios que las difundan.

Lo cierto es que son como una parte reveladora de la realidad. Las encuestas de opinión son como el *copy right* de la comunicación política, sobre algún tema específico en un medio de comunicación. Lo cual quiere decir que los medios de comunicación no pueden aventurarse a lanzar comentarios al aire, sin una base que los sustente, sobre todo en tiempos electorales, donde los sondeos de opinión parecen termómetros.

Hay quienes piensan que las encuestas de opinión son efectivos mecanismos para conocer las preferencias políticas de la sociedad, o de algún sector de la sociedad, en un momento específico, como en tiempos electorales; para otros, son herramientas de manipulación. Y eso no se puede poner en duda, porque pueden ser utilizadas a favor del cliente, pero eso depende de la ética tanto del cliente como de la empresa, lo cierto es que existe un margen de error de un cinco por ciento, como máximo.

Dominique Wolton señala algo que considero importante mencionar, porque resume muy bien esa especie de trilogía intrínseca que existe entre medios de comunicación, sondeos de opinión y actores políticos. Wolton dice que, en medio siglo, la comunicación política ha adquirido gran importancia con la introducción de los medios de comunicación masiva y con los sondeos de opinión.

Esto provocó que los políticos modificaran su relación con la prensa, principalmente, y tomaran en cuenta la opinión pública.

“Si bien la política no se reduce a la comunicación, su ejercicio, sin embargo, se ha visto modificado por ella notoriamente: los sondeos han acentuado los cambios ya introducidos por la radio y en especial la televisión, en el sentido de una mayor visibilidad de la política. De este modo se ha pasado de una actuación de a dos (políticos-medios) a una de a tres (políticos-medios-sondeos), y una de las cuestiones más interesantes se refiere a las consecuencias de esa ampliación de las relaciones entre estos tres actores y de sus papeles respectivos en la comunicación política. Frente a este cambio de hecho, el razonamiento más clásico consiste en ver en los medios y los sondeos el contrapeso indispensable para la acción de los políticos, que en la

información y las reacciones de la opinión pública encuentran recíprocamente los elementos necesarios para su reflexión".⁷⁴

3.2.2. Comunicación y Cultura

Uno de los fines de esta tesis es insistir que la cultura política necesita de canales de difusión como son los medios de comunicación para orientar las prácticas políticas de los ciudadanos, entre otras cosas; y por otra parte, reconocer que los medios de comunicación juegan un papel muy importante en el proceso de socialización.

La presencia e influencia de las instituciones comunicacionales en la cultura es innegable, pues a través de ellas se adquieren pautas de conducta para actuar en la vida social. La información que recibimos constantemente en los medios influye algunas veces en nuestras formas de ser y de pensar, pero no nos cambian, porque lo único que hacen es representar esas formas de ser y de pensar; digamos que los medios no dicen nada que la sociedad, la escuela o la familia no digan. "(...) la comunicación no solamente es un hecho social sino a la vez un fenómeno cultural. Comunicación, sociedad y cultura son componentes de un mismo todo (...)".⁷⁵

Cabe señalar que los medios de comunicación son también medios de difusión cultural, ya que a través de ellos podemos conocer las costumbres de ciertos tipos de comunidad. Hay que reconocer que en un país como el nuestro, con costumbres tan heterogéneas, entender las formas como se interpretan los mensajes por las diversas clases y grupos es indispensable, asimismo debemos reconocer que los medios también tienen presencia e influencia -no siempre negativa- en la sociedad. Los noticiarios, documentales, programas de discusión, de política o culturales, prácticamente están ausentes de la programación de las emisoras.

Para mucha gente este tipo de programas suelen ser aburridos o incomprensibles o si no, simplemente no les interesan; pero para que estas

⁷⁴Wolton, Dominique, "Los medios, eslabón débil de la comunicación política", en Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, et.al., *op.cit.*, p. 183.

⁷⁵Gil Olivo, Ramón. *Televisión y cultura*. Vol. 1, Universidad de Guadalajara. Col. Textos de Comunicación y Sociedad. México, 1993, p. 126.

emisiones lleguen a ser aceptadas por la ciudadanía, es necesario que su ámbito cultural sea más amplio, que se enseñe y se acostumbre a recibir otro tipo de información para que después ellas mismas participen en la difusión.

Por otra parte, es necesario que los individuos se interesen por mensajes que fomenten la cultura política, para ello es indispensable que aprendan a seleccionar, identificar e intercambiar la información y rechazar aquella que no contribuya a su formación.

En México, el mismo sistema político ha hecho de la apatía y la no participación una condición de estabilidad y permanencia. El pueblo no es apático e indiferente sólo porque sí, sino porque ha sido educado en forma autoritaria en donde los estratos dominantes son autoritarios e impositivos. Solamente hay que pensar que el pueblo consume lo que el gobierno le da. No hay un proyecto social que no contenga un proyecto cultural.

Lucien Goldmann señala que la radio y la televisión se han convertido en elementos constitutivos del estilo de vida de la mayor parte de los ciudadanos (sobre todo de quienes viven en las grandes ciudades) y que a partir de estas consideraciones se puede diseñar un perfil del nivel cultural de la sociedad en su conjunto; asimismo se puede determinar el carácter conservador que presentan las instituciones escolares, ya que los medios de comunicación conservan muchos rasgos de cuando éstos estaban reservados para las clases privilegiadas.

Ahora habrá que insistir en la integración de los medios a las exigencias democráticas que cada día presenta la sociedad, pues serían los instrumentos socializadores para una nueva forma de vida, pero también el canal de expresión de la sociedad. Por su parte, las instituciones políticas y electorales encontrarán en los medios un canal para sensibilizar a los ciudadanos y motivarlos para su participación política.

Seamos más realistas en el modo de representar nuestro sistema cultural y político en los medios de comunicación; presentemos situaciones cotidianas, creíbles y verdaderas, así como alternativas para que los receptores relacionen su vida con los problemas que se les presentan y busquen conjuntamente las posibles soluciones.

3.3. Investigación en Comunicación y Cultura Política

La investigación en comunicación es importante porque se pueden evaluar productos, mensajes y contenidos, también se puede medir el número de veces que llega un mensaje a un público específico, y conocer el gusto de la gente sobre algún producto y su opinión del mismo; las técnicas de investigación de campo más útiles en comunicación para obtener información son las entrevistas, las encuestas y las sesiones de grupos. La cultura política se ha basado en encuestas de opinión para conocer qué piensa la gente sobre su sistema político, así como sus intereses e inquietudes en torno a la democracia.

Para el diseño de una estrategia radiofónica que difunda los valores de la cultura política se pensó en la utilización de una técnica de investigación de campo, que para el propósito de esta tesis serán grupos de enfoque, también conocidos como *focus group* y sesiones de grupo.

La técnica de sesiones de grupo no debe considerarse como un sustituto, o en lugar de un muestreo completo; como fuente de información típica o proyectable para todo el universo bajo estudio, y como una búsqueda sin estructura, sin metas y sin propósitos específicos.

Las aplicaciones de esta técnica son apropiadas para :

- Explorar el lenguaje y terminología del segmento de la población de interés, o vocabulario que es utilizado por la entidad que genera un concepto, o mensaje, aunque puede no usar el mismo lenguaje o vocabulario para describir un concepto.
- Para generar hipótesis concernientes, por ejemplo, a las razones de baja credibilidad, apatía, baja en aceptación de algún mensaje, etc.
- Para generar nuevas ideas para el desarrollo de una imagen, o concretamente de un mensaje o producto con base en comentarios de los participantes del grupo en torno a lo que dicen que les gustaría y lo que les disgustaría de algún mensaje, producto o de determinados personajes públicos o conceptos.

* Guía para sesiones de grupo. Material proporcionado por la empresa Pulso Mercadológico.

- *Sondear necesidades latentes no satisfechas por los mensajes o productos existentes que sirve como guía para nuevos mensajes potenciales y sus conceptos.*

3.3.1. Grupos de Enfoque

Se llama grupo de enfoque a la técnica de investigación de campo, de tipo cualitativa, que al operar como un laboratorio trata de acercar al investigador, con las condiciones reales de los sujetos de estudio. Lo importante en esta técnica es la interacción de las personas a partir del discurso, ya que de esta forma se conocerá la opinión que los participantes del grupo tienen sobre el objeto de estudio, que es el producto o el mensaje que se quiere evaluar para conocer si cumplen con su cometido, y puede ser desde una pasta de dientes, una marca de galletas o un spot de radio; en este tipo de estudios interesa conocer lo que piensa cierto grupo de personas sobre un producto específico.

Los *focus group* o grupos de enfoque son como una entrevista colectiva, guiada por una sola persona en donde participan sujetos con características específicas cuya selección responde a un criterio de representatividad a partir del interés del investigador.

Los grupos de enfoque parecen fáciles de conducir; después de todo, tan sólo se reúne a un grupo de personas y se les lleva hacia la discusión del tópico de estudio. Empero en la práctica, para obtener los resultados óptimos de una sesión de grupo, es necesaria una gran previsión, planificación, dirección de las condiciones del terreno y, quizá lo más importante, una postura analítica, considerada y reflexiva.

"En principio fue, básicamente, una especie de entrevista a un grupo, paulatinamente se han introducido variantes y, en ocasiones, es un mecanismo dinámico para manipular situaciones de grupo con el fin de profundizar en los datos sobre algún tema o problema.

"El grupo de enfoque integra algunos elementos de otras técnicas. Por ejemplo, de la encuesta retoma la precisión en el planteamiento de preguntas, aunque utiliza preferentemente cuestionamientos de

respuesta abierta, por lo tanto el procesamiento requerirá una post-codificación; de la entrevista incorpora la capacidad de establecer una situación de interacción donde se obtiene información de la propia observación de las acciones y reacciones de los agentes en estudio y, asimismo, se mueve en un nivel de flexibilidad similar al de ella: el investigador-entrevistador puede preguntar sobre las respuestas del grupo o a propósito de las situaciones generadas por las interrelaciones dentro de él; incluso, para algunos diseños sofisticados de investigación retoma elementos de las dinámicas de trabajo y vivenciales de grupo.

"El *focus group* se distingue de la técnica conocida como grupo de discusión no sólo por la génesis (que es de tipo cualitativo), sino por los niveles de información proporcionados. El grupo de discusión se caracteriza por tomar como punto de partida un cuestionamiento general para desencadenar una interacción discursiva y, simultáneamente, una integración de grupo que exprese las diferencias de los agentes y permita la construcción de significados y sentidos negociados; aquí es el propio grupo el que fija la dinámica.

"El grupo focal funciona a partir de preguntas concretas que se van sucediendo una tras otra, en la medida de las respuestas ofrecidas por el conjunto de actores; termina cuando se satisfacen las necesidades en materia de datos y las condiciones pre-establecidas de trabajo de los agentes definidas en la investigación".

Aplicación de la técnica:

Los grupos de enfoque se realizan en un lugar cerrado, puede ser una sala de juntas o un salón, incluso la sala de una casa, pero debe ser un lugar ventilado y bien iluminado, de preferencia se requiere de un salón adecuado para este tipo de ejercicio que cuente con cámara de Gesell y circuito cerrado de televisión. Los integrantes del *focus group* podrán estar sentados alrededor de una mesa, o en sillas formando una fila o un semicírculo.

* Texto inédito del profesor Diego Juárez, para el "Curso-taller en Técnicas de Investigación para Analizar la Recepción de Mensajes", que se impartió en el IFE en Mayo de 1996.

A la persona que conduce este grupo se le llama moderador, incluso puede ser el mismo investigador, o una persona designada por él y capacitada para dirigir la sesión. El moderador-entrevistador hará que los integrantes del grupo interactúen entre sí a través de la entrevista colectiva guiada por una serie de tópicos previamente elaborados; ya sea que le pregunte a cada uno o una pregunta para todos. El moderador se presentará ante el grupo y les explicará en qué consiste la sesión, les hará saber que su opinión es muy importante para esa investigación, ante todo debe ser flexible y dar mucha confianza a los participantes.

Entre otras cosas, el moderador establecerá la duración de la sesión, dará la palabra y hará las preguntas en el orden que él considere pertinente, haciendo que todos participen.

Puede interrumpir una discusión y meter nuevamente a los integrantes del grupo en el tema, también puede contestar preguntas para aclaraciones pero no puede expresar su punto de vista sobre el tema de discusión, tampoco puede inducir al grupo para que respondan algo que él quiera escuchar. Definirá, junto con el grupo, un concepto sobre un tema específico y solicitará aclaraciones sobre algún punto cuando sienta que los participantes no llegan a un acuerdo.

El debate generará un choque de información y al final habrá una posición dominante en cada grupo, también se dará el caso de que en algunas sesiones una sola persona controle la discusión y sea líder en ese grupo.

En algunas sesiones, sobre todo en aquellas que se conocen como estudios de opinión, el moderador aplica entre cada pregunta una especie de cuestionario sobre un tópico específico del cual le interesa obtener más información y, posteriormente, guiará su sesión basándose en las respuestas, de esta forma puede confrontar opiniones y sondear la opinión que tienen los entrevistados sobre algún tema en especial, estas encuestas le servirán al final al moderador para hacer su reporte.

En los grupos de enfoque participan también observadores, quienes estarán callados durante la sesión y sólo tomarán notas de los comentarios y gestos que hagan los integrantes de la sesión, esto con el fin de conocer los aspectos psicológicos del grupo. Asimismo puede haber sujetos que se hagan pasar por

integrantes del grupo, pero que su función será la de inducir una opinión, o manifestarse en contra de la postura de los participantes con el fin de provocar una discusión que arroje comentarios más profundos.

Las sesiones se forman con un mínimo de 5 y un máximo de 12 personas. "Además de los miembros del grupo y del conductor también pueden participar observadores o en casos especiales, pueden existir sujetos 'control' con la función expresa de introducir algunas variantes al grupo para desencadenar algún comportamiento.

Por ejemplo, una persona con la misión de manifestar una posición radicalmente opuesta al grupo para obligar a éste a esgrimir argumentaciones más amplias y profundas, o para ver la manera como reaccionan los agentes informadores y su nivel de aceptación o rechazo a posiciones marginales. La selección de los integrantes del grupo se hace mediante un procedimiento de muestreo y actúan como informantes cuyo papel se circunscribe a: describir, analizar, criticar, y/o proponer. Sus intervenciones se efectúan vía los canales diseñados previamente por la investigación y éstos se dirigen, a:

- Motivar respuestas a preguntas concretas.
- Provocar la manifestación de opiniones sobre puntos de vista expresados (fuera y dentro del grupo).
- Producir discusión de ideas para conocer diferencias y coincidencias del grupo.
- Establecer las estrategias y posturas de los agentes".

Desde el punto de vista de Diego Juárez, la planeación del diseño del focus group se hace en función del objeto de estudio de la investigación que implica los siguientes puntos:

- 1) Señalar la finalidad de la técnica en función del problema de investigación y delimitar sus objetivos en términos de la información esperada. Se recomienda elaborar una tabla de especificaciones para definir las áreas de evaluación y para redactar los problemas y las preguntas que se lanzarán al grupo.

Diego Juárez

- 2) Establecer la dinámica de trabajo como horario, lugar, requerimientos necesarios para la aplicación de la técnica. Es indispensable que se graben todas las sesiones de grupo, para el análisis y el reporte. Es conveniente que estas sesiones se realicen con cámara de Gesell, para que haya observadores que puedan ayudar al moderador en caso de que la discusión se enfrasque o que él no sepa, en determinado momento, provocar la discusión.
- 3) Definir las características del grupo, como por ejemplo tamaño: se recomiendan grupos pequeños de 5 a 12 personas, condiciones económicas, sociales, edad y sexo.
- 4) Seleccionar a los integrantes del focus group, a través de un muestreo aleatorio o no aleatorio.

El día de la sesión, el moderador se presenta ante el grupo, les explica la finalidad de la sesión, les pide a los integrantes que anoten su nombre, para que entren en confianza, les explica que en esa sesión, su participación es lo más importante, que hablen con claridad y sobre todo, que se sientan en confianza para expresar sus ideas. También les tiene que explicar que la sesión se grabará para elaborar un reporte, posteriormente empieza la entrevista colectiva y hace que todos participen.

Diego Juárez recomienda que para la interpretación de la información proporcionada por el grupo es necesario rescatar y clasificar:

- Las opiniones, es decir, los puntos de vista acerca de: algún tópico, problema social, mensajes de los medios de comunicación, estrategias políticas y de comunicación, sobre comportamientos sociales, a propósito de otras opiniones, de políticas culturales, etcétera.
- Los intereses, o sea, los móviles que se expresan tras la toma de posición; conviene conocer las finalidades, metas, objetivos o motivaciones de los actores que participan en el grupo.
- Las actitudes, ya sea las predisposiciones y posturas a propósito de algún personaje, institución, proyecto, fenómeno o hecho.

- Las intenciones, básicamente lo que se pretende hacer o realizaría en caso de presentarse situaciones o condiciones estables o inestables, favorables o en contra. Forman parte de esta área los proyectos.
- Las expectativas, lo que se espera en el corto, mediano y largo plazo del entorno y de sí. Puede incluirse lo que se imagina que pasará.

Estas informaciones, entre otras, pueden correlacionarse y connotarse para definir las representaciones del contexto, las posiciones con respecto a ciertos aconteceres o productos, los conceptos personales y los valores sociales. De manera simple pero ilustrativa, los datos arrojados por el grupo proporcionan dos franjas generales de información:

1. Al evaluar un fenómeno, situación o producto concreto ofrece datos sobre lo que piensa la gente acerca de ello, el grado de afectación, de involucramiento o de incorporación. Se pueden tomar decisiones para cambiar, reforzar o readecuar.
2. Al tomar lo expresado por el grupo como una manera de conocer sectores de población para diseñar políticas, campañas o mensajes. Los datos sirven para conocer su idiosincrasia, su manera de vivir, para aproximarse a sus características psicológicas y culturales”.

Análisis y reporte de las sesiones:

Hay muchas formas y estilos en que la información que se obtenga de un grupo pueda analizarse; en principio el moderador es quien debe hacer el análisis de los datos de la sesión de grupo. Tiene la ventaja obvia de haber estado presente durante la discusión. Sus impresiones acerca de la respuesta del grupo es parte integral de los antecedentes para el trabajo analítico.

El moderador debe iniciar preferentemente su análisis unos minutos después de la discusión para escribir sus impresiones de los puntos clave cubiertos en la discusión y extraer aquellos comentarios y tópicos que aportan luz sobre las actitudes que se expresen. Debe buscar y presentar el significado de las reacciones de los participantes; por ejemplo, comentarios como “hubo reacciones

contradictorias, con algunos participantes o no estuvieron de acuerdo con tal concepto por tal o cual cosa”.

El analista tiene la función de transmitirle al lector las diferencias en intensidad de los diferentes comentarios utilizando citas específicas o palabras clave. El objetivo no es una precisión estadística sino un orden de magnitud de impresiones. Algunas veces las reacciones de los sujetos son comunicadas a través de ademanes y comportamiento más que con palabras y si el analista describe estas reacciones no verbales comunica la profundidad de las opiniones.

La preparación del material de análisis a partir de los datos se obtiene con una transcripción completa o parcial de la sesión. En el caso de una transcripción completa el analista podrá tener presente toda la sesión y recordar comentarios que había olvidado o que no tomó en cuenta durante la sesión, pero esto implica mucho tiempo y es muy lento. Una transcripción parcial permite omitir los comentarios repetidos o sin importancia.

También se puede resumir, hasta cierto punto, las impresiones generales de toda una sección de la sesión, el analista debe tomar en cuenta los comentarios e ideas que son importantes para el análisis y cuales no. Cuando no es posible transcribir la cinta total o parcialmente se recomienda escuchar el cassette, tomar notas y escribir completos los comentarios clave.

Para la preparación del informe se hace una descripción del número de grupos sesionados, el tipo de participantes invitados a la discusión y la razón de esa selección; se organizan los comentarios, impresiones y observaciones verbales en tópicos. Al presentar los resultados se hace a partir de los temas generales y después se analizan los comentarios por tópicos presentando todos los puntos de vista acerca del tema. Frecuentemente hay pros y contras; se deben presentar ambos en la misma sección para que el lector compare.

Al final el analista debe llegar a una conclusión, sin que sus convicciones lo lleven a omitir resultados discordantes.

3.3.2. Investigación de Campo

En 1994 y 1996, el Instituto Federal Electoral aplicó diversos grupos de enfoque, con el objeto de evaluar las campañas electorales del 21 de agosto y del 6 de julio, respectivamente, y conocer qué opinión tiene la gente sobre el IFE, cuál fue el impacto de la campaña publicitaria entre los electores, qué piensa la gente sobre la democracia, las elecciones y sus procedimientos y sobre los valores democráticos.

Los grupos de enfoque que comentaré en este apartado se realizaron, en distintos momentos, por diversas empresas en todo el país.

Cabe mencionar que en los grupos de enfoque coordinados por la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política a finales de 1996 y principios de 97, tuve la oportunidad de participar como observadora y, en dos de ellos estuve a cargo de la metodología.

Para la elaboración de mensajes para esta campaña me interesa señalar de manera general, algunos resultados obtenidos de diversos grupos de enfoque con jóvenes, que realizó la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política, para conocer ¿qué piensan los jóvenes sobre los valores democráticos?, ¿cómo conciben la democracia? y en general ¿qué piensan de la política?

¿Y los Jóvenes qué opinan?

a) Grupos de Enfoque aplicados por la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política:

En diciembre de 1996 coordiné dos grupos de enfoque para evaluar el contenido y diseño del primer cuaderno de la serie Apuntes de Cultura Democrática, "Los Valores Democráticos", con 12 jóvenes que cursan la educación media superior de entre 16 y 18 años, que para efecto de análisis se les llamará grupo 1; y con 12 jóvenes de nivel superior, de entre 20 y 23 años de edad, a los que se les llamará grupo 2.

Los tópicos a evaluar en ambos grupos fueron:

- ¿Qué saben sobre los valores democráticos?
- ¿Están familiarizados con estos conceptos?
- ¿Los practican en su vida cotidiana?
- ¿Cuál es su opinión sobre democracia?
- ¿Cómo se perciben los jóvenes dentro de su sistema político?

Democracia:

Se les preguntó que si creían vivir en un país democrático y respondieron que "en cierta forma sí, porque tenemos el derecho de elegir a nuestros representantes, pero en la realidad las cosas son diferentes porque cuando escuchamos la palabra democracia inmediatamente la asociamos a corrupción, fraude, tranzas..."

Esta asociación de fraude y corrupción tiene que ver más con la percepción de estos jóvenes hacia el gobierno y la política que con la democracia, sin embargo esto los hace dudar de la existencia real de la democracia; pero sí consideran vivir en una sociedad democrática por la sola acción de votar. Aquí la relacionan con una democracia directa en donde el pueblo elige a sus gobernantes a través del voto, pero dudan de su existencia por relacionarla al fraude y a la corrupción.

Los dos grupos respondieron que sí han escuchado el significado de democracia, que éste es familiar para ellos, ya que lo han visto en la escuela, pero sobre todo en los noticiarios.

A ambos grupos se les pidió que dieran un concepto de democracia y los dos coincidieron en sus definiciones, señalaron que "democracia es una forma de gobierno", "en la democracia el pueblo elige a sus representantes", y que "la democracia es una forma de gobierno donde el pueblo es lo más importante", entre otras cosas.

Por su parte, los jóvenes del grupo 2 reconocieron la importancia de la participación política para alcanzar un mayor nivel de vida, así como la igualdad y la elección como valores importantes dentro de una sociedad democrática. Asimismo, señalaron que existe una falta de credibilidad en las instituciones gubernamentales, incluyendo al IFE.

Esta incredulidad en el gobierno se refleja en la percepción que tienen de la democracia, ya que en todo momento la relacionan con el gobierno.

Aunque ambos grupos definieron lo que es democracia, no sienten vivir en un sistema democrático. El grupo 2 manifestó lo siguiente: *"el gobierno no nos toma en cuenta, nos tienen en la escuela porque no saben qué hacer con nosotros, a esto no se le puede llamar democracia"*, mientras que el grupo 1 dijo que *"el gobierno es corrupto... no podemos creer que vivamos en un país democrático"*.

Sin embargo, el grupo 1 coincidió en que sí es necesaria la democracia para tener un buen gobierno y una mejor forma de vida; los integrantes de este grupo argumentaron que no dudan de la democracia como forma de gobierno, sino del gobierno que la aplica.

Democracia/Valores:

En este tópico se pretendió conocer si los jóvenes relacionan los valores democráticos con su vida cotidiana, y si están familiarizados con ellos. Se les preguntó el conocimiento que tenían sobre ellos y respondieron que son irreales porque *"no se vive en una sociedad democrática"*.

Por otro lado, se comprobó que los jóvenes del grupo 1 tienen poca información sobre éstos, ya que cuando se les pidió que señalaran algunos, les costó mucho trabajo y sólo mencionaron *"respeto, confianza, amor y libertad"*.

Cuando se les aclaró que el amor no es un valor de la democracia, pero sí un valor ético, señalaron que no entendían bien a que me refería con *"valores democráticos"*, así que les tuve que dar un ejemplo y explicarles que eran pluralismo, tolerancia, participación, legalidad, etcétera. Cuando escucharon que se trataba de estos conceptos dijeron que sí los habían escuchado, incluso dijeron haberlos escuchado en comerciales del IFE, pero *"nunca los relacionamos con la democracia porque en las noticias sólo los mencionan pero nunca explican su significado"*.

Esto implica que los jóvenes están más familiarizados con las palabras que con los contenidos. Tampoco supieron explicar si estos valores tienen relación con su vida cotidiana.

El grupo 2 sí tenía idea de lo que son los valores democráticos, ya que no sólo mencionó algunos como "legalidad, pluralismo y respeto", sino que los jóvenes también comentaron: "los valores democráticos permiten la práctica de la democracia". Aunque reconocieron que en México sí se practican los valores democráticos, mostraron dudas de cómo se aplican, aceptaron que son esenciales para el desarrollo de la democracia y que algunas veces los practican en su vida cotidiana.

"Realmente no podemos negar que en nuestro país se practiquen estos valores porque no tengo pruebas de lo contrario, sin embargo creo que todavía nos falta mucho como sociedad, para relacionarnos con ellos...no podemos decir que no hay libertades, porque sí las hay, tampoco podemos decir que no haya paz, pero cuando piensas en Chiapas como que ya no se sabe ¿no?, no podemos hablar de democracia sin antes conocer los valores que la sustentan..."

Libertad:

Sobre este concepto el grupo 2 argumentó que "la libertad es hacer todo lo que te venga en gana pero con responsabilidad, es decir, sin dañar a otras personas". Aunque reconoció que la libertad tiene sus límites, "...porque ejercemos una libertad regida por normas y reglamentos, entonces ya la libertad no es hacer lo que quieras, ¿o sí?".

El grupo 2 citó como ejemplo la libertad que se les da en las instalaciones de la UNAM para organizar eventos culturales, pero dijeron que "muchas veces los estudiantes abusan de esta libertad y sólo lo aprovechan para destruir mobiliario y drogarse, entonces, es aquí donde ya no se está actuando responsablemente".

Los jóvenes de este grupo también comentaron: "uno es libre de salir desnudo a la calle, porque es tú cuerpo y tú vida, pero si sabes que puedes ofender a alguien, pues te aguantas, porque por mucha libertad que tengas eso no lo puedes hacer..."

Por su parte, los integrantes del grupo 1 se inquietaron con este valor porque no se consideran libres y creen que el término de libertad está muy limitado, incluso señalaron que "la libertad no existe". Cuando se les preguntó por qué creían que la libertad no existe respondieron: "no somos libres de hacer lo que queramos, en México los jóvenes no tenemos libertades, por ejemplo, si tú sales a la calle

así como vengo yo vestido, te apaña la tira y la gente te ve feo, ¿en dónde está la libertad?".

El joven que hizo este comentario vestía pantalón de mezclilla, chamarra, tenis y tenía el cabello largo, como aspecto de rockero, nada fuera de lo común. Este comentario deja ver que tal vez a este tipo de jóvenes se les juzga por su forma de vestir, eso habla de una actitud donde no hay respeto por los otros, en este sentido, la libertad a la que se refieren estos jóvenes es una libertad reprimida y con limitaciones más cercana a la intolerancia.

Nunca relacionaron la libertad política, aquella que se basa en la legalidad, en el respeto y en el orden jurídico.

En tanto, el grupo 2 comentó que en el caso de la sociedad mexicana *"se vive en un estado de desigualdad social, económica y política"*. En este tópico los jóvenes se confundieron al querer profundizar en este concepto, ya que relacionaron la libertad con la igualdad, entonces se les preguntó que si creían en la libertad y contestaron que sí, también se les preguntó que si ellos se sentían libres y dijeron que sí, y cuando se les preguntó que si en México se vive con libertad respondieron que no *"porque la ley es injusta, porque la Constitución dice que ante la ley todos somos iguales, pero eso no es cierto, porque sólo cuando eres influyente o tienes poder la ley te favorece"*.

Después de esta acotación se les explicó a los jóvenes que estaban relacionando el concepto de libertad con el de igualdad y se les pidió que llegaran a una conclusión grupal, sobre si existe o no la libertad en México, a lo que concluyeron diciendo: *"Se puede hablar de una libertad con límites, ya que en realidad uno no es libre de matar a alguien, pero sí eres libre para expresar tus opiniones...aunque es cierto que si viviéramos en una democracia real seríamos más libres"*.

Cuando se les preguntó a qué se referían cuando decían que en una democracia real serían más libres, contestaron que *"a pesar"* de que en México hay democracia, no se vive igual que en Estados Unidos o en Europa, *"allá los jóvenes son más libres"*, concluyeron diciendo que *"bajo un marco legal sí existe la libertad"*.

Igualdad:

Cuando se habló de igualdad, el grupo 1 mostró inconformidad con este concepto porque los integrantes señalaron: *"si se es influyente o si se pertenece a una clase social privilegiada se es respetado y ayudado por las autoridades, pero si no es así, las autoridades se manchan con el desprotegido y no hay igualdad"*.

Este grupo relacionó el concepto de igualdad con el de libertad, pero después de una larga discusión su relación tenía que ver con la percepción que tienen estos jóvenes sobre su gobierno, ya que comentaron: *"si perteneces a un grupo político o de lana, tienes la libertad de violar la ley y hacer lo que quieras, y así ¿cómo podemos hablar de igualdad?"*.

A lo que se refería este grupo era a la impunidad, a la corrupción y a la violación de la ley. Al final concluyeron diciendo que *"ante la ley todos somos iguales, pero esto es imposible porque dos personas no pueden ser iguales"*; se les preguntó cómo entendían la igualdad en la democracia y respondieron: *"en un sistema democrático todos los hombres tenemos los mismos derechos y las mismas obligaciones"*.

En esta discusión dejaron ver que en México se duda de la democracia porque la igualdad no se ejerce como tal. En todo momento hacían mención de la desigualdad de clases sociales.

El grupo 2 concibió el término de igualdad como muy abstracto, más *ad hoc* a textos de filosofía y muy alejado a la realidad, argumentaron que *"constitucionalmente somos iguales en derechos y obligaciones"*, cuando se les pidió que ahondaran en este punto les costó mucho trabajo porque consideraron que *"en México hablar de igualdad suena ilógico porque no es lo mismo ser hijo de un obrero a ser un junior, tampoco es lo mismo estudiar en la UNAM a estudiar en el Tecnológico..."*.

Ellos relacionaban la igualdad con las clases sociales, y se les preguntó que si independientemente de las clases sociales existía la igualdad entre los seres humanos; tomando en cuenta que la igualdad como valor de la democracia es gozar de los mismos derechos, que ante la ley todos los hombres son iguales y que la igualdad reconoce las diferencias entre los hombres pero no permite que estas diferencias se conviertan en privilegios y las utilice con ventaja para someter a otros.

Después de esta acotación los jóvenes del grupo 2 señalaron que hay mucha confusión con el manejo de estos conceptos, porque "el gobierno nunca ha implementado una campaña para explicar en qué consiste la igualdad o la libertad, pero como dice el dicho el buen juez por su casa empieza, cómo podrían hablar de esto si cuando les conviene todos somos iguales y cuando no, no...sin ser tan críticos podemos reconocer que sí existe la igualdad, pero solamente ante la ley...". Aceptaron la existencia de la igualdad pero con privilegios.

A este grupo se le preguntó por qué cuando se habló de libertad e igualdad hubo tantas confusiones y no muy convencidos reconocieron que aunque México sea un país que respete estos valores, "muchas veces el gobierno o los políticos actúan de una forma represiva, por ejemplo cuando tienes un problema con la policía, tienes que dar mordidas, o cuando sacas tu licencia de manejo también, ¿dónde está tú libertad de hacer un trámite que sea igual para todos?".

Parece que el problema de reconocer estos valores no es porque no crean en ellos como tales, sino la actitud del gobierno ante éstos. Este es un ejemplo de nuestra "democracia a la mexicana". Los dos grupos hicieron mención nuevamente de la corrupción, la impunidad y la injusticia que impera en nuestro sistema político.

Cuando se habló de libertad e igualdad, curiosamente en los dos grupos, hubo confusiones con estos valores ya que ambos relacionaron los dos conceptos en uno; por ejemplo, los jóvenes del grupo 2 relacionaron el concepto de libertad con el de igualdad, mientras que los jóvenes del grupo 1 cuando hablaron de igualdad lo relacionaron con libertad.

Para ambos grupos hubo dificultades para llegar a una definición de estos valores, ello se debe a la falta de credibilidad en su gobierno y a la carencia de estos valores en su vida cotidiana.

Ninguno de los participantes de ambos grupos se mostró convencido de la existencia de la libertad e igualdad en nuestro gobierno, pero sí en la democracia. En momentos dudaban de la existencia de una democracia en México, pero nunca la descalificaron ni hablaron mal de la democracia como tal. Todas estas confusiones hacen suponer que estos jóvenes no relacionan la libertad y la igualdad con su vida cotidiana, tal vez por experiencias propias o por lo que ven en

su medio ambiente, esto no quiere decir que ellos no se sientan ni libres ni iguales con relación a otros sujetos, pero sí dejaron ver que se encuentran en desventajas con otros actores sociales y políticos.

Tolerancia:

Ambos grupos relacionaron el término tolerancia con el respeto a los demás y con saber escuchar otras opiniones; el grupo 2 señaló que *"para que se entienda qué es la tolerancia primero debemos conocer bien qué es el respeto"*.

Si bien el grupo 2 relacionó la tolerancia con respetar las ideas de los demás, no pudieron dar una definición de este valor democrático. Asimismo dijeron que para aprender la tolerancia se debe empezar por practicarla en la casa y con los vecinos, pero que muchas veces se es más intolerante que tolerante.

Estos jóvenes reconocieron que no siempre son tolerantes con los demás, porque *"cuando alguien hace un comentario en clase, todo mundo se burla o le echa ojos al compañero para reprobárselo lo que el otro dice...también cuando te subes al metro o al camión, muchas veces no toleras que suba más gente"*.

Sólo un integrante de este grupo pudo comentar más sobre este término y citó una frase de Voltaire, que aparece en uno de los carteles del IFE sobre tolerancia: *"Podré no estar de acuerdo con lo que dices, pero daría mi vida por defender tu derecho a decirlo"*.

El grupo 1 tampoco pudo dar una definición de tolerancia, pero al igual que el otro grupo la relacionaron con el respeto, aunque para ellos tolerancia significa *"soportar a los demás"*. Ellos no consideran vivir bajo un clima de tolerancia, porque sienten que sus padres y los maestros no respetan su forma de ser. *"Siempre tenemos problemas en nuestra casa porque no les gusta nuestra música, ni nuestra forma de vestir, en la escuela es menos, pero también hay maestros intolerantes"*.

Ambos grupos coincidieron que hablar de tolerancia no es fácil porque son conceptos muy abstractos y que no es muy común que en la casa o en la escuela se hable de ella. *"Hemos escuchado muchas veces esta palabra, pero hasta donde me acuerdo, nunca nadie me la ha explicado"*. Nuevamente señalaron que esta palabra se

escucha mucho, pero que nunca se explica bien este término, tampoco son palabras que escuchen cotidianamente.

El grupo 2 señaló que conocen la tolerancia a través de la intolerancia porque es más practicada. *"Somos intolerantes, por eso, cuando hablamos de tolerancia decimos que es soportar al otro"*.

Justicia:

El valor de la justicia causó confusiones. Ellos creen que la justicia siempre está del lado de los poderosos. Citaron ejemplos de la justicia *"en manos de los que se supone que son los guardianes del orden y éstos sólo cometen actos de prepotencia y de abuso de poder como son la policía, los soldados, etcétera"*.

El grupo 1 definió a la justicia como una injusticia, nuevamente relacionaron este concepto con *desigualdad, impunidad, corrupción, prepotencia*. Dijeron: *"en México, para variar, la justicia sólo es para los que la pueden comprar, como todo..."*. Citaron el caso de un compañero de ellos que fue atropellado por un *"influyente"*, *"...perdió el semestre porque no pudo caminar como en cuatro meses y como el que lo atropelló era influyente, sus papás no pudieron hacer nada...el diputado les dio como dos mil pesos para que no se la hicieran de tos, lo bueno es que pudo caminar porque imagínate si hubiera quedado parálítico..."*

Como en los valores analizados anteriormente, no se duda de ellos, sino de que el gobierno los lleve a cabo. Tal parece que es el gobierno quien no permite el ejercicio de estos valores, siempre dejan ver las características de un gobierno autoritario y represivo.

El grupo 2 comentó que mientras no exista un gobierno gobernado por el pueblo y para el pueblo, muy difícilmente se puede creer en la ley. *"El problema no es que si existe o no la justicia, es más profundo, tiene que ver con los gobernantes...no es que estemos en contra de la democracia, pero mientras tengamos gobernantes corruptos pues vamos a tener una democracia corrupta"*.

Se les pidió que aportaran una solución a este problema; en esta parte de la sesión se discutió sobre política y políticos y el papel de los ciudadanos en la solución de problemas comunes. A la conclusión que llegó este grupo fue que para

contrarrestar la corrupción y la impunidad los ciudadanos tenemos que ser vigilantes de las prácticas políticas de los gobernantes.

"Yo creo que este es objetivo de la democracia, el permitir que los ciudadanos participen y se integren a equipos de trabajo y estén más al pendiente de sus gobernantes".

Bajo un marco democrático reconocieron que la justicia juega un papel importante porque permite la ejecución de las leyes.

Pluralismo:

Ante el valor del pluralismo, el grupo 1 mostró un total desconocimiento, porque piensan que el pluralismo es el equilibrio entre los tres poderes. Uno de los estudiantes argumentó que no existe pluralismo porque el poder ejecutivo pesa más sobre el poder judicial y el poder legislativo.

Con esta respuesta se tuvo que replantear la pregunta y alguien afirmó que *"pluralismo es el reconocimiento de la diversidad de ideas y doctrinas, pero muchas veces no se respeta esta diversidad, por esta razón no existe el pluralismo en México".* La reacción de los demás integrantes del grupo a esta intervención fue de "choteo", ya que empezaron a hacer comentarios como *"¡oooh!, ¡eh!, ¡huy!, etc".* Se les pidió respeto por su compañero y se les preguntó si no estaban de acuerdo con el comentario, a lo que respondieron que sí, pero que les había sorprendido la respuesta.

Comentaron que la palabra pluralismo es difícil hasta para pronunciarla; este suceso sirvió de ejemplo para que ellos definieran qué es el pluralismo porque alguien dijo: *"no sabía exactamente que el pluralismo es lo de diversidad, pero si entendía que es respetar las ideas diferentes, como ahorita que todos nos cotorreamos al 'Che', sólo porque él sí supo dar una definición de pluralismo, en este caso tenemos que escucharlo y oír su opinión".*

El grupo 2 habló sobre el reconocimiento de las diferencias, dijeron que en México existe el pluralismo por la diversidad de lenguas y culturas que existen, pero que nos cuesta mucho trabajo respetar a los demás. Señalaron que falta más información sobre estos valores en los medios de comunicación.

Se les preguntó que si ellos como jóvenes universitarios practican este valor en su vida cotidiana y respondieron que sí, pero que no estaban seguros si los demás jóvenes también lo practican.

Participación:

El valor de la participación fue el que menos trabajo les costó definir, tal vez porque es el más conocido para ellos.

El grupo 2 opinó que *"en la participación política existe mucho abstencionismo debido a que los partidos políticos dan poca información acerca de sus plataformas y de sus candidatos y, por otro lado, los medios de comunicación deberían ser los responsables de la educación política, pero son muy parciales y les dan más atención a cierto partido"*. También reconocieron que existen otras formas de participar como por ejemplo, las marchas, los plantones, los mítines, *"pero algunas veces son reprimidas por las autoridades"*.

Los jóvenes del grupo 1 argumentaron que no existen foros de participación para ellos, que nunca son escuchados ni tomados en cuenta; los del grupo 2 señalaron que a parte de haber poco interés por participar en la vida política de un país, cuando participan sólo los utilizan, y comentaron que los partidos políticos sólo los toman en cuenta en tiempos electorales.

Se les pidió que ahondaran más en este punto y argumentaron que ellos se dan cuenta entre sus compañeros de clase que a muy pocos les interesa participar políticamente *"porque cuando hay elecciones escolares nadie quiere ir a votar y si alguien hace un comentario de algún partido político o candidato, luego luego te tachan de grilla y revoltosa...yo quise trabajar en el PRI, sólo para saber que pasa dentro de un partido y me pagaban tres pesos, además sólo me ponían a recortar periódicos y repartir propaganda, me di cuenta que a ellos no les importa trabajar con jóvenes; luego fui al PRD y me dijeron que sí necesitaban jóvenes para hacer brigadas, pero sólo nos pagaron dos veces que por falta de presupuesto...cómo quieren que participemos, te digo que cuando hay elecciones entonces sí los jóvenes esto y lo otro..."*.

Se les preguntó a los dos grupos que si practicaban este valor en su vida cotidiana y respondieron que sí, pero no siempre, señalaron que la participación es una cuestión de interés individual. A los jóvenes de nivel medio superior se les

preguntó que si hubiera espacios de participación para ellos los utilizarían y respondieron que sí, y dijeron que con mayor razón, para aprovechar la oportunidad. *"Tú vas a un lugar que te interesa o que te llama la atención, sepas o no, porque si no sabes asistes para aprender, y si sabes pues participas, pero sobre todo yo creo que participas si tienes interés"*.

Conclusiones:

En el grupo 1 se pudo observar que la participación de los hombres fue más intensa que la de las mujeres. Los jóvenes expresaron sus ideas sin temor; en cambio, las mujeres se mostraron muy cohibidas. Los hombres manejaron más información sobre valores democráticos que las mujeres y se mostraron más críticos hacia el gobierno que ellas. Finalmente puntualizaron que *"la práctica de valores debe darse en todos los ámbitos porque todos somos responsables de promoverlos"*.

También argumentaron que en México, los jóvenes no cuentan con espacios donde puedan expresar sus ideas, y mucho menos con foros donde sean escuchados, creen que a esto se debe su apatía hacia los asuntos relacionados con política, pues nunca tienen la oportunidad de debatir estos temas con otros jóvenes y tampoco son escuchados; por otra parte reconocieron que la política no les interesa del todo.

El grupo 2 se mostró muy interesado con todo lo relacionado a la política y a los valores democráticos, pero su mayor preocupación fue la falta de empleos y oportunidades que da el gobierno, antes de participar en política les preocupa más qué harán cuando salgan de la universidad. En este grupo participaron por igual hombres y mujeres.

El grupo 1 consideró de suma importancia la divulgación de los valores democráticos a toda la población, porque suponen que mucha gente no tiene información al respecto. Por otro lado sugirieron que la difusión se haga a través de mensajes en radio y televisión, señalaron que si esta información se difunde a través de libros o folletos nadie los leería. Se les preguntó que si a ellos les gustaba leer y respondieron, no muy convencidos, que sí, aunque reconocieron que

"leer da flojera". Por otro lado, propusieron hacer juegos o libros con un diseño atractivo para difundir los valores democráticos entre los jóvenes.

Para los jóvenes del grupo 2 también es importante la divulgación de los valores democráticos entre la población, aunque ellos sugirieron que esta difusión tendrá que darse desde la escuela primaria y secundaria; propusieron también que sea a través de spots de radio y televisión, de historietas y de carteles, pues coincidieron con el otro grupo que es muy difícil que lean.

b) Grupo de enfoque aplicado por Berumen y Asociados

El reporte de los siguientes grupos de enfoque no estarán tan detallados como los anteriores, ya que en algunos de ellos participé sólo como observadora; presentaré la información como un reporte ejecutivo, el cual sintetiza la información destacando lo más importante.

En 1994 Berumen y Asociados realizó varios grupos de enfoque con hombres y mujeres de 17 a 24 y de 25 a 35 años de edad, en varias ciudades del interior de la República, con el fin de conocer qué opinión tienen sobre el IFE y las elecciones. La percepción de los jóvenes fue la siguiente:

En Acapulco Guerrero, hombres y mujeres de 17 a 24 años señalaron que el IFE es una institución creada con la intención de que se hable bien del gobierno, más no para darle servicio a la ciudadanía. De hecho no creen en el interés del gobierno por informar a la sociedad.

En la Cd. De México existe la idea, entre jóvenes de 17 a 24 años, que falta honestidad en esta Institución, de que hay encubrimiento y dudas sobre el trabajo del IFE y lo relacionan con el PRI y con el gobierno. Sin embargo, para mujeres de 25 a 35 años, el IFE tiene buena imagen y creen que el proceso electoral de 1994 fue transparente y limpio, no pusieron en duda la integridad del IFE y consideraron que la vigilancia y la participación ciudadana ayudaron a lograr unas elecciones pacíficas y confiables; en cambio para hombres con el mismo rango de edad, existen dudas sobre la integridad y honestidad del IFE y relacionan a esta institución con el gobierno y con el PRI, creen que el fraude no se hizo en las casillas sino dentro del IFE.

Curiosamente, este grupo de hombres señaló que su principal fuente de información son periódicos, revistas, radio y televisión, mientras que las mujeres dijeron que su principal fuente informativa es la televisión.

c) Grupo de enfoque aplicado por Pulso Mercadológico

En 1994, Pulso Mercadológico realizó cinco grupos de enfoque con un total de 108 jóvenes entre los 17 y 35 años de edad en Oaxaca, Puebla, Monterrey y Distrito Federal. El estudio de esta empresa detectó una ignorancia alarmante en temas cívico-políticos, la gente sugirió que se produzcan carteles que informen de las atribuciones y funciones de los políticos como son senadores, diputados y gobernadores, y que el IFE tenga un *slogan* permanente para que la gente lo identifique; esta sugerencia surgió a partir del desconocimiento casi total que tuvieron los integrantes de los grupos focales sobre el Instituto Federal Electoral y por la poca información que tienen al momento de votar, ya que la mayoría de las veces saben que votarán por "x" o "y" partido político, pero desconocen las funciones que desempeñan los diputados y senadores, pues con trabajos saben las funciones del presidente y gobernadores.

Por otra parte, el reporte de esta empresa señala que los jóvenes no se reconocen con una responsabilidad cívico-político porque creen que en este campo no hay mucho que hacer ni qué decir, para ello se recomienda insistir y darle sentido más profundo al deber cívico ciudadano para concientizar a los jóvenes que su participación en los procesos electorales es muy importante ya sea como funcionarios de casilla o como electores; y por otra parte, señalarles que como jóvenes ciudadanos tienen la obligación de exigir y hacer valer sus derechos.

d) Grupo de enfoque aplicado por EIKON

En agosto de 1996, la empresa EIKON realizó cinco grupos de enfoque con un total de 50 participantes entre los 16 y 24 años de edad. Los tópicos a tratar en este grupo fueron democracia, valores democráticos y la percepción del Instituto Federal Electoral, los resultados fueron los siguientes:

* Mensaje publicitario conciso, expresado en forma rítmica y aritmética.

Democracia:

En general, a los cinco grupos se les dificultó dar un concepto de democracia. Sin embargo, para los dos grupos de hombres fue más fácil manejar este concepto que para los grupos de mujeres; relacionaron la democracia con libertad de expresión y respeto a la voluntad del pueblo.

El grupo de hombres estudiantes relacionó a la democracia con gobierno, libertad, legalidad, pero no pudieron dar una definición; sin embargo dijeron creer en la democracia y en su existencia, señalaron: que *"en México si hay democracia porque votamos y hay libertad de expresión"*.

El único grupo que se hizo con amas de casa mostró un total desconocimiento hacia este tópico, una persona señaló que *democracia es "alguien muy culto"*. A pesar de que han escuchado la palabra democracia, no supieron explicar su significado, pero si la relacionaron con cuestiones políticas. A las amas de casa se les preguntó si a ellas les interesa la política y respondieron que no, el argumento más común entre todas fue la falta de tiempo, la poca información que tienen sobre el tema y la falta de interés, porque aunque tuvieran tiempo tampoco participarían.

"Eso de la política es mucha pérdida de tiempo, tanto que alegan ¿para qué?, para nada...". Sienten la democracia fuera de su vida cotidiana y la consideran como muy elitista. A diferencia del otro grupo de mujeres, las amas de casa relacionan todo con sus hijos y su hogar, como que para ellas la familia es lo más importante.

En los dos grupo de mujeres, la mayoría de ellas trabajaba y el resto estaban desempleadas, sólo cinco de veinte estudiaron la preparatoria. Un grupo manifestó que no existe la democracia, *"será en otros países pero aquí para nada"*, cuando se les pidió que argumentaran más esta afirmación dijeron que esto se ve claramente en la televisión. *"Cuando ves por ejemplo una serie norteamericana te das cuenta que viven de otra forma, su ropa y sus casas son totalmente diferentes, incluso cuando ves las noticias, en México sólo hablan de fraudes, robos y asesinatos"*.

En el otro grupo de mujeres la actitud de éstas fue más positiva, aunque señalaron que *"es muy difícil hablar de democracia cuando no hay trabajo y tienes que ayudar a la familia...pero la democracia es importante porque resuelve problemas, parece*

que sí...". Cuando se les preguntó si relacionaban la democracia con su vida cotidiana no supieron responder, incluso una participante dijo tener muchos problemas "...en la vida cotidiana nunca faltan los pleitos con el novio o con tus papás, hasta con el jefe por llegar tarde al trabajo, pero no sé si esto es parte de la democracia".

Cuatro de cinco grupos coincidieron que en México no hay democracia.

Imagen del IFE:

Los tres grupos de mujeres desconocían la labor del IFE, pero intuyeron que se relaciona con la organización de las elecciones. Los hombres lo identificaron con la organización de las elecciones y sabían que está integrado por la representación de los partidos políticos. Sin embargo, tanto hombres como mujeres relacionaron al IFE con el PRI, aunque algunas mujeres le atribuyeron al IFE las funciones del INEGI.

Valores democráticos:

En general, los cinco grupos tuvieron idea de algunos valores democráticos, pero los relacionaron más con su vida cotidiana que con aspectos sociales y políticos. El valor de la participación fue el más importante y el más practicado.

El pluralismo lo entendieron como el reconocimiento a la diferencia, relacionaron este valor con el respeto y la tolerancia para escuchar a los demás. Los integrantes de los cinco grupos tuvieron noción de este valor y antes ya lo habían escuchado.

Sobre el tópico de tolerancia coincidieron que el gobierno no es tolerante con el pueblo. Tanto hombres como mujeres se quejaron de la intolerancia del gobierno, las mujeres señalaron que el gobierno es intolerante con los precios de la carne y la leche, mientras que los jóvenes dijeron "el gobierno no respeta la forma de ser y de pensar del pueblo, pero si quieren que nosotros le aguantemos todo, el desempleo, el alza al transporte público".

Se les pidió que dieran una definición de tolerancia y todos coincidieron que tolerancia es "aguantarte", "soportar", "tolerar". Cuando se les preguntó si practicaban este valor en su vida cotidiana respondieron que "a veces". Las amas de casa reconocieron que muchas veces "no se tiene paciencia con los hijos", los demás argumentaron que "cuando se es tolerante abusan de uno".

Ninguno de los integrantes de los cinco grupos relacionó este valor con el respeto a los que son diferentes, ni el derecho de escuchar y ser escuchado.

En cuanto a la participación, lo sienten más cercano a su vida cotidiana, le dieron mucha importancia a la acción de participar, colaborar y ayudar; en general para los cinco grupos este concepto fue claro y coincidieron que es importante participar pero que es algo muy difícil de lograr porque el gobierno no motiva la participación. Todos aceptaron que han participado más de una vez en su vida, ya sea en la escuela, en el trabajo y en su comunidad.

De todos los valores democráticos este es el que más practican en su vida cotidiana, cuando se les pidió que dieran su opinión de por qué es importante practicar los valores democráticos señalaron que "aunque no se practiquen todos los valores, tenemos que reconocer que son importantes para vivir democráticamente", y señalaron que "se practican más los valores que nos benefician, como el de la participación porque cuando hay un problema de agua o luz, si no nos unimos y nos organizamos, las únicas afectadas somos nosotras".

e) Observaciones generales de los grupos de enfoque

En casi todos los grupos de enfoque que se han aplicado para la Dirección de Educación Cívica y Cultura Política, el objetivo primordial ha sido la evaluación de materiales de divulgación de cultura política como carteles, cuadernos, spots de radio y televisión que elabora esta Dirección.

En general, la experiencia que han dejado estos grupos es que en México, la población entre clase media y clase baja, no tiene acceso a información relacionada con cultura política, sus principales medios de información son radio y televisión. A pesar que en muchos casos los participantes en estos grupos desconocían la labor del IFE, no así la función de la política, saben que política es gobernar, dirigir y

organizar, pero la conciben en un sentido negativo ya que está relacionada a gobierno, y gobierno lo relacionan con impunidad y corrupción.

Otra cosa que pude ver (en mi calidad de observadora, en la mayor parte de estos grupos) es que a los jóvenes les cuesta mucho trabajo expresarse, y esto va de la mano con su baja autoestima, pues no se consideran los protagonistas de su sistema político, creen que no pueden hacer mucho por su país, se sienten engañados y rechazados por éste. La percepción del sistema político es de un sistema dominante y autoritario.

En cuanto a los valores democráticos, muy pocos confían en la democracia como un sistema de gobierno que les permita vivir mejor porque la asocian con desempleo y desigualdad. A los jóvenes les afecta el desempleo y la falta de oportunidades para sobresalir; la mayoría coincide que en México la democracia no se practica como tal, sienten que en México existe sólo por el ejercicio del voto, pero les cuesta trabajo definir qué tipo de democracia tenemos, hubo grupos que perciben que la democracia no está al alcance de todos, curiosamente relacionan democracia con poder, porque no hay igualdad, porque no se aplica la justicia, porque no hay libertad, y porque la tolerancia y el pluralismo no se respetan por parte del gobierno.

La noción que tienen los jóvenes sobre los valores democráticos está muy contextualizada a su vida cotidiana, pero no a una práctica real y total de estos en la sociedad. Para ellos son conceptos muy abstractos y los más conocidos son participación, respeto, libertad e igualdad, aunque estos dos últimos son muy difíciles de expresar.

Para conocer más qué piensan los jóvenes sobre su entorno político, me gustaría citar casi íntegro un artículo que publicó la antropóloga y periodista Anna M. Fernández Poncela, con el título "Hacia una nueva cultura política juvenil":

"(...) vamos a revisar en este artículo algunos de los aspectos más destacados sobre las actitudes, percepciones y opiniones de la juventud mexicana de hoy en relación con la política, fundamentalmente a través de los datos de una encuesta nacional aplicada en 1996, y de dos encuestas, una de la UAM (Xochimilco) y otra en al Ibero (D.F) realizadas las tres por quien escribe; con la calma y perspectiva que proporcionan las épocas no electorales,

y con la objetividad de encuestas más profundas que las meramente elaboradas en medio de campañas políticas y presiones de tiempo.

"En primer lugar, y en relación con interés sobre la política, los jóvenes según la encuesta nacional -de 18 a 25 años- 10% por ciento estaban interesados, 28 por ciento regular, 38 por ciento poco y 24 por ciento nada interesados, comparando dichos porcentajes con la población total de dicha encuesta, las cifras no eran muy diferentes, excepto quizás en la respuesta nada donde había doce puntos porcentuales más para la población en general que para los jóvenes, lo que significa un interés hacia la política más alto en estos últimos. Ahora pasamos a los datos de los estudiantes universitarios -teniendo presente que no se trata de todos los jóvenes sino de un segmento de los mismos- las cifras son mucho más elevadas a las anteriores. Así, los de la UAM están muy interesados 12 por ciento y los de la Ibero 15 por ciento, y en contraste casi nadie dijo estar nada interesado en política mientras en la encuesta nacional casi un cuarto de la población suscribía dicha opción. Tendencias similares ofrecen las respuestas sobre la información y el hablar de política, donde los jóvenes universitarios conversan más y se informan más que la juventud del país en general.

"En segundo lugar, la afiliación política entre los jóvenes es baja, como baja es la de la población en general, más justificada la primera por lógicas razones de edad. Por ejemplo, sólo 11 por ciento de estudiantes de la UAM dijeron pertenecer a alguna asociación política -partido, sindicato o asociación civil- y 8 por ciento de los de la Ibero (...)

"En tercer lugar se les interrogó sobre el respeto y la importancia del voto. A lo cual según datos de la encuesta nacional 69 por ciento de jóvenes creen que no hay limpieza electoral, algo más que el porcentaje obtenido a esa misma respuesta pero para la población en general (...) los de la UAM piensan 88 por ciento que el voto no se respeta y los de la Ibero 64 por ciento lo mismo, es decir los estudiantes son aún más desconfiados que los jóvenes del país en general que a su vez lo son también en mayor proporción que la población en general. Sin embargo, y pese a esto, un tercio de los jóvenes mexicanos creen que el voto es muy importante y más de un cuarto que es importante, mientras que los universitarios uameros elevan la cifra de muy importante a 66 por ciento y los de la Ibero 53 por ciento. Lo cual significa que los estudiantes a pesar que desconfían más en la limpieza del proceso electoral, son los que más remarcan la importancia del ejercicio del derecho ciudadano al sufragio.

"Como conclusión podemos decir que los jóvenes en general, y los estudiantes en particular, presentan la agudización de determinadas tendencias sobre sus apreciaciones y conductas políticas. Lo más destacado es que están mucho más interesados en la política, y que a pesar de su creencia en el fraude electoral consideran el voto más importante que el resto de la ciudadanía del país.

"Todo lo cual conduce a imaginar las posibilidades de desarrollo de una nueva cultura política".⁷⁶

De acuerdo a la información proporcionada por la encuesta anterior, podemos clasificar la información de la siguiente manera:

Tópicos	Jóvenes (UAM)	Jóvenes (Ibero)	Jóvenes en general
1.- Interesados en la política.	12%	15%	9%
2- Nada interesados en la política.	0%	0%	24%
3.- Afiliación política.	11%	8%	no proporciona datos
4.- Respeto e importancia del voto	88% piensa que el voto no se respeta	64% piensa que el voto no se respeta	69% contestó que no hay limpieza electoral

⁷⁶ Anna M. Fernández Poncela, "Hacia una nueva cultura política juvenil", en *El Nacional*, 2 de junio de 1997, p. 9.

(Las encuestas universitarias cuentan con 500 casos cada una y la nacional se aplicó en 19 estados de la República y en el D.F., y cuenta con mil 200 casos.)

A partir de los resultados de los grupos de enfoque, lo más común sería elaborar mensajes sobre valores democráticos para público general y una pauta de medios que abarque las estaciones con mayor *rating*, pero como se ha visto a lo largo de esta investigación, en este país muy poca gente cuenta con una cultura política democrática, la mayoría ni siquiera sabe qué es y, por otro lado, la información sobre los valores democráticos entre los ciudadanos es mínima, y para enseñarlos, habrá que hablarles con mensajes claros y directos, pero sobre todo donde cada perfil de radioescuchas se identifique con ellos. No va a ser igual un mensaje para una ama de casa que para un joven o un padre de familia.

3.4. Diseño de una Estrategia piloto para el Distrito Federal

Para poder difundir masivamente los valores democráticos, se requiere de una basta producción de "productos comunicativos", tales como *spots* y cápsulas informativas, y sobre todo, de la colaboración de los líderes y formadores de opinión, debido al impacto que estos tienen, por su credibilidad, entre el público.

Una campaña de comunicación es el proceso a través del cual se genera la información y se difunde; también se esperan resultados concretos al planear una campaña, como por ejemplo que el mensaje emitido produzca una o varias reacciones entre el público receptor. El mensaje puede ser un producto o un discurso, para ambos se esperan reacciones. En este caso se puede decir que son mensajes intencionados. Las campañas son procesos de difusión/información dirigidos intencionalmente con el objeto de que un determinado público conozca lo que cierto grupo de emisores sociales o comunicativos quiera transmitir.

"Una campaña es el conjunto de actividades dirigidas deliberadamente a conseguir que un determinado grupo de la población conozca y asuma ciertas valoraciones, juicios, interpretaciones o comportamientos en relación a un producto o una ideología, que ciertos grupos de emisores sociales y comunicativos consideran necesarios para la reproducción/producción del espacio social. En síntesis la campaña es un proceso técnico que implica hacer acciones y difundir esas acciones, donde intervienen una serie de agentes

* Índice de sintonía o porcentaje de hogares con televisor o radio en un área específica que sintonizan un programa.

* Mensaje publicitario en radio o televisión.

sociales que a partir de ciertos objetivos planearán una estrategia, esto es, una serie de acciones sistemáticas, programadas y planificadas".⁷⁷

Las campañas se conforman de estrategias, con el crecimiento de los medios de comunicación, y con la competencia publicitaria que éstos generan entre sí, es importante construir nuevos modelos y nuevas estrategias de comunicación que satisfagan las necesidades informativas y comunicativas de la sociedad.

3.4.1. Objetivos y Alcances

Para el diseño piloto de esta estrategia de difusión se proponen spots de radio y se pretende que los mensajes informen e influyan indirectamente en las actitudes, creencias y prácticas políticas de los jóvenes, para que sepan tomar decisiones en la vida política del país y comprendan que la política es una forma de organizarse para convivir socialmente.

A través de los spots se conocerán los valores democráticos que les permitirán tener una visión más amplia y confiable de su ámbito político.

El diseño de esta estrategia de difusión pretende darle un uso diferente a la radio comercial, ya que ésta no sólo servirá de entretenimiento y medio de ventas, sino que se espera que a través de spots, se pueda influenciar a la población juvenil en la importancia de practicar los valores democráticos y de la democracia como una forma de vida que nos permita vivir con respeto y legalidad.

Con esta estrategia no se pretende cambiar la actitud de los jóvenes, pues ello requiere de un trabajo de socialización y concientización que se tiene que dar desde la escuela y la familia, por ser estos los ámbitos de aprendizaje del ser humano, desde la infancia. Lo que sí se busca es influir en los jóvenes a través de una serie de mensajes emitidos en un tiempo determinado para que puedan reconocer que la tolerancia, la participación, el pluralismo, la legalidad y el diálogo son valores que se practican cotidianamente y que el manejo y/o el uso que les demos, nos permitirán vivir democráticamente, de tal forma que si estos no son

⁷⁷ Arellano, Enrique, "La estrategia de comunicación como un principio de integración /interacción dentro de las organizaciones", en *Ensayos de Comunicación Organizacional*. Colegio de Educación y Comunicación, Cuaderno de Trabajo No. 1, ENEP Campus Acatlán, p. 48, 1997.

respetados o son ignorados, estaremos más alejados de practicar la democracia. Esta estrategia pretende influir en una formación en valores.

El diseño de la estrategia pretende reforzar algunos conceptos que le permitan al joven radioescucha ahondar más en su concepción sobre los valores democráticos o, en su defecto, mostrar estos conceptos tal vez por primera vez.

Este proyecto es un cuanto ambicioso porque supone el interés e involucramiento tanto de los jóvenes como de las instituciones sociales y políticas. Estará dirigido exclusivamente para jóvenes radioescuchas del Distrito Federal, se pensó en población juvenil por ser éstos los futuros ciudadanos que se incorporarán a una vida políticamente activa, porque son el sector más persuasivo, el más propositivo y el más numeroso, en cuanto a número de electores.

Será un proyecto piloto en el Distrito Federal y después de evaluar los efectos producidos entre el público objetivo, se implementará en todo el país.

3.4.2. Elementos para una Estrategia

Una estrategia es el soporte técnico de una campaña, la cual requiere de una metodología para desarrollar acciones.

Para esta estrategia se tendrá que considerar que los mensajes en radio son los más efímeros, por lo tanto, se necesita de un alto nivel de reiteración, por medio de diversas versiones de spots y de un gran número de impactos por día; para lo cual se pretende elaborar una pauta de medios con un criterio de selección a partir del rating y de una evaluación de las estaciones radiofónicas que mayor impacto y penetración puedan ofrecer a una campaña de difusión de la cultura política, poniendo énfasis en los valores democráticos.

La pauta de radio se seleccionó a partir de información proporcionada por la empresa Nilsen, que se encarga de hacer estudios para medir el rating y el impacto

* Grado de impresión logrado en la conciencia del radioescucha o televidente por la duración del anuncio o contenido del mensaje. Se mide a partir de estudios de opinión o encuestas, en torno al producto.

de los mensajes. Las radiodifusoras se seleccionaron a partir del tipo de audiencia y programación, que en este caso se enfoca a jóvenes.

En esta estrategia se sugieren dos tipos de comunicación que Martín Serrano reconoce como comunicación tecnológica y por asamblea; para las dos primeras etapas de la campaña se utilizará el tipo comunicación tecnológica, donde una persona difunde la información a los integrantes de una comunidad, y para la tercera etapa, se utilizará la comunicación por asamblea, en donde los integrantes de una comunidad se reúnen para intercambiar información. En este tipo de comunicación los actores comunicantes son escogidos para dirigirse a los demás.

La estrategia planteada en esta campaña pretende ser expansiva, con el objeto de generar interacciones en los actores, es decir que durante seis meses continuos los jóvenes escucharán mensajes relacionados con los valores democráticos, en un contexto cotidiano, muy familiar a ellos.

Se pensó en seis meses por considerar que es un proyecto piloto y que este será el tiempo suficiente para que los jóvenes se sensibilicen al tipo de mensajes de cultura política y, pensando en aquellos jóvenes que esporádicamente escuchan radio; por otra parte hay que tomar en cuenta que en esta campaña se convocará al "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia".

La estrategia está diseñada en tres etapas, cada etapa tendrá un periodo de dos meses, con un total de 23 versiones de spots de 30 segundos cada uno, los cuales tendrán una estructura narrativa dirigida a jóvenes.

Después de este tiempo, el Instituto Federal Electoral junto con otras instituciones, convocarán a los jóvenes radioescuchas, a través de las emisoras de radio seleccionadas en un plan de medios, al "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia", que consiste en que jóvenes del Distrito Federal, escolarizados o no, organicen este Encuentro y sean ellos quienes decidan de qué quieren hablar.

Los temas serán libres, por ejemplo, cultura, rock, artes plásticas, cultura política, etcétera, y tendrán que estar relacionados con los valores de la democracia como son: pluralismo, tolerancia, diálogo, legalidad, libertad, paz, igualdad, participación, respeto y justicia.

El Encuentro tendrá como objetivo abrir espacios de participación para jóvenes y sensibilizarlos en la importancia que tienen los valores de la cultura democrática en su vida cotidiana; en este foro ellos darán a conocer cuáles son sus inquietudes e intereses para la construcción de una nueva cultura política democrática.

Pensé en la realización de este evento porque a lo largo de los grupos de enfoque, los jóvenes manifestaron su inconformidad de que en México no hay espacios de expresión para ellos, que nunca se toma en cuenta su opinión y que tampoco se les escucha. Este Encuentro comprobará si efectivamente ellos están interesados en participar y en que se escuche su voz.

3.4.2.1. Población Destino

El Distrito Federal tiene una población de 8'489,007 (censo poblacional de 1995), el 25.36% de la población tiene entre 18 y 29 años de edad, sin contar a los jóvenes de 13 a 17 años de edad.

La población destino de esta campaña es un poco compleja, más aún si consideramos que los jóvenes no confían en la política, porque la experiencia les ha demostrado que la política tampoco confía en ellos.

Cómo definirles a los jóvenes: "una democracia a la mexicana" cuando existe la pobreza, el desempleo, el analfabetismo. Cómo decirles que hay democracia cuando, por sobre todas las cosas, nos sigue dominando la corrupción, la violencia y la impunidad. Es difícil reconocer que existe la democracia, pero no se puede negar. Así es "nuestra democracia a la mexicana", a medias e incompleta, diferente a la que en teoría he mencionado a lo largo de esta tesis; pero existe, con sus peculiaridades y carencias.

Nuestra democracia es híbrida, retoma características de la democracia moderna como son las elecciones, la libertad de expresión, el surgimiento de la sociedad civil y la creación de organizaciones no gubernamentales; vivimos bajo un marco legal que rige nuestras normas, así como nuestros derechos y obligaciones, ante la ley todos los ciudadanos somos iguales. Se respetan nuestras ideas, se

vive un clima de paz, entre comillas, por los conflictos armados latentes en la sierra del sureste mexicano.

Por otro lado, tenemos un sistema autoritario, donde todavía el gobierno toma decisiones sin consultar al pueblo, donde la ley no se aplica igual para todos los ciudadanos, donde un grupo en el poder sigue manejando las políticas públicas y donde por sobre todas las cosas se sigue dando el compadrazgo.

Los puestos de elección popular se deciden entre grupos de poder y se asignan a personas cercanas a ese grupo, independientemente del partido político al que pertenezcan. Pero así es nuestra "democracia a la mexicana", por eso durante años hemos escuchado tantas veces que vivimos en un proceso de transición, porque nuestra democracia es débil.

Haciendo un ejercicio de imaginación, intentaré expresar el sentir de muchos jóvenes sobre esta tan temida, anhelada y criticada democracia, a manera de justificación de por qué una campaña de comunicación dirigida sólo a jóvenes.

Hablan los jóvenes:

¿Cómo asegurar que México es un país democrático, quién nos dice que hemos alcanzado la excelencia democrática y que estamos listos para estrenarla?, ¿quién?, ¿los políticos?, ¿los gobernantes?, ¿los dirigentes partidistas?, ¿los diputados?, ¿los resultados electorales?, ¿la credencial de elector?, ¿los líderes de opinión?, ¿la impunidad?, ¿la corrupción?, ¿la violación a los derechos humanos?, ¿el IFE?, ¿quién?

Porque a nosotros, la realidad nos dice que estamos equivocados, que hemos vivido engañados, que en qué mundo vivimos, ¿acaso no nos hemos dado cuenta que esto es México?, que así se conjugan todos estos paradigmas, ¡que claro que existe la democracia!, aunque no la conozcamos, pues si no ¿cómo? Sólo en este país tan híbrido y surrealista se le puede llamar a todo esto democracia, si no entonces ¿para qué la existencia de la legalidad, para qué la ciudadanía del IFE y la organización de las elecciones confiables?

La democracia está presente en muchos ideales políticos y civiles, porque en la práctica es una forma de gobierno autoritaria y clasista, una democracia frágil, pero los calificativos que a ésta se le pongan ya es otra cosa, pero de que es democracia ni quien lo dude. Pues ¡cómo no! Tanto la hemos traído de arriba para abajo que apenas y la reconocemos, por eso hay que estudiarla y entenderla, practicarla y defenderla, porque sólo ella nos salvará de tanto vicio de nuestro sistema político.

Si no reconociéramos que existe la democracia, sería como aceptar que los otros decidan por nosotros, que somos incompetentes para participar y ayudar a nuestro país y, aunque nos cueste trabajo reconocerla, aceptamos su existencia, que no es una democracia real y equitativa, es cierto. No es la democracia que necesitamos como nación, pero estamos en un proceso de consolidación democrática.

Desde mi punto de vista, hay mucha gente e instituciones interesadas en democratizar al país, y no son precisamente las instituciones gubernamentales, pero no podemos seguir echándonos la bolita. Vivimos una época de transición y cambio, y la democracia no se construye de la noche a la mañana, por eso es importante educar en y para la democracia, para llegar a ella no basta con conocerla y desearla, hay que aprehenderla y aprenderla.

Se trata de aprender sobre la marcha, de formar ciudadanos conscientes de la necesidad de conformar un país democrático, de integrarnos al proyecto democratizador y entonces sí, entre todos, decidir el destino de nuestra nación. Sólo en la democracia es que podremos alcanzar nuestra igualdad política, aunque nuestras profesiones y clases sociales no sean las mismas; comprender que a través de las demandas sociales y de la vigilancia de los procesos electorales combatiremos la ilegalidad.

Se pretende sensibilizar a la población, informarla y formarla, darle un voto de confianza e involucrarla en este proceso, en el cual nos hemos estancado por años. A medida que nos exijamos ser un país democrático y participemos en los asuntos públicos, es como aprenderemos y construiremos la democracia, si no participamos y no nos involucramos podemos seguir viviendo engañados de vivir en una democracia.

Que no nos sorprendan ni nos confundan con la idea de que al tener derechos y obligaciones ciudadanas ya somos democráticos, porque las reglas del juego son otras, totalmente diferentes a lo que por ley nos pertenece. ¿Y qué con la mayoría de la que habla Giovanni Sartori si aquí nuestra mayoría se reduce a un grupo dominante que excluye a las minorías porque son pobres, y a parte de todo ignorantes?

Mientras el pueblo no esté informado y sea tomado en cuenta, no sólo para votar, sino como ciudadanos copartícipes en la construcción de las decisiones, no podemos hablar de la existencia total de la democracia y existirá sólo para unos cuantos. ¿Por qué hacer de la democracia una utopía cuando la podemos hacer una forma de vida? Al fin y al cabo se vale hacer nuestra propia democracia ¿no? Una democracia a la mexicana, si para eso los mexicanos nos pintamos solos, para creer y crear.

Después de esto no queda ninguna duda de la importancia de una estrategia de difusión de cultura política democrática, ¿o sí?

3.4.2.2. Discursos propuestos para integrarse a la dinámica de los mensajes

A partir de los resultados de los grupos de enfoque, comentados anteriormente, retomé los aspectos más importantes para la elaboración de mensajes para esta estrategia como los siguientes:

- Señalarles a los jóvenes ciudadanos que ellos son los actores principales en la democracia y que en las elecciones se necesita de su voto para elegir entre todos a los gobernantes.
- Motivarlos a votar, hacerles ver que un voto razonado implica estar informado y convencido de las propuestas de los partidos políticos, que a través del voto se ensaya un sistema de gobierno impuesto por la mayoría.
- Hacerles ver que la política debe ser concebida como una competencia pacífica entre adversarios, y nunca como una lucha entre enemigos irreconciliables.

- Transmitir la idea de que la política es el espacio adecuado para ventilar y dirimir diferencias.
- Situar a la democracia en su justa medida y ayudar a fortalecer la confianza y credibilidad hacia las instituciones.
- Señalar que la democracia sirve para evaluar y sancionar las acciones de los gobernantes, pero no funciona como una "varita mágica" para la solución de los problemas.
- Reforzar la idea de que cumplir la ley es el único camino que tiene una sociedad para ofrecer seguridad y certidumbre a los individuos que la integran.
- Es indispensable fortalecer la credibilidad y confianza de los ciudadanos hacia las leyes, ya que son ellas las que garantizan la existencia y expresión de la pluralidad.
- Darles argumentos para que participen, esto puede ser de una forma indirecta en donde un ciudadano escuche que otro ciudadano se queja del sistema político y el otro le dará motivos de por qué es importante la participación y la organización entre los ciudadanos.
- Otra propuesta es la elaboración de mensajes comparativos ya sea con gráficas de barras y/o de pastel con los porcentajes de participación en varios países, por ejemplo, señalar que somos el quinto país que realiza elecciones democráticas en Latinoamérica, o comparar los índices de participación con los de otros años.
- Se sugieren también mensajes cortos, claros, en donde no se mezclen varios temas y para atraer la atención de los jóvenes, se recomienda utilizar escenas cotidianas, familiares a ellos.
- Señalarles la importancia de difundir los valores democráticos, con un lenguaje accesible porque la mayoría de los jóvenes desconoce estos términos aunque sí reconocen la presencia de estos en el ámbito social.

- La redundancia de los mensajes permitirá que los receptores se familiaricen con los valores democráticos.
- En todos los casos se sugieren situaciones creíbles.
- Contextualizar los valores democráticos con su vida cotidiana y con temas de interés para los jóvenes, sin dejar a un lado el sentido político.

Los contenidos de estos spots serán valores y símbolos referentes al campo de la política socializados entre la población. Los valores a difundir serán tolerancia, pluralismo, participación, libertad y diálogo, con el fin de que establezcan parámetros de conducta para vivir civilizadamente.

Los mensajes deberán incluir los rasgos que describen nuestra cultura política como paternalismo, apatía ciudadana, desconfianza, ignorancia política, no participación e individualismo.

3.4.2.3. Medios de comunicación seleccionados a partir de la calidad y cantidad de información

La idea de difundir mensajes para públicos focalizados en radio es porque la gente sintoniza solamente aquellas estaciones de su preferencia, donde transmiten los mensajes que quieren oír, y por otra parte, hay radioescuchas exploradores y ociosos que cambian de estación por curiosidad o para buscar una canción o un programa de su interés, aunque la mayoría de las estaciones tienen un público cautivo.

Se pensó en la radio, por ser el medio de difusión que mayor alcance tiene tanto para jóvenes como para la población en general, y porque es el más práctico y el más económico. "La radio es el único medio de comunicación que es imposible detener. Es el único medio que llega instantáneamente a todo el planeta y que puede transmitir un mensaje desde un país a otro. Combinadas estas características de la radio, le aseguran un papel indispensable en las comunicaciones internacionales y le confieren prioridad como el arma más poderosa de la propaganda internacional".⁷⁸

⁷⁸ Hale, Julian. *La radio como arma política*, Gustavo Gili, Barcelona, 1979, p. 11.

Afortunadamente, la radio cuenta con una variedad de líderes de opinión, clasificados tanto para públicos focalizados como genéricos, esto quiere decir que hay estaciones con perfiles específicos como son jóvenes, amas de casa, universitarios y público general.

La radio, al igual que la televisión, son, por excelencia los dos medios de comunicación masiva más oportunos, eficaces y eficientes, sin embargo el éxito o fracaso de una estrategia de comunicación depende en gran medida de la logística publicitaria que se diseñe y de la selección correcta del público al que deseamos informar, para posteriormente colocar los mensajes deseados en los tiempos comerciales y estaciones radiofónicas adecuadas al público que queramos impactar.

Posteriormente se debe establecer la frecuencia de las veces en que un radioescucha debe escuchar el mensaje para que permanezca en su mente y sea asimilado con claridad y precisión. El número de impactos debe ser el suficiente para la retención del mensaje, sin afán de saturar al público para no fastidiarlo y entonces, provocar su total rechazo del mensaje.

“De acuerdo con un estudio realizado por CIRT (Cámara de la Industria de Radio y Televisión) en 1996 relacionado con hábitos y consumos de los radioescuchas de la República Mexicana, con los datos del INEGI y diversos artículos publicados por la revista *El Universo de la Radio*, de otoño de 1996 encontramos que:

En la República Mexicana existen alrededor de 76, 867, 163 radioescuchas, los cuales se encuentran distribuidos en un total de 15,218,821 radiohogares. Cabe aclarar que estas cantidades no son mutuamente excluyentes entre los televidentes y los telehogares ya que alrededor de 49,567,900 miembros de la población son tanto radioescuchas como televidentes.

En el Distrito Federal existen 1,699,712 radio hogares con un total de 7,823,957 radioescuchas.

El 56% de la población masculina escucha radio un promedio de 2.3 horas al día y el 59% de la población femenina lo escucha en un promedio de de 2.8 horas diarias, sin embargo difícilmente estas horas son de continuo y de manera

programada, sino que en la mayoría de los casos son meramente circunstanciales y se llevan a cabo en el automóvil en un 73% de las ocasiones, considerando como automóvil también los elementos de transporte público, uno de los resultados de este fenómeno es que en una encuesta realizada por la revista *El Universo de la Radio* entre 400 individuos tan sólo un 2.4% de los entrevistados mencionó un programa de radio en especial. La población que más escucha radio son los jóvenes entre los 15 y 19 años conformando el 66% del total de la audiencia.

El 64% de las personas mayores de 15 años opina que los anuncios radiofónicos contribuyen de manera importante en sus decisiones de compra y diversas acciones".

Tomando en cuenta que la radio es el medio para transmitir el mensaje y que cuenta con diversas estructuras narrativas, para esta campaña se utilizará el formato que en publicidad se conoce como *spot*; "(...) el *spot* de radio se usa a menudo para construir la frecuencia de una campaña que se dirige localmente en otros medios o para llegar a segmentos demográficos específicos. Un anunciante puede moverse rápido con el *spot* de radio(...)"⁷⁹.

La ventaja de utilizar *spots* es que su formato permite que los mensajes sean claros y directos, lo cual quiere decir que en poco tiempo y con pocas palabras se tiene que ir informando al radioescucha, sin saturarlo de información. Estos *spots* se difunden en estaciones seleccionadas para llegar a audiencias meta claramente definidas. Cada emisora busca el formato y el perfil que le permita alcanzar un mercado de primera importancia para los anunciantes. En el caso de esta estrategia, se seleccionarán las estaciones que cubran el perfil de jóvenes a los que queremos llegar.

El tipo de mensajes que se pretenden transmitir llevan una connotación política, pero para que no parezcan tan rígidos y sean aceptados por los jóvenes, tendrán que llevar el formato de la publicidad que manejan las estaciones de radio que ellos escuchan. La radio es un medio de ventas, en donde todo lo que se quiere decir tiene que ser sin imágenes, para ello se utilizan voces y sonidos con un alto

Información proporcionada por la empresa Levem S.A. de C.V., especialista en mercadotecnia y monitoreo

⁷⁹ Russell, Thomas y Verril, Gleen. *Manual de publicidad*. 3v. México, Prentice-Hall/Hispanoamericana, 1986.

nivel creativo que logran interrumpir al radioescucha acaparando su atención, el spot publicitario tiene el reto de "vender" y atrapar al espectador en 30 segundos.

El tiempo de un spot varía, según las necesidades de cada anunciante, pero los tiempos ideales para un spot son de 60, 30 y 10 segundos, para efectos de esta estrategia se utilizarán spots de 30 segundos que corresponden aproximadamente a 65 palabras.

La campaña sobre valores democráticos no pretende vender nada, pero si busca lograr una presencia entre los jóvenes y después conseguir que relacionen la práctica de los valores democráticas con su vida cotidiana, de manera que, al paso del tiempo, sientan que la política y las cosas que suceden a su alrededor son de su incumbencia, que se identifiquen como actores de ese entorno y se motiven a participar organizadamente.

3.4.2.4. Tiempos y Etapas. La Distribución Sistemática de la Información

La campaña se dividirá en tres etapas: inducción, reforzamiento y reconocimiento de los valores democráticos.

a) Primera Etapa:

Esta etapa tendrá una duración de dos meses con diez versiones diferentes, a razón de cinco versiones por mes, los mensajes tendrán un sentido cotidiano del respeto, la libertad, la tolerancia, la participación y el pluralismo, entre otros, también habrá mensajes en sentido negativo, aquellos que hagan referencia a los antivalores como son la intolerancia, la apatía etcétera.

El enfoque de estos mensajes serán en relación a su vida cotidiana.

Los impactos recomendados son de 20 a 25 diarios, en sus diferentes versiones, utilizando el recurso de la redundancia como lanzamiento de campaña.

b) **Segunda Etapa:**

En la segunda etapa los valores estarán dirigidos a un sentido más político pero con el mismo lenguaje, y si es posible en la continuidad de los primeros.

Los impactos serán aproximadamente de 15 a 20 por día, con 4 versiones diferentes por mes, esta etapa durará dos meses.

Para esta etapa se pedirá el apoyo de los locutores y conductores de las estaciones seleccionadas en el plan de medios, se les solicitará su aportación con temas relacionados con cultura política democrática, y que se involucren en esta campaña, solicitando a los radioescuchas su opinión sobre la misma, así como sugerencias y críticas.

Se solicitará a las radiodifusoras seleccionadas para transmitir estos mensajes que inviten a periodistas, académicos y políticos interesados en la cultura política a hablar sobre el tema.

c) **Tercera Etapa:**

La tercera etapa será en parte de agradecimiento y reconocimiento de los valores, los mensajes darán por hecho que los jóvenes practican estos valores en su vida cotidiana y harán mención de la importancia de estos para la democracia.

Esta etapa durará un mes y medio, con 5 versiones diferentes y con un promedio de 20 a 25 impactos diarios. Su intensidad aumentará en impactos y disminuirá en tiempo porque quiero suponer que para esta etapa, las radiodifusoras ya estarán involucrados en la difusión de los valores democráticos.

Para el medio mes restante de esta etapa se organizará el "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia" entre los jóvenes radioescuchas y las estaciones de radio seleccionadas en el plan de medios.

Plan de medios:

La selección de las emisoras de radio para esta estrategia será de acuerdo al rating y a la programación de las mismas.

Perfil: Jóvenes

Plaza: Distrito Federal

Número de estaciones: 20

Horarios de mayor rating en radio, en orden decreciente:

1	06:00-10:00
2	18:00-20:00
3	13:00-15:00

ESTACIÓN	IDENTIFICACIÓN	PROGRAMACIÓN
XERC-FM	Stereo 97.7	Música moderna en inglés y español.
XEFR-AM	Oxido 100% Rock	Música rock, pop y balada en español e inglés.
XEDA-FM	Pulsar 90.5	Música juvenil en español.
XEQR-FM	Radio Universal	Música internacional de todos los tiempos.
XEW-FM	W FM	Música pop y rock.
XEX-FM	VOX 101.7 FM	Música moderna en español e inglés.
XHD-FM	MIX 106 FM	Éxitos en inglés de los 60's, 70's, 80's y 90's.
XHDL-FM	Radio Activo 98.5	Música rock juvenil internacional.
XHMM-FM	Stereo 100	Música internacional contemporánea.
XHM-FM	Azul 89	Música contemporánea en inglés.
XHMYS-FM	Stereorey	Música internacional moderna.
XHOF-FM	Orbita 105.7	Música rock internacional.
XHPOP-FM	Digital 99	Éxitos juveniles en inglés y español.
XHRCA-FM	Alfa 91.3	Música moderna en inglés para la juventud.
XERED-FM	Radio Red FM	Música en inglés de los 70's, 80's y 90's.
XHSON	Código 100.9	Música de rock.
XERED-AM XERED-FM	Radio Red FM	Noticiero Conductor: José Gutiérrez Vivó
XEDF-AM	Radio Uno	Noticiero Conductor: Juan Ruiz Healy
XEUN-AM	Radio UNAM	Noticiero Conductor: Miguel Angel Granados Chapa
XEQ-AM	Q-940	Noticiero Conductor: Ricardo Rocha

3.4.2.5. Plataforma de Comunicación

La plataforma de comunicación presenta la información que se requiere para esta campaña, la elaboración de guiones y la producción, estarán coordinados por la institución responsable de llevar a cabo esta campaña, bajo la asesoría de una agencia de publicidad, por considerar que ahí se encuentra la gente creativa que podrá realizar los spots de acuerdo a las necesidades de esta plataforma de comunicación.

Por otra parte, cabe mencionar que el esquema de mensajes que se presenta más adelante, no pretenden en ningún momento ser guiones, pero si quisiera que se conservara la estructura de los mensajes en la producción de los spots, se presentará un prototipo de guión que ejemplifique la intención de los mensajes, ya que éstos se pensaron más en un ámbito cotidiano que político, porque la experiencia que dejaron los grupos de enfoque realizados con jóvenes, es que ellos rechazan todo aquello que tiene que ver con la política, ya sea porque o no les interesa, o no se sienten identificados con ella; lo que se pretende con estos mensajes es que los jóvenes se interesen por la práctica y función de los valores democráticos y que se involucren por convicción propia, en la construcción de una nueva cultura política democrática.

El título de la campaña es: "Valores democráticos y vida cotidiana".

Este título representa el principal interés de esta campaña, ya que se pretende inducir a los jóvenes en política a partir de los valores democráticos desde su propio contexto cotidiano.

El Lema Central es: "Por una nueva cultura democrática".

El lema central encierra el objetivo que persigue esta campaña entre los jóvenes y variará según el valor a tratar en cada spot, por ejemplo, si un spot habla de libertad el lema irá acompañado de este valor: "Por una nueva cultura democrática: Libertad".

El Sublema es: "Todo cabe en la libertad, pero con responsabilidad".

El sublema ayuda a crear la unidad de campaña y hace hincapié en el valor a tratar, esto quiere decir que cada valor democrático será incluido dentro del sublema y variará según el valor del que se hable. El sublema será un mensaje secundario que refuerce al lema, siempre variará con un juego de palabras, pero sin perder la idea central. También cambiará en cada etapa, para que no resulte pesado durante toda la campaña. Tanto el lema como el sublema de la campaña serán la firma de identificación para la misma durante los seis meses que esté en el aire.

Los mensajes se elaborarán con un lenguaje coloquial, no oficialista, en voz de locutor joven. Las historias de los spots deben ser creíbles en un tono fresco y cotidiano. La música será rock y pop, por ser lo que más agrada a los jóvenes.

3.4.2.5.1. Adaptación y elaboración de Mensajes

Para la elaboración de mensajes sobre valores democráticos, es importante tomar en cuenta la opinión de los jóvenes y los temas de interés para ellos, por tal motivo, el esquema de los mensajes tendrá que estar relacionado con su vida diaria para atraer su atención, y al mismo tiempo proporcionarles información sobre la importancia de la democracia en la vida diaria. Al final, entenderán que todo lo que tiene que ver con su vida cotidiana está ligado a la política, y que ésta va más allá de discursos y normas.

Los jóvenes no deben sentir en ningún momento que se les está regañando o "echando un rollo" sobre la importancia de la democracia y de la participación política, sino que deben sentir que escuchan a otros jóvenes como ellos, incluso deberán sentir que escuchan a sus propios amigos hablar de lo que a ellos les gusta. Para lograr esto, la estructura de los mensajes son ideas claves para la elaboración de los guiones, y éstos pueden ser un diálogo entre jóvenes, y el lema y sublema una voz en off, que será la voz institucional de la campaña, o una voz de un joven (narrador) dirigiéndose a ellos.

La estructura de los spots para la primera etapa debe ser como la siguiente:

1) Mensaje principal:

"Tú eres dueño de practicar tu libertad, pero con responsabilidad."

Mensaje secundario/sublema:

"Con responsabilidad, la libertad cabe en nuestra vida".

El lema para este spot es:

"Por una nueva cultura democrática: libertad".

2) Mensaje principal:

"Si tú eres de aquellos que critican a los que se visten diferente y escuchan música diferente, no estás practicando el valor del pluralismo".

Mensaje secundario:

"Por qué no reconocer que no todos somos iguales".

Sublema:

"En el pluralismo combinan todas las diferencias"

Lema:

"Por una nueva cultura democrática: Pluralismo".

Para una segunda etapa de reforzamiento de los valores democráticos, será necesario incluir el concepto político de la campaña, pero en el mismo tono de la primera etapa:

- 1) "Un conjunto de rock no existiría sin la participación de varios músicos, ¿no crees?, entonces cómo crees que se pueda gobernar un país, sin tu participación....".

"Todo cabe en la participación política con tu organización".

"Por una nueva cultura democrática: Participación".

- 2) "Si eres de los que espera que todo te caiga del cielo....estás en un error".

"No dejes que otros decidan por tí, participa".

En la democracia, la participación es con todos.

"Por una nueva cultura democrática: Participación".

- 3) "Eres de los que les da flojera ir a votar o escuchar los mensajes de los políticos..... sacude tu apatía".

"Infórmate sobre las prácticas de tus gobernantes y decide con ellos el futuro de México".

"Todo es más interesante si te involucras".

"Por una nueva cultura democrática: Participación".

Para la tercera etapa de esta campaña los mensajes estarán dirigidos al agradecimiento de los ciudadanos y al reconocimiento de los valores:

- 1) "Reconoces que no todos debemos ser iguales, felicidades, eres un ciudadano que practica el pluralismo".

"El pluralismo se practica reconociendo a los demás".

"Por una nueva cultura democrática: Pluralismo".

- 2) "Dejaste a un lado la indecisión y asistes a las juntas vecinales.....felicidades".

"Tu participación es importante en la democracia".

Todo tiene solución con tu participación

"Por una nueva cultura democrática: Participación".

Los mensajes finales confirman la práctica de estos valores entre los jóvenes y los felicitan por su nueva actitud política.

3.4.2.5.2. Prototipo de Guiones

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".

SPOT: Tolerancia.

- | | | |
|----|---|---|
| 1 | <u>OP. EFECTO. RUIDO DE TRAFICO. CALLE. CLAXONS. FONDEA</u> | |
| 2 | CHOFER (EN LENGUAJE CHOFER DE PESERO) | Súbale, súbale a Tacuba. |
| 3 | <u>OP. MUSICA TROPICAL. FONDEA</u> | |
| 4 | JOVEN 1 | ¡Ya no caben! |
| 5 | MUCHACHA 1 (CON VOZ MOLESTA) | ¡Ash! Me chocan estos tipos, apestan horrible. |
| 6 | JOVEN 2 | Ya no se estén quejando, de cuando acá tan payasos. |
| 7 | MUCHACHA 1 | Es que huelen a puro sudor. |
| 8 | JOVEN 2 (ENOJADO) | ¿Y qué querías, si son trabajadores? |
| 9 | SEÑORA (GRITANDO) | Si no les parece, váyanse en taxi. |
| 10 | JOVEN 1 | Bueno, ya estuvo. |
| 11 | <u>OP. MUSICA. TEMA CAMPAÑA. FONDEA</u> | |
| 12 | LOCUTOR 1 | En la tolerancia, todos reconocemos nuestras necesidades. |
| 13 | LOCUTOR 2 | Por una nueva cultura política: Tolerancia. |
| 14 | <u>OP. MUSICA. YA A REMATE FINAL</u> | |

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".

SPOT: Pluralismo

- | | | |
|----|---------------------------------------|--|
| 1 | <u>OP. EFECTO INT. CASA. (COCINA)</u> | |
| 2 | MAMÁ (GRITANDO) | ¡Me choca que te vistas de negro! ¿Qué no ves que es de mala suerte? |
| 3 | HIJA | Ya déjalo Mamá, que se vista como quiera. |
| 4 | MAMÁ | Me enferma verlo con esas fachas. |
| 5 | HIJO | ¡Ya ma! Déjame ser, es la moda. |
| 6 | MAMÁ | ¡Qué moda, ni que ocho cuartos! |
| 7 | HIJO | Haber, yo cuando te he dicho que me chocan tus mallones verdes. |
| 8 | HIJA | Deja a mi mamá en paz, cada quien que se vista como quiera. |
| 9 | <u>OP. TEMA CAMPAÑA. FONDEA.</u> | |
| 10 | LOCUTOR 1 | En el pluralismo combinan todas las diferencias. |
| 11 | LOCUTOR 2 | Por una nueva cultura democrática: Pluralismo. |

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".

SPOT: Igualdad Política.

- | | | |
|----|--|---|
| 1 | <u>OP. RUIDOS Y MURMULLOS DE GENTE EN FIESTA. FONDEA</u> | |
| 2 | JOVEN | Como yo soy el mayor,
tengo derecho a escoger
primero. |
| 3 | MUCHACHA | No, yo tengo más derecho
por ser mujer. |
| 4 | NIÑO (COMO DE 12 AÑOS) | Qué te pasa, en ese caso
yo escojo primero porque
soy el más chico. |
| 5 | MUJER | Se equivocan, yo tengo
más derecho por ser
bonita. |
| 6 | <u>OP. RISAS DE TODOS Y ALBOROTO. SALE</u> | |
| 7 | SEÑOR | Momento, el único que
tiene derechos aquí, soy
yo. |
| 8 | <u>OP. TEMA CAMPAÑA. FONDEA</u> | |
| 9 | LOCUTOR 1 | En la igualdad política, los
derechos son para todos. |
| 10 | LOCUTOR 2 | Por una nueva cultura
política: igualdad. |

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".
SPOT: Libertad.

- | | | |
|----|--|---|
| 1 | <u>OP. MUSICA INSTRUMENTAL DE FONDO</u> | |
| 2 | JOVEN 1 | Hoy tengo ganas de caminar solo en un bosque y oír el ruido de las hojas secas. |
| 3 | <u>OP. SE ESCUCHAN LAS PISADAS SOBRE HOJAS SECAS</u> | |
| 4 | JOVEN 2 | Yo quiero estar en una playa solitaria y sentir la brisa del mar. |
| 5 | <u>OP. SE ESCUCHA EL MAR CON GAVIOTAS</u> | |
| 6 | MUCHACHA | A mí me dan ganas de tocar el violín de madrugada, sin que los vecinos me estén callando. |
| 6 | <u>OP. SE ESCUCHA MÚSICA DE VIVALDI</u> | |
| 7 | JOVEN 1 | ¡Huy, a mi no se me ocurre nada! |
| 8 | <u>OP. SE ESCUCHA EL LATIDO DE UN CORAZÓN</u> | |
| 9 | <u>OP. TEMA CAMPAÑA. FONDEA</u> | |
| 11 | LOCUTOR 1 | Todo cabe en la libertad si reconocemos nuestros límites. |
| 12 | LOCUTOR 2 | Por una nueva cultura política: Libertad. |

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".

SPOT: Participación

- | | | |
|----|--|--|
| 1 | <u>OP. RUIDO DE CAFETERÍA, MURMULLOS, FONDEA</u> | |
| 2 | MUCHACHA 1 | Oigan esto: " Prometo limpiar la corrupción interna: Carbajal." |
| 3 | JOVEN 1 | Huy, pues va a necesitar un ejército de barrenderos |
| 4 | <u>OP. RISAS Y MURMULLOS, FONDEA</u> | |
| 5 | JOVEN 2 | Más bien va a necesitar veneno para ratas. |
| 6 | JOVEN 3 | Un cuate que trabajó con él dice que es bien tranza. |
| 7 | MUCHACHA 1 | Se le ve. |
| 8 | MUCHACHA 2 | Ni saben y ya están criticando, primero hay que ver si acaba contra la corrupción. |
| 9 | <u>OP. DISCUSIÓN DE LOS JÓVENES, FONDEA</u> | |
| 10 | <u>OP. TEMA CAMPAÑA, FONDEA</u> | |
| 11 | LOCUTOR 1 | Si no confiamos, ¡participamos! |
| 12 | LOCUTOR 2 | Por una nueva cultura política: Participación. |

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".

SPOT: Respeto.

1 OP. RUIDO DE GENTE Y METRO (INT. METRO)

2 JUAN

Ahora sí se pasó Javier,
mira la hora qué es y no
llega, es un irresponsable.
¿Seguro le dijiste bien el
lugar y la hora?

3 CELIA

4 JUAN

Sí, le dije metro Sevilla,
dirección observatorio
abajo del reloj a las 9 en
punto.

5 MEMO

Si no llega tu cuate vamos
a perder la audición.

6 RITA

¡Qué falta de respeto , ya
ni la hace!

7 OP. TEMA CAMPAÑA. FONDEA.

8 LOCUTOR 1

La falta de compromiso
perjudica a los demás.

9 LOCUTOR 2

Por una nueva cultura
política: Respeto.

CAMPAÑA: "Valores Democráticos y Vida Cotidiana".

SPOT: Participación Política.

- | | | |
|----|---|--|
| 1 | MÓNICA | ¿Entonces qué Carmen, vas a ir a la junta o no? |
| 2 | CARMEN | Huy Mony, es que no puedo faltar a la oficina, ¿qué tal si me busco un problema? |
| 3 | MÓNICA | ¿Cuál problema?, pídele permiso a tu jefe. |
| 4 | CLAUDIA | Sí Carmen, problema el que tenemos diario de caminar a oscuras, llevamos tres meses sin luz y nadie hace nada. |
| 5 | CARMEN | Tienes razón, ya ves que desde que no hay luz en la calle a cuántos no han asaltado. |
| 6 | MÓNICA | Pues claro, y un día nos puede tocar a nosotras. |
| 7 | <u>OP. MURMULLOS DE LAS MUCHACHAS. FONDEA</u> | |
| 8 | <u>OP. TEMA CAMPAÑA. FONDEA</u> | |
| 9 | LOCUTOR 1 | En los espacios públicos todo tiene solución con tu participación. |
| 10 | LOCUTOR 2 | Por una nueva cultura política: Participación. |

3.4.2.6. Propuesta de un Encuentro Juvenil

Como ya lo mencioné anteriormente, este Encuentro tiene como objetivo abrir espacios de participación para jóvenes donde manifiesten sus dudas e inquietudes para la construcción de una nueva cultura política democrática.

La organización del "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia" estará a cargo del Instituto Federal Electoral, por ser una institución imparcial y objetiva, encargada de divulgar la cultura política entre la población infantil, juvenil y adulta de México; y se piensa invitar a las siguientes instituciones como co-participantes en dicho Encuentro: a la Universidad Nacional Autónoma de México, por ser el alma mater del país, porque ella concentra a los jóvenes y académicos interesados en la democratización, así como a las Universidades Iberoamericana y Autónoma Metropolitana; a los partidos políticos, a las organizaciones no gubernamentales interesadas en la construcción de una nueva cultura política entre jóvenes; a políticos y empresarios interesados en participar en este encuentro y, finalmente se invitará a la Asociación de Radiodifusores del Valle de México y a la Cámara de la Industria de Radio y Televisión.

Los temas de este Encuentro serán libres, propuestos por los mismos jóvenes radioescuchas y tendrán que relacionarse con los valores democráticos. El objetivo es que ellos organicen su propio encuentro y conformen las mesas redondas, que se realizarán en los auditorios proporcionados por las instituciones y universidades participantes, de preferencia se requiere de un sólo lugar para que sea el punto de concentración de todos los jóvenes participantes. El Encuentro durará una semana, con un promedio de dos mesas por día y su difusión será expansiva, esto quiere decir que las mesas redondas se transmitirán en vivo, según el tiempo proporcionado por las emisoras de radio.

En los casos donde las estaciones no transmitan las mesas redondas en vivo, las podrán transmitir en otro día y horario, a efecto de que los radioescuchas de esa estación, puedan tener acceso al Encuentro a cualquier hora del día; las estaciones de radio que transmitan en vivo algunas de las mesas redondas, tendrán líneas telefónicas abiertas al público radioescucha, para que los jóvenes que no puedan asistir al Encuentro, tengan la oportunidad de participar.

Es importante mencionar que todas las mesas redondas estarán integradas por jóvenes, lo cual le dará al Encuentro un sentido más libre, donde los radioescuchas escuchen charlas y no conferencias, cada mesa contará con un moderador-participante, propuesto por los jóvenes, que conozca y/o esté involucrado con el tema de la mesa, así los jóvenes tendrán retroalimentación con la opinión del moderador-participante.

La convocatoria para este Encuentro la harán las instituciones organizadoras a través de una conferencia de prensa, y las estaciones de radio seleccionadas en el plan de medios convocarán a los radioescuchas a través de spots radiofónicos y de conductores en programas en vivo; asimismo servirán de enlace entre los organizadores y los participantes, ya que en las estaciones de radio se podrán inscribir todos los interesados en participar en el Encuentro y se recibirán los temas propuestos para las mesas redondas. Se invitará a todos los jóvenes radioescuchas del Distrito Federal, escolarizados, o no, que de preferencia hayan escuchado la campaña "Valores Democráticos y Vida Cotidiana", interesados en la construcción de una nueva cultura política democrática.

El único requisito para participar es ser joven, haber escuchado algunos spots de la campaña y tener interés de intercambiar opiniones con otros jóvenes sobre temas relacionados a los valores democráticos. Si los jóvenes están interesados en hablar de música, sexualidad, familia, drogas, escuela, sólo tendrán que relacionar estos temas con los valores democráticos.

Podrán participar en grupos u organizaciones todos aquellos jóvenes músicos, artistas, performistas (entiéndase performance como una escenificación artística, apoyada en videos, pinturas, fotografías, danza y teatro), fotógrafos, videoastas, cineastas, que hayan trabajado algún tema referente a los valores de la cultura política democrática, o realizar algo *ex profeso* para el Encuentro, estos trabajos se presentarán el día de la clausura del evento, incluso pueden realizar videos y spots radiofónicos con propuestas para una nueva cultura democrática.

Este Encuentro será el primero de varios eventos para jóvenes del país relacionados con la cultura política democrática. Posteriormente, el IFE en colaboración con alguno(s) de los participantes, imprimirá las conferencias de las mesas, para darle mayor difusión a los temas que inquietan e interesan a los jóvenes.

El Encuentro se realizará, aproximadamente, dos meses después de que haya terminado la tercera etapa de la campaña; en este tiempo se hará la convocatoria a todos los radioescuchas y los organizadores tendrán tiempo suficiente para hacer la programación de las mesas redondas y preparar la logística del evento.

3.4.2.7. Evaluación de la Estrategia Comunicativa

Después de esta campaña, se sugiere la aplicación de grupos de enfoque con hombres y mujeres de 18 a 29 años de edad, que hayan escuchado la campaña y/o que hayan participado en el Encuentro Juvenil, si el resultado es positivo y logra motivar la actitud de los jóvenes del Distrito Federal, entonces se podrá aplicar esta campaña a nivel nacional en radio y televisión.

La evaluación permitirá conocer si hay eficacia en la radio como medio de comunicación, para motivar y convocar a los jóvenes a participar en los asuntos públicos, si el Encuentro logra ser un espacio de expresión para los jóvenes será consecutivo, es decir, que cada año se organizará un Encuentro Juvenil por la Democracia, y tal vez para el segundo evento se pueda trabajar sobre temas más profundos.

Se invitará a las universidades estatales a organizar un Primer Encuentro Regional Juvenil por la Democracia, y el siguiente paso será la realización de un Encuentro Nacional, para ello se hará una campaña nacional en todos los medios de comunicación, ya no sólo se convocará a través de la radio. En el caso de la población indígena y rural, se utilizará la radio como medio de comunicación y se elaborará una estrategia de comunicación focalizada para integrar a los jóvenes indígenas en la construcción de una nueva cultura democrática.

C O N C L U S I O N E S

CONCLUSIONES

La cultura política tiene un eje fundamental en su desarrollo histórico: la participación creciente y organizada de los ciudadanos en las decisiones del gobierno y en las elecciones de sus gobernantes, así como los deberes y obligaciones de éstos para participar en la vida política del país donde finalmente asumen su obligación de aceptar las decisiones de la mayoría; tomando en cuenta que la democracia es un proceso dinámico que implica cambios permanentes en las relaciones sociales.

La participación de los ciudadanos en cuestiones públicas es una razón suficiente para la difusión de la cultura política, ya que ésta se caracteriza también por su actitud plural, tolerante y propositiva hacia las prácticas políticas.

La cultura política proporciona al individuo directrices, valores y creencias para su comportamiento político, dando coherencia al funcionamiento de las instituciones y organizaciones que permiten las prácticas democráticas.

La transición democrática es un proceso histórico que, en el caso mexicano, ha tenido su propio proceso, que ha requerido del trabajo conjunto entre gobernantes, partidos políticos, organizaciones democráticas y ciudadanos en general, para que estos últimos ayuden a la transición democrática necesitan estar seguros de que cuentan con las garantías de que su libre expresión y manifestación de sus ideas debe darse en un marco de estricto apego a la ley y en términos de plena responsabilidad.

Por otro lado, sé que nada de lo que aquí he dicho es nuevo, pero cada párrafo que escribí lo hice con el total convencimiento de que a partir de una nueva cultura política democrática y de un compromiso con la democracia, podremos desarrollarnos como nación.

Las aportaciones que presenté en el primer capítulo son muestra de que hay instituciones interesadas en la democratización del país y que se pueden generar actividades de difusión sobre cultura política. En este sentido, el Instituto Federal Electoral abrió grandes espacios de expresión para el debate democrático, y no sólo en auditorios, sino también en los medios de comunicación, específicamente en

radio, a través del programa "Voces de la Democracia", que transmite Radio Universidad Nacional.

El IFE ha colaborado con otras instituciones para la divulgación de la cultura política democrática; pero la construcción de una nueva cultura democrática requiere de trabajos permanentes con públicos específicos como son niños, jóvenes y adultos. En este rubro el IFE elabora permanentemente "Jornadas Cívicas", que por su sustento teórico, su diseño pedagógico y su soporte de índole práctico, están enfocadas para ser un cimiento de la educación en valores.

Las Jornadas Cívicas involucran a profesores y estudiantes, con el propósito de generar ideas y debates que les permitan construir herramientas de deliberación en todos sus actos éticos y morales. La educación en valores pretende ser una fuerza interior que define y caracteriza a las personas, confiere identidad y aglutina a los grupos humanos.

La difusión de valores democráticos debe verse como una acción colateral que refuerce actividades de educación en valores, como las Jornadas Cívicas.

El capítulo dos es el eje fundamental de este proyecto de investigación, ya que si no comprendemos el papel que ocupan la cultura y la política en nuestra formación como sociedad, poco sabremos y conoceremos de nuestro sistema político mexicano; también fue importante señalar las características de nuestro sistema político como marco de referencia para el tipo de mensajes que necesita una campaña de difusión de valores democráticos.

Si bien es cierto que este capítulo encierra en sí mismo aspectos muy teóricos de la democracia, incluso como si ésta fuera un sistema ideal, también nos hace comprender lo importante que es la política para convivir organizadamente, y una política democrática permite la participación de la sociedad civil, aquella que actúa al margen de cualquier institución y por voluntad propia, lejos de cualquier interés o presión del Estado.

Debo reconocer que a este capítulo le faltó una visión más enfocada a la sociología y a la antropología, pero considerando que no son áreas de estudio para mí, pues aceptaré las críticas pertinentes que cualquier sociólogo y antropólogo

haga sobre la visión tan ideal que tuve de la política y de la democracia como formas de organización y gobierno.

Difundir la cultura política requiere de interés y paciencia, ya que la política no es muy bien aceptada, sobre todo si tomamos como parámetro el tipo de programación comercial en radio, pero al mismo tiempo es un reto a la publicidad comercial, pues esta estrategia está pensada para transmitirse en estaciones comerciales y en espacios publicitarios.

En el tercer capítulo intenté involucrar en este proceso de transición a las radiodifusoras más importantes del D.F., a instituciones como el IFE y a las universidades como organizadoras del "Primer Encuentro Juvenil por la Democracia", este evento será un espacio abierto y plural, como muchos otros que se han abierto para el cambio democrático, pero con la diferencia de que este será organizado por y para jóvenes desde un medio masivo de comunicación como es la radio.

El diseño de la estrategia de difusión que se presentó en el tercer capítulo es un proyecto piloto, sólo para el Distrito Federal, en principio porque los mensajes están enfocados para el prototipo de jóvenes ciudadanos y además porque es más fácil evaluar el impacto que tendrá la campaña, así como su eficacia y desaciertos, a partir de un proyecto piloto y en una sola región.

Después de la evaluación, se podrá implementar esta campaña a nivel nacional, a parte no sabemos si los mensajes que se transmitan sean de interés para los jóvenes, si logran captar su atención e incluso si influyan en su comportamiento político.

Supongo que con el diseño de una estrategia piloto que difunda los valores democráticos no abarco ni todas las necesidades de enculturización ni de educación que requiere la población del país, pero sí es un pequeño paso por donde se debe de empezar para la construcción de una nueva cultura política democrática.

Seis meses son insuficientes para la difusión de mensajes sobre valores democráticos, sobre todo si con esto se pretende cambiar la actitud política de los mexicanos, para ello se requiere de una reestructuración de la educación

pública, de un cambio en el sistema político mexicano, por eso es importante la participación de todas las disciplinas sociales a través de académicos, políticos e intelectuales.

Lo que se intentó con esta estrategia fue señalar la importancia de los valores democráticos, como una actividad permanente que refuerce, en algunos casos, la cultura política, y en otros que sensibilice a la población en materia política democrática. La difusión permanente de los valores democráticos tendrá que hacerse a través de una campaña nacional y permanente que involucre a las instituciones políticas y educativas del país, interesadas en la formación de ciudadanos.

El contexto político de México ya es otro después del 6 de julio, los ciudadanos del Distrito Federal pudieron constatar que se hizo valer su voluntad, con el cambio de poder en la jefatura de Gobierno del D.F., los ciudadanos tendrán que aprender que la participación es permanente, pues después de votar hay que llevar un seguimiento de las prácticas políticas de los nuevos gobernantes.

Terminé esta tesis con la esperanza de que los jóvenes y los ciudadanos en general vivan en otro ámbito político, que vean la política con orgullo y no con vergüenza.

BIBLIOGRAFÍA

13. Salazar, Luis y José Woldenberg. *Principios y valores de la democracia*. Serie Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática. Instituto Federal Electoral, México, 1993.
14. Serrano, Manuel Martín. *La producción social de comunicación*. 2a. ed., Alianza Universal Textos, México, 1994.
15. Serrano, Manuel Martín, et. al., *Teoría de la Comunicación I. Epistemología y análisis de la referencia*. UNAM/ENEP Acatlán, 2a. edición, México, 1993.
16. Paoli, Antonio. *Comunicación*. Editorial Edicol, México, 1979.
17. Ferry Jean-Marc, Dominique Wolton, Touraine Alain, et.al., *El Nuevo Espacio Público*, Col. El Mamífero Parlante. Serie Mayor, 2a. ed., Gedisa, Barcelona, 1995.