

147

# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES



## LIDERAZGO POLITICO MEXICANO: PRESIDENCIALISMO EN CRISIS Y EMERGENCIA DE LA SOCIEDAD CIVIL 1994-1995

**T E S I S I N A**  
QUE PRESENTA:  
**ADRIANA VALDEZ OCAMPO**  
PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

DIRECTOR: MAYO MURRIETA

MEXICO, D. F.

2001

292570



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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.

EST A TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA

## ÍNDICE

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. MARCO TEÓRICO. LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA PROPAGANDA</b> .....	17
2.1. Teorías de la Comunicación .....	18
2.1.1. Corriente Funcionalista .....	19
2.1.2. Teoría Estructuralista .....	21
2.1.3. Corriente Marxista .....	23
2.2. La Comunicación en el Contexto Social y Político .....	27
2.3. Interacción entre Sistema Social y Sistema de Comunicación .....	40
2.3.1. Ubicación del Emisor en el Sistema Social .....	40
2.3.2. El Cambio Social y la Opinión Pública .....	43
2.3.3. Tipos de Intercambios entre el Sistema Social y el Sistema de Comunicación .....	46
2.4. La Propaganda .....	50
<b>III. COMPONENTES TEÓRICOS FUNCIONALES</b> .....	58
<b>IV. CRISIS POLÍTICA Y ESCENARIOS FACTUALES</b> .....	85
<b>V. COMUNICACIÓN SOCIAL, Y PROYECCIÓN DE IMAGEN PRESIDENCIAL</b> .....	111
<b>VI. LIDERAZGO EN EL SIGLO XXI</b> .....	125
<b>VII. CONCLUSIONES</b> .....	156
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	168

## I. INTRODUCCIÓN.

Así como las revoluciones científicas y tecnológicas han transformado al mundo, la comunicación surge como una base fundamental y necesaria para el desarrollo del hombre.

La comunicación como hoy se conoce no es estrictamente la misma en su origen. Para los primeros hombres que habitaron la tierra, más que comunicación, fue el uso del lenguaje como un recurso nuevo y desarrollado gracias a las características físicas propias al hombre.

Ahora, el año 2000 se vislumbra con políticas internacionales que alinean las conductas de las naciones basadas en el crecimiento acelerado de mercados mundiales, la comunicación se encuentra permanentemente implicada en el quehacer socio-político. Para que dicho proceso se genere, es fundamental un orden político y social estable que colabore a estimular la competitividad eficiente y racional, pero además, hay que tener en cuenta que la participación de la sociedad en el proceso de desarrollo se ve afectada por la versión de los acontecimientos que difunden los medios masivos de comunicación.

Los medios de comunicación masiva, son los mediadores entre la opinión pública y el Estado. El concepto de medios de comunicación masiva está vinculado al desarrollo de medios tecnológicos para comunicar a grandes sectores de la población. En primera instancia, la prensa escrita empezaba ya, a llegar a núcleos de la población con gustos y características muy variados. La televisión, la radio y el cine, son otros medios que dieron gran

impulso a la comunicación masiva, ésta, "... es un proceso realmente importante dentro de la sociedad moderna. Los medios hacen algo más que divertirnos. Nos aportan un flujo de información que es esencial para nuestro sistema político, para nuestras instituciones económicas, para los estilos de vida cotidiana en cada uno de nosotros. Dada la profunda dependencia de las sociedades contemporáneas frente a los medios de masas, éstos son digno objeto de un examen intenso y especializado..."<sup>1</sup> Se aprecia en el texto anterior, que se acepta la dependencia de la sociedad ante tales medios y que nos ofrecen información sobre nuestro sistema político; de ahí la importancia de conocer cómo vienen funcionando dichos medios, como mediadores de la sociedad y el Estado.

Con el término de medios de comunicación masiva, viene el de sociedad de masas, "Las variantes existentes en el concepto de sociedad de masas son numerosas: el pensamiento político del siglo XIX de carácter conservador señala en la sociedad de masas el resultado de la progresiva industrialización, de la revolución en los transportes, en los comercios, en la difusión de valores abstractos de igualdad y de libertad".<sup>2</sup>

Considerar a la sociedad así como a los medios de comunicación en su aspecto masivo, resulta de una relación que puede o no ser provechosa, dependiendo de las características de una sociedad determinada y del uso que se les de, a los medios de comunicación. Esta relación puede ser nociva o no, por los efectos de los medios sobre el público. Casi cualquier efecto que pudiera tener una comunicación de masas sobre un gran número

---

<sup>1</sup> M. L. De Fleur y S. Ball. Rokeach. Teorías de Comunicación de Masas. Ed. Paidós, México, 1989, p. 10.

<sup>2</sup> Wolf, Mauro. La Investigación en la Comunicación de Masas. Ed. Paidós, España, 1987, p. 24.

de personas, legítimamente podría ser considerado como efecto social, ya que la sociedad está constituida por personas y cualquier cosa que afecta a éstas, inevitablemente afecta a la sociedad.

Existe por lo tanto la preocupación por el papel que desempeñan los medios de comunicación masiva ante la sociedad. "La ubicuidad de los *mass-media* conduce a muchos, fácilmente, a una creencia casi mágica en su enorme poder. Pero hay otra base (y probablemente más real) para una amplia preocupación con respecto al papel social de los *mass-media*, una base que tiene que ver con los tipos variables de control social ejercidos por poderosos grupos de intereses en la sociedad".<sup>3</sup>

Por una parte, la comunicación social se ejerce de una manera determinada, que por el momento no especificamos sus características; pero sí podemos notar algunos vicios de origen, por ejemplo está el retraso o el ocultamiento de alguna información importante para la sociedad. Sumando a ello, está el privilegio o selección arbitraria que hacen los medios de comunicación para elegir el mensaje que van a difundir a amplios sectores de la población o a esta sociedad masiva.

La valoración objetiva de la influencia de la comunicación masiva tiene varios puntos importantes a tratar, para M.L. de Fleur, existen tres preguntas centrales para valorar la naturaleza e influencia de la comunicación de masas, las cuales expresa de la siguiente manera:

---

<sup>3</sup> De Moragas, Miguel. Sociología de la Comunicación de Masas. Ed. Gustavo Gili, España, 1985, p. 24.

1. ¿Cuál es el impacto de una sociedad sobre sus medios de comunicación? Es decir: ¿Cuáles han sido las condiciones políticas, económicas y culturales que han llevado a los medios de comunicación de masas a funcionar en su forma actual?
2. ¿Cómo tiene lugar la comunicación de masas? En otras palabras, ¿difiere en principio o sólo en detalle de la comunicación más directa e interpersonal?
3. ¿Cómo afecta la comunicación de masas a la gente? Es decir, ¿cómo influye sobre las personas, psicológica, social y culturalmente?<sup>4</sup>

La repercusión de la relación de los medios de comunicación masiva puede ser determinante para muchos aspectos de la vida social. No sólo sería responder a las preguntas que plantea M. L. De Fleur, también es conocer e interpretar las repercusiones del uso que se hace de la comunicación masiva; pues su presencia en la sociedad va mucho más lejos de informar o entretener. Además, hay que considerar que los medios de comunicación masiva deben desarrollar algunas funciones sociales importantes. "Es indudable que los mass-media atienden a muchas funciones sociales que bien podrían convertirse en el objeto de una investigación continuada..."<sup>5</sup>

Podemos agregar que los paradigmas de mayor importancia para el estudio de las relaciones entre los medios, la sociedad y el proceso de la comunicación de masas, son aquellos que atribuyen un papel central a: 1)

---

<sup>4</sup> M.L. de Fleur y S. Ball-Rokeach. Op. Cit., p. 32.

<sup>5</sup> De Moragas, Miguel. Op. Cit., pp. 29-30.



los procesos por los que una sociedad mantiene su estabilidad social; 2) los procesos por los que ésta se modifica a través del tiempo; 3) la naturaleza e importancia del conflicto social, o 4) las formas de interacción personal con las que los seres humanos comparten significados.

La vocación social es por lo tanto un aspecto que interesa y preocupa, pues éste, es manejado de distintas formas por los medios; y en la vida diaria, lo social se manifiesta en todo momento, por ello a los medios corresponde cierta responsabilidad en el desarrollo y crecimiento positivo de la sociedad y lo social.

Los medios de comunicación masiva pueden no tener una influencia muy clara sobre la opinión pública, pero ésta, recurre a la prensa escrita, a la radio y a la televisión principalmente, para mantenerse informada sobre asuntos muy diversos, que pueden ser políticos, sociales, económicos culturales, etc., pero lo que sí debe tener claro, es que los medios cumplen con varias funciones, mismas que deben ser canalizadas de manera positiva para el desarrollo de la sociedad, destacando lo social.

Hablar de las funciones de la comunicación de masas involucra varios intereses, principalmente económicos y políticos, en los que se encuentra el mismo Estado, la función social que deben cumplir llega a ser suplida constantemente, pues se da prioridad a otros intereses, "... una de las funciones de la comunicación, es la de facilitar información acerca de lo que está haciendo la otra élite, así como sobre su poderío".<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ibid., p. 60.

Aunque los efectos sociales que pueden generar los medios de comunicación masiva están limitados, tanto a aspectos individuales como de grupo, habrá que admitir que sí ejercen influencia sobre la sociedad, aunque en diferentes dimensiones. Acerca de las influencias, Wilbur Schramm nos dice que: "En general, la comunicación de masas refuerza las actitudes, los gustos y las predisposiciones existentes, así como las tendencias conductuales de los miembros de su público, incluyendo las tendencias hacia el cambio... esto no quiere decir que la comunicación de masas sea impotente o inofensiva. Su efecto de refuerzo es potente e importante desde el punto de vista social..."<sup>7</sup>

La comunicación social que desarrolla el Estado es el inicio y parte fundamental de este proceso comunicativo, donde la sociedad demanda está informada acerca del quehacer de quienes los dirigen y gobiernan. Los medios de comunicación masiva, con todas sus implicaciones, sean positivas o negativas, vienen a ocupar un papel central en la difusión de la información, condicionando la actuación y la opinión de la sociedad.

Desafortunadamente, el siglo XX no cimentó culturas, economías, ni democracias universales. En el globo terráqueo, existen diferencias radicales y dramáticas en el comportamiento estructural y organizacional de los continentes, países, razas, grupos sociales, modelos económicos, y ambientes culturales e intelectuales.

---

<sup>7</sup> Schramm, Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana. Ed. Grijalbo, México, 1982, p. 91.

Sabemos que la democracia es el objetivo más fino de la política, desgraciadamente, un gran número de naciones se encuentran lejanos a ella. Por esta razón, el tratar de cohesionar mentalidades heterogéneas en una dirección, es complejo, aunque no imposible, si existe algún punto de conjunción.

Paralelamente, se desarrolla una industria de telecomunicaciones acelerada, que conecta al mundo entero y también encontramos que las naciones incorporan diferencias en este renglón, pero fundamentalmente los medios de comunicación apuntan hacia la identidad y relevancia de una sociedad crítica y paralelamente por encima de las instituciones.

El modelo del libre mercado gobernará al siglo venidero y no es casual, es la conclusión que el siglo XX le hereda: una infinidad de avances tecnológicos, oposiciones ideológicas y retos de integración global, países que se adaptarán fácilmente al modelo neoliberal y otros que se forzarán y sacrificarán la parte cualitativa de la población, por la cuantitativa dictada por organismos internacionales. La decisión globalizadora en la sociedad postcapitalista, fue la decisión unilateral de los países desarrollados para competir entre ellos abierta y directamente y una imposición para los países del tercer mundo. No se trata de victimar al subdesarrollo, pero sí el de aclarar que la tarea de imponer modelos económicos universales, es irreal cuando las bases de un país como México son endebles e incapaces de sostenerlo.

La libertad comercial constituye el vector que reporta las estructuras de intercambio estableciendo bloques que satisfagan demandas de todo orden y origen.

Es así, como los líderes del dos mil, participan en una etapa coyuntural y serán responsables del funcionamiento del modelo económico. Aunque existen apelaciones en contra del neoliberalismo, éste sigue su proceso de incorporación y es una realidad. La exigencia de cabezas capaces de fusionar a los diferentes grupos humanos y atiendan las problemáticas con soluciones reales, es un parámetro que se requiere.

Drucker pensador administrativo y futurista austriaco, indica que el reto económico de la sociedad postcapitalista, será la productividad del trabajo, y el trabajador del conocimiento y el reto social, se dividirá en valores y percepciones estéticas que se germinará entre intelectuales y gerentes, interesados en trascender mediante una síntesis: el interés en las palabras e ideas, personas y trabajo. Es decir, el pensador unido al gerente de corporaciones privadas, ocuparán espacios definitivos para producir y competir.

Este mismo autor, indica que las dos terceras partes de la población internacional, se encuentran en el tercer mundo y entre el año 2010 y 2020, será las tres cuartas partes.

Profetiza que se lograrán "milagros económicos" por la necesidad de transformarse rápida y posiblemente se den, por ejemplo Chile y los países asiáticos que se han convertido en agresivos maquiladores.

Agrega que "los países más grandes de América Latina ofrecen un adecuado mercado doméstico. México tal vez ya está en la parte de arranque".<sup>8</sup>

Un arranque que ... no se refleja, y está costando un macro cordón de miseria que aplasta a la mayor parte de la población. Social y psicológicamente, el mexicano está deprimido y con una esperanza que se está agotando. La base de este cansancio, se debe a la crisis económica que desde siempre ha involucrado a planes inconsistentes y fracasados al llamado de la recuperación, desde las cúpulas de las instancias administrativas y de control social del sistema político mexicano.

Los intereses particulares de la élite mexicana, dictan la contradicción entre la actividad globalizadora mundial y el frustrado desarrollo que únicamente ha acentuado la desigualdad, el atraso y la inestabilidad política.

Nuevamente, citando a Drucker, se describe como problemática grave al subdesarrollo y su vinculación con el primer mundo, por la constante inmigración y ausencia de estabilidad para llevar a cabo inversiones.

Las fuerzas que están creando la sociedad capitalista y el Estado tienen su origen en el mundo desarrollado. Son el producto y el resultado de su desarrollo. Las soluciones de los retos de la sociedad postcapitalista y del Estado postcapitalista no se van a encontrar en el tercer mundo. Si algo se ha visto totalmente refutado

---

<sup>8</sup> Drucker, Peter. La Sociedad Post Capitalista. 1ª Edición, Ed. Norma, Colombia, 1994, p. 15.

son las promesas de los líderes del tercer mundo en los años 50 y 60...<sup>9</sup>

Esta "responsabilidad" en el mundo desarrollado es preocupante: los "líderes" tercermundistas dependen de los desarrollados por no ser responsables directos de la adaptación del modelo neoliberal y de la dirección de éste mediante líderes capaces de integrar expectativas de los diferentes grupos sociales a nivel internacional.

De esta forma, el poder político a fines de siglo, obedece a la conducción eficiente del modelo del libre mercado y su papel se desvinculará de la infraestructura económica, dejando a las manos privadas el rol mercantil.

En torno a la democratización es el relieve en el que descansarán las sociedades para participar sin preocupaciones en el libre mercado. Es aquí en donde la participación de la sociedad civil exige una mayor participación y definición de representantes en las actividades políticas de un grupo social más demandante y organizado, además de conectado internacionalmente. La sociedad civil mexicana es aún inmadura, sin embargo la crisis del sistema, la ha impulsado a integrarse en las acciones políticas con la visión de una sociedad que decae y busca democracia en el marco global.

Los medios de comunicación electrónicos abren espacios como el canal 40, el periódico Reforma, Televisión Azteca, Multivisión y la educación básica se generaliza, los avances culturales han ido moldeando el rol del ciudadano en escenarios abiertos que permiten demandar los derechos y la

---

<sup>9</sup> Ibid., p. 16.

fortificación de la opinión pública. Los mexicanos conocen situaciones internacionales, competencia entre medios de comunicación, opiniones de otros países; factores que repercuten en ampliar el espectro.

Esta situación se ha ido generalizando internacionalmente y tiene como consecuencia la promoción de relaciones internacionales casi instantáneamente como en el caso del INTERNET.

Es así, como la sociedad mexicana, se ha convertido en un sector de opinión popular y liderazgo, preocupada por las desigualdades sociales, económicas y culturales, además del deterioro del medio ambiente y marginación de grupos. En algunos grupos, se asimila la problemática mundial y la transformación global, además de la adaptación regional de cada país de influencia.

Biendenkopf, intelectual alemán, indica que "el fracaso de los políticos actuales es la falta de conceptualización nueva del destino de los países (...) las respuestas antiguas están obsoletas y los líderes siguen usando las mismas respuestas".<sup>10</sup>

La crisis del liderazgo, el desenvolvimiento de la comunicación y su aparente ilimitada evolución, la contraposición del desarrollo con el subdesarrollo, son aspectos que definen a un Siglo XXI, que exige la incorporación de líderes y la disposición de los grupos seguidores. El debilitamiento del modelo del liderazgo, precisa el análisis de los elementos

---

<sup>10</sup> Casares Arrangoiz. Liderazgo. Capacidades para Dirigir. 2ª Edición, Ed. FCE, México, 1995, p. 12.

que lo componen, las teorías psicológicas y sociales y su desenvolvimiento como fenómeno social.

Los ciudadanos ya no creen en los discursos, impugnan y desconfían de las declaraciones de líderes, intelectuales, políticos y empresarios. Y es este eco ciudadano el que edifica la opinión pública que demanda direcciones que alcancen resultados concretos y que comuniquen la verdad y la realidad. En México, la opinión pública no es piadosa con las declaraciones en relación a sus líderes. Es más, están cansados de la falta de liderazgo de los diferentes gremios. Es común el escuchar que no se le cree a la comunicación transmitida por Televisa o Televisión Azteca, que los intelectuales están con el gobierno, que los líderes empresariales no están interesados en cumplir con la obligación social de la empresa, que la organización electoral es un fraude, el proyecto de recuperación microeconómica no avanza y los representantes sociales están vinculados a los intereses de las élites gobernantes, en fin ... es interminable. Pero ¿es tan caótico el panorama o está exagerado? La realidad es que existe una confusión y debilitamiento del modelo de liderazgo mexicano y más aún del político.

Los elementos que componen esta realidad social y su largo tramo histórico son el presidencialismo, raquitismo partidial, evolución de la sociedad civil, corrupción y dependencia de grupos privados e institucionales y sobretodo el firme enganchamiento de la corrupción con el poder político que impide su evolución hacia la democracia.



Los cambios mundiales perfilan un modelo de liderazgo distinto al que en México se ha desarrollado, conocido como semiautoritario, definido por Roderic Camp, como la combinación de un híbrido liberalismo y autoritarismo político, documentado institucionalmente en la Constitución de 1917, vigente hasta hoy. Siendo que la diferencia entre el semiautoritarismo mexicano y el establecido en otros países, es la falta de continuidad del primero en la dirección ejecutiva, limitada a seis años.

De esta forma, el modelo de liderazgo mexicano actual, se encuentra en crisis. El presente trabajo monográfico, tiene como propósito identificar los elementos que integran la crisis del liderazgo político mexicano y la emergencia de la participación de la sociedad civil.

A partir de la entrada de los tecnócratas el estilo del liderazgo político transforma el esquema del modelo, debido a que son personas cuya génesis la encontramos en el sector financiero y no en los procesos políticos electorales.

Asimismo, el autoritarismo político ha obstaculizado la consolidación de una sociedad civil mexicana madura con altos niveles de conciencia política. Sin embargo, la gravedad de la situación económica, ha generado una sociedad mexicana crítica al sistema y preocupada cada vez mas, por los resultados que ofrezcan sus gobernantes. La sociedad mexicana, se encuentra desilusionada por el gobierno anterior, pero la falta de información, de experiencia en situaciones democráticas le impiden ejercer maduramente sus derechos como ciudadanos.

La conciencia mexicana ha despertado y la crisis económica ha hecho que la sociedad civil como ente participativo evalúe drásticamente al Presidente Ernesto Zedillo. Sin embargo, criticar el rol superficialmente no es efectuar un análisis que se conforme con hechos históricos, procesos internos y externos y fenómenos sociales ocurridos en México. Esta crisis de liderazgo mexicano es profunda y siendo un agente pasivo que se sumerge y sumerge, hundimiento que asoma un futuro incontrolable que puede desembocar en graves consecuencias, como descontentos urbanos, explosiones rurales, crisis sindicales y marginación en participación de políticas internacionales.

Esta monografía descansa en esa preocupación, la información se fundamentó en autores que teorizan al liderazgo como fenómeno social relevante en el desarrollo de cualquier grupo humano. En la segunda parte, se identifican los aspectos y elementos de modelos de liderazgo. Se rescatan componentes teóricos de estudiosos del liderazgo como RM Stodgill, Warren Bennis y Kotter. A la vez, fue de gran ayuda, la aportación del mexicano Casares Arrangoiz, debido a que es un teórico del liderazgo fundamental para comprender el desenvolvimiento del fenómeno directamente en México. Catwright y Zandel son dos psicólogos que han realizado prácticas de modelos de liderazgo apoyados en la Psicología Social.

Posteriormente, se reflexiona acerca del liderazgo enmarcado en modelos políticos, siendo la política el ámbito en donde sobresalen los líderes por tener como función primordial la dirigencia. Este preámbulo establece las bases teóricas para analizar al sistema político mexicano y al

presidencialismo. En esta parte, se incluyeron a autores especialistas en política mexicana contemporánea e historiadores críticos como Arnaldo Córdoba, Francisco Piñón y Lorenzo Meyer. Lo anterior fue sumamente útil para reconocer las raíces del liderazgo mexicano actual y la actuación de la sociedad mexicana en torno a éste.

Se incluye un apartado que integra al liderazgo político mexicano en el modelo neoliberal, análisis que arroja una serie de contradicciones y la entrada del grupo tecnócrata a la élite del poder, cambio radical en el perfil del líder y que actualmente tiene grandes incidencias en la opinión pública y estilo de gobernar. Los componentes teóricos fundamentales y la integración de la política se evalúan entrelazando al liderazgo político mexicano y al fenómeno del presidencialismo. Es preciso observar la situación antidemocrática de México y el modelo del liderazgo personificado en la figura presidencial e institucionalizado en el partido político dominante. Empero, la crisis económica ha forzado y agilizado naturalmente la crisis de los elementos mencionados. Es así, como el presidencialismo es un fenómeno sociopolítico compuesto de tines paternalistas, de clanes de poder y sistemas de represión que han frenado la explosión de la sociedad civil mexicana. El presente, identifica al fenómeno mencionado, su origen, aspectos culturales e influencias externas.

Críticos y analistas del sistema como Roderic Ai Camp, apoyan el marco político en forma teórica y la inclusión de Andrés Oppenheimer y su punto de vista periodístico entrelazan una situación real y actual.

Con el propósito de obtener puntos de vista actualizados y especializados, en la tercera y cuarta parte, se basan las respuestas de entrevistas realizadas con Alfonso Zárate, asesor político; Antonio Ortega, corresponsal de un organismo extranjero; José Buendía, ex corresponsal de un periódico nacional de importante circulación y Humberto Mussachio, colaborador y agresivo periodista, además de ser Director de la revista Mira, dedicada al análisis político. Estos cuatro puntos de vista, basándose en una entrevista cuyas bases se mencionaron, fortalecen este documento, y es un punto generalizado el fatalismo político que vislumbran estos profesionales. Se busca un análisis fresco con gente que se encuentre involucrada en este tema y que periodística y políticamente se encuentre un detonante en el escenario político del liderazgo político mexicano, la crítica dirigida hacia el sistema actual y la actuación del presidente Zedillo, los rasgos históricos que han llevado a aterrizar esta situación de crisis en el presidencialismo; la participación de empresarios, intelectuales, en la consolidación o debilitamiento del liderazgo zedillista; la evaluación del funcionamiento del departamento de comunicación social y algunas sugerencias que se leen entre líneas.

En la cuarta parte, se integra el análisis del manejo de medios de comunicación en la proyección de la imagen presidencial. Se considera a la comunicación social, como un área prioritaria entre la eficiencia de la comunicación entre sociedad civil y solidaridad de los medios con ésta, así como la transmisión del mensaje presidencial. Otro aspecto relevante, es la capacidad de manejar prensa internacional en un mundo supracomunicado y la formación del vocero, figura de vital importancia en el marco internacional.

Este trabajo, incorpora análisis de oportunidad dada la debilidad política del actual modelo de liderazgo en el periodo de 1994 - 1995, la necesidad de integrar a la sociedad civil, el rol del líder presidencial en la integración social y su conducción rumbo hacia la democracia.

En la quinta parte, se retoman los conceptos analizados y se pretende realizar una recomendación para agilizar la inserción al liderazgo mexicano en el siglo XXI, articulando la urgencia de involucrar a la sociedad civil. Una sociedad compleja que posiblemente acelere su integración y defina una personalidad y misiones, exigiendo una cabeza. Probablemente se organice y convierta en una sociedad civil demandante y que rebase, como lo está ya haciendo en algunos momentos por la situación crítica, a los modelos anacrónicos de liderazgos de este país.

## **II. MARCO TEÓRICO. LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA PROPAGANDA.**

"La comunicación consiste en transferir ideas desde una fuente para modificar la conducta de los receptores; con el propósito básico de influir en los demás, para producir un cambio en la conducta de los individuos a quienes vaya dirigida".<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Naghi Namakforoosh, Mohammad. Mercadotecnia Social. Ed. Limusa, México, 1985,

Este trabajo, incorpora análisis de oportunidad dada la debilidad política del actual modelo de liderazgo en el periodo de 1994 - 1995, la necesidad de integrar a la sociedad civil, el rol del líder presidencial en la integración social y su conducción rumbo hacia la democracia.

En la quinta parte, se retoman los conceptos analizados y se pretende realizar una recomendación para agilizar la inserción al liderazgo mexicano en el siglo XXI, articulando la urgencia de involucrar a la sociedad civil. Una sociedad compleja que posiblemente acelere su integración y defina una personalidad y misiones, exigiendo una cabeza. Probablemente se organice y convierta en una sociedad civil demandante y que rebase, como lo está ya haciendo en algunos momentos por la situación crítica, a los modelos anacrónicos de liderazgos de este país.

## II. MARCO TEÓRICO. LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA PROPAGANDA.

"La comunicación consiste en transferir ideas desde una fuente para modificar la conducta de los receptores; con el propósito básico de influir en los demás, para producir un cambio en la conducta de los individuos a quienes vaya dirigida".<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Naghi Namakforoosh, Mohammad. Mercadotecnia Social. Ed. Limusa, México, 1985,

Esta definición es aplicable a la comunicación social, la cual tiene como propósito básico lograr el cambio social. Este tipo de comunicación es utilizada por organizaciones con fines sociales como pueden ser los hospitales, las escuelas, las instituciones de asistencia social, y el gobierno en general, que desarrolla proyectos de comunicación social para promover el cambio en la sociedad y ejercer el liderazgo político.

Ahora bien, el análisis del liderazgo político, particularmente en el contexto de mexicano de presidencialismo en crisis y emergencia de la sociedad civil, debe llevarse a cabo con fundamento en un conjunto de principios, conceptos y teorías, y dado que este análisis se hará desde el punto de vista comunicativo, por lo que es necesario conocer las teorías de la comunicación, considerando además los medios de comunicación en el desarrollo político, económico y social, así como la propaganda y comunicación en el liderazgo político, lo cual se expone en el presente capítulo.

## **2.1. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.**

Como es señalado, cualquier otra actividad de comunicación, tiene que basarse en un conjunto de principios, conceptos y teorías, ya que la causa de muchos fracasos puede ser precisamente la falta de comprensión de los fundamentos.

Así, en esta parte, se exponen las algunas teorías de comunicación como la funcionalista, la estructuralista y la marxista.

### 2.1.1. CORRIENTE FUNCIONALISTA.

◊

Para facilitar el análisis y comprensión de la corriente funcionalista, es conveniente precisar qué se entiende por funcionalismo.

Se entiende por funcionalismo un conjunto de teorías que presentan diversas características pero que, en términos generales, "se ocupa de examinar aquellas consecuencias de los fenómenos sociales que afectan al funcionamiento normal, a la adaptación o al ajuste de un sistema dado: individuos, grupos, sistemas sociales y culturales".<sup>12</sup>

De acuerdo con esta definición, el funcionalismo puede aplicarse a una gran diversidad de temas, dentro de los cuales se encuentra, por supuesto, la comunicación.

Así, la teoría funcionalista aplicada al estudio de la comunicación se centra en el análisis de sus funciones y de la forma en que los medios satisfacen las necesidades sociales.

Un aspecto importante que caracteriza la corriente funcionalista es que "para encontrar constantes en todas las sociedades humanas y elaborar un conjunto de leyes generales que le den una teoría científica o un conjunto interrelacionado de leyes, elabora una serie de problemas funcionales comunes a toda sociedad, con el supuesto de que, bajo la apariencia de

---

<sup>12</sup> Merton, R. K. Social Theory and Social Structure. Citado por De Moragas, Miguel, Sociología de la Comunicación de Masas. Op. Cit., p. 71.



una gran diversidad de conductas, se ocultan los mismos problemas humanos".<sup>13</sup>

De acuerdo con tal característica del funcionalismo, esta corriente se basa en la idea de que los medios de comunicación se convierten en instituciones que cubren ciertas necesidades; por lo que hay que estudiar la comunicación y sus medios desde el punto de vista de su capacidad para cubrir diversas necesidades o colaborar a que realicen adecuadamente sus funciones.

Pero es importante destacar que el análisis funcional no se limita al estudio de las consecuencias útiles, sino que son consideradas tanto las funciones como las disfunciones; estas son contrarias a las funciones y representan resultados negativos de la comunicación.

De Moragas destaca que "no toda consecuencia tiene valor positivo para el sistema social en el que tiene lugar, o para los grupos de individuos implicados. Los efectos que son indeseables desde el punto de vista del bienestar de la sociedad o de sus miembros, son denominados disfunciones".<sup>14</sup>

De cualquier manera, las comunicaciones pueden cumplir con una gran diversidad de funciones.

---

<sup>13</sup> Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información. Ed. Trillas, México, 1986, p. 19.

<sup>14</sup> De Moragas, Miguel. Op. Cit., p. 77.

Así, por ejemplo, la comunicación masiva orientada a la vigilancia del contexto social puede cumplir con funciones de advertencia (peligros naturales, ataques, guerras, etc.), funciones instrumentales (noticias esenciales para la economía y otras instituciones); o bien, de moralización. Pero también pueden observarse disfunciones tales como fomentar el pánico.

Se pueden identificar otras "funciones de la comunicación de masas que son especialmente aplicables a las noticias comunicadas en los medios masivos: *otorgamiento de categoría y observancia de normas sociales*".<sup>15</sup>

Tales funciones se refieren al hecho de que las noticias sobre un individuo de la sociedad realzan el prestigio de éste, dada la importancia concedida a la publicidad y a las relaciones públicas en las sociedades modernas.

Así, al considerar tanto las funciones como las disfunciones de la comunicación, la corriente funcionalista proporciona bases muy importantes para el estudio de cualquier fenómeno comunicativo en la sociedad moderna.

### **2.1.2. TEORÍA ESTRUCTURALISTA.**

Una segunda corriente que ha tenido una importante aceptación en el estudio de la comunicación es la estructuralista, la cual proporciona una

---

<sup>15</sup> Ibid., p. 81.

base teórica con la que el científico social analiza la realidad como una estructura social.

Dentro de esta corriente se destaca el interés del esquema de comunicación tal y como ha sido definido por los esfuerzos sucesivos de Shannon y otros investigadores, "radica en la separación conceptual que establece entre emisor y receptor, situadas en dos lugares diferentes del espacio y del tiempo".<sup>16</sup>

Por otro lado, pone en evidencia la idea de una frontera, la cual está constituida, de hecho, por un medio de transmisión de un lugar o de un punto a otro; de esta forma, establece una zona de contacto que debe franquearse materialmente. Este esquema retoma así uno de los aportes clásicos de la teoría de la forma: el de contorno o frontera que define un organismo.

Ahora bien, la corriente estructuralista considera dicho esquema como un elemento importante para estudiar la comunicación. Esta corriente se basa en el modelo estructural que se entiende como "un conjunto de categorías abstractas, interrelacionadas unas con otras de cierta manera más o menos constante, que se especifica y nos ayuda a entender cómo es que las relaciones humanas significan y, por lo tanto, cómo es que mueven a la acción dentro de esas estructuras de significación".<sup>17</sup>

En la corriente estructuralista se utilizan modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto, basándose en gran

---

<sup>16</sup> Moles, Abraham y Rohmer, Elizabeth. Teoría Estructural de la Comunicación y la Sociedad. Ed. Trillas, México, 1983, p. 61.

<sup>17</sup> Paoli, J. Antonio. Op. Cit., p. 36.

medida en las aportaciones hechas por Ferdinand de Saussure, quien desarrolla un enfoque estructural de la lengua.

Desde este punto de vista, los estructuralistas, interesados en desarrollar modelos para el análisis lógico de los relatos, ayudan a explicar sus relaciones significantes, pretenden elaborar una lingüística que vaya más allá de la frase y, con ello, mostrar las estructuras a través de las cuales el relato se convierte en un medio de comunicación y las cuales hacen posible su comprensión.

En general, el estructuralismo pretende reconstruir las reglas que dan significado a las acciones, a los objetivos, a las palabras, en un proceso de comunicación social.

### **2.1.3. CORRIENTE MARXISTA.**

Al igual que el funcionalismo y el estructuralismo, la corriente marxista tiene una aplicación muy amplia que no puede limitarse a la comunicación, pero que aporta importantes elementos para el estudio en esta área.

Es importante destacar que el marxismo "es una teoría dialéctica del progreso humano. Considera la historia como el desarrollo de los esfuerzos del hombre por dominar las fuerzas de la naturaleza y, en consecuencia, las de producción (interpretación económica de la historia)".<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Meyer, Alfred. "Marxismo". Citado en Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Ed. Aguilar, Madrid, 1979, T. 6, p. 768.

Esta corriente, como otras escuelas socialistas surgidas a principios del siglo XIX, fue una respuesta a las penalidades económicas y sociales que acompañaron al crecimiento del capitalismo industrial en occidente. La herencia intelectual de la que proceden las tesis, las actitudes y los conceptos del marxismo es una síntesis de las diversas corrientes ideológicas de la época, incluidos los postulados del credo democrático y los slogans de la Revolución Francesa.

La doctrina del marxismo postula que, dado que cualquier producción tiene lugar dentro de una organización social, la historia es la sucesión de cambios en los sistemas sociales, el desarrollo de las relaciones humanas dirigidas a la actividad productiva (modos de producción) de la que el sistema económico es la base, y todas las demás relaciones, instituciones, actividades y sistemas ideológicos constituyen la superestructura.

Para el marxismo, la historia es progreso, porque la capacidad del hombre de generar sus fuerzas de producción aumenta continuamente, y es regresión porque, al perfeccionar las fuerzas de producción, el hombre crea una organización social cada vez más compleja y opresiva.

Con base en esta ideología, la corriente marxista desarrolla dos conceptos básicos que son importantes para el estudio de la comunicación; estos son: el concepto de estructura significativa y el de conciencia posible.

El concepto de estructuras significativas se refiere a las organizaciones de los medios de comunicación -concebidos "como una parte de la sociedad

global, que condiciona y es condicionada por ella...-, de tal modo que tiendan a generar o reforzar modos de concebir el mundo".<sup>19</sup>

En este sentido, el conjunto de valores y argumentos presentados por los medios de comunicación implica una finalidad, orientada a que la sociedad juzgue junto con ellos los hechos humanos.

Así, se considera que los individuos están inmersos en estructuras significativas, conforme a las cuales organizan sus concepciones del mundo y de las relaciones sociales. Sus prácticas concretas son elementos para construir sus estructuras significativas, en un proceso de transformación permanente.

Para la corriente marxista es muy importante el estudio de las obras literarias, filosóficas, artísticas, publicitarias, etc., en su contexto, de manera que se puedan identificar sus propósitos y su razón de ser.

Al respecto, Goldmann "considera que no sólo es posible estudiar de manera válida ciertos elementos de la obra fuera del conjunto del que forman parte, que es lo único que determina su naturaleza y su significación objetiva, sino también que la posibilidad de dar cuenta de la necesidad de cada elemento respecto a la estructura significativa global, constituye la más segura guía del investigador".<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Paoli, J. Antonio. Op. Cit., p. 55.

<sup>20</sup> Goldmann, Lucien. Citado por Paoli, J. Antonio. Op. Cit., p. 58.

De esta forma, la estructura significativa es un concepto básico para la teoría marxista de la comunicación. Otro concepto básico es el de conciencia posible, cuyo límite está fijado en cuanto que, para aceptar un pensamiento, debe renunciar a sus intereses de clase.

Es un concepto fundamental para el estudio de la comunicación en la vida social, ya que señala qué tipos de significado no pueden avocarse en común y, aunque se llegaran a entender, serían violentamente rechazados. En términos generales, el límite de la conciencia posible se refiere al caso de que no puede aceptarse como verdadera cierta información, porque ello implicaría desaparecer como grupo; no es sólo porque falten datos o que la forma de interpretarlos sea distinta, sino que los procesos que forman la vida social se cambiarían a tal punto con la nueva manera de informarlos, que los sujetos integrantes del grupo social a que se dirige esta información, no pueden aceptarla ya que, de hacerlo, se eliminaría el equilibrio social que han logrado.

Así, para la corriente marxista, los conceptos de estructura significativa y conciencia posible son la base para el estudio de la comunicación, sobre todo en los grupos sociales, los cuales se encuentra en condiciones de desigualdad.

Cualquiera que sea la corriente teórica que se siga en el estudio de la comunicación, es posible ubicar a la comunicación en el contexto social y político, como se verá en el siguiente punto.

## 2.2. LA COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO SOCIAL Y POLÍTICO.

Las teorías de comunicación vistas anteriormente, son aplicables en general. Pero la comunicación social y la comunicación política difieren de otras formas de comunicación debidas a diversos hechos que es conveniente considerar.

En primer lugar la comunicación social, generalmente se realiza en una sola dirección, aunque existe retroalimentación cuando los receptores dan una respuesta esperada. En segundo lugar, es muy importante la selección del mensaje, el cual además de ser breve y claro, se tendrá que dirigir al público seleccionado mediante los medios apropiados y a la hora precisa.

La comunicación social se distingue por la utilización de medios masivos de comunicación, que el hombre ha creado para llevar sus mensajes a grandes auditorios. Estos medios comprenden diversos canales emisores y conductores de mensajes.

Un medio masivo de comunicación tiene como finalidad, producir, seleccionar y transmitir mensajes, además de ofrecer respuesta al público, al producirse la retroalimentación.<sup>21</sup>

Los medios de comunicación social tienen las siguientes características:

---

<sup>21</sup> González, Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. Ed. Trillas, México, 1984, p. 33.



- a) Necesitan para su desarrollo de organizaciones estables, profesionales y complejas;
- b) siempre se dirigen a un público numeroso;
- c) pueden llegar a cualquier persona;
- d) el público es heterogéneo.

Es conveniente resaltar que el público es heterogéneo porque lo constituyen personas con muy diferentes culturas, provenientes de diferentes estratos sociales, con distintas ocupaciones y por consiguiente, con intereses, modos de vida, niveles de prestigio, de poder e influencia diferentes.

A pesar de las diferencias anteriores, lo cierto es que los medios de comunicación social están más estables en una relación impersonal entre el emisor y el público y este último se le caracteriza por individuos unidos, por un núcleo de interés común, que adoptan una forma similar de comportamiento.

La capacidad que tienen los medios de comunicación de masas para llegar a los grandes públicos y ejercer un efecto sobre ellos, como una forma de comunicación social, es tema de discusión de las llamadas 'teorías de la comunicación social' que surgen como ramas específicas de la sociedad funcionalista estadounidense, cuyos supuestos teóricos se inscriben dentro de las corrientes del positivismo europeo del siglo XIX. Los objetivos primordiales de estas teorías consisten en obtener el conjunto de evidencias necesarias para legitimar a la sociedad.

Estas teorías evalúan las funciones que coadyuvan a la integración de los actores sociales al sistema consagrado de roles, y por el otro, las disfunciones o desviaciones de las normas establecidas que pudieran producir efectos de perturbaciones en el orden social vigente.

Continuando con las teorías de la comunicación social, se debe decir que dentro de éstas destacan dos variantes: 1) el análisis de contenido de los mensajes masivos, y 2) los estudios relativos a los efectos de medios y mensajes sobre distintos grupos sociales.

En primer instancia, se menciona al análisis de contenido que según Merton "una de las primeras misiones de análisis de contenido es proporcionar pistas para las reacciones probables a la propaganda".<sup>22</sup> No obstante, este estudio no sólo se refiere a analizar el contenido de la propaganda, sino que también puede analizar la información y los discursos emitidos por los medios. "Es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones".<sup>23</sup>

Este tipo de estudio, es utilizado para identificar las inferencias acerca del emisor del mensaje, tales como su inteligencia, personalidad, actitudes, motivos, valores y metas que persigue al expresarse en forma oral o escrita. Por otra parte, también sirve para detectar, para saber qué mensajes son comprendidos, cuáles recordados y qué clase de mensajes son determinantes para que la gente actúe.

---

<sup>22</sup> Merton, citado por Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Introducción a la Pedagogía de la Comunicación. Ed. Trillas, UAM, México, 1990, p. 20.

<sup>23</sup> Berelson, citado por Blake, Reed y Haroldsen, Edwin en Taxonomía de Conceptos de la Comunicación, Ed. Nuevomar, 4ª reimpresión, México, 1988, p. 154.

En segunda instancia están los estudios relativos a los efectos de medios y mensajes, que en sus inicios fueron el producto de la confluencia de la sociología funcionalista y la psicología conductista. Es decir, que se basa en el planteamiento psicológico de estímulo/respuesta. Aquí, los hechos de comunicación, o sea, los mensajes son los estímulos que causaran reacciones en la audiencia.

Con base en ese planteamiento, se crearon teorías relacionadas con el estímulo/respuesta, con algunas variantes. Dentro de ellas, están la teoría de las diferencias individuales, la cual "pretende romper con la idea de la uniformidad de los públicos, diferenciando en los destinatarios principios de atención y de percepción selectivas, condicionados por la estructura de su personalidad".<sup>24</sup> Esto es que los efectos de los medios sobre la audiencia no son considerados uniformes, sino distintos de una persona a otra como consecuencia de las diferencias individuales de estructura psicológica.

Otra de las teorías es la de las categorías sociales, que afirma que "personas con características sociales semejantes, mostrarán un comportamiento de comunicación masiva similar. Este comportamiento incluye exposición a los medios, preferencias efectos de la comunicación, etc."<sup>25</sup> Dentro de las categorías sociales que están en esta teoría se encuentran: la educación, el ingreso, la ocupación, el factor racial, la religión, la edad, el sexo y la ubicación geográfica.

---

<sup>24</sup> Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Op. Cit., p. 22.

<sup>25</sup> Blake y Haroldsen. Op. Cit., p. 137.

La teoría de las relaciones sociales es uno más de los estudios de los efectos, y "postula la hipótesis de que los mensajes de comunicación masiva no siempre llegan a todos los miembros de su auditorio final en forma directa. A veces lo hacen por un proceso en dos etapas: llegan primero a un sector de la sociedad que luego los pasa a otros".<sup>26</sup> Es decir, que esta teoría toma en cuenta que el hombre no es un ser aislado, y que por lo tanto, participa dentro de una sociedad con la que comparte sus ideas acerca de los mensajes de los medios. Esta corriente intenta estudiar los efectos evaluando la mediación de líderes de opinión, que reciben la noticia de primera mano para posteriormente retransmitirla a conocidos y amigos con una interpretación propia de acuerdo a sus intereses.

Una teoría más es la de las normas culturales que argumenta que "los medios masivos, a través de una presentación selectiva y del énfasis que ponen en ciertos temas, crean en su público impresiones de que las normas culturales comunes referentes a dichos temas, están estructuradas o definidas en determinada forma específica. Puesto que el comportamiento individual es generalmente guiado por normas culturales (o por las impresiones de actor de lo que son las normas) respecto a una idea o situación determinada, los medios servirían indirectamente para influir sobre la conducta".<sup>27</sup>

Y por último, está la teoría de los usos y gratificaciones, que bien se podría insertar dentro de la teoría de las diferencias individuales, como una derivación de ésta. El planteamiento de los usos y gratificaciones es "un

---

<sup>26</sup> Ibid., p. 139.

<sup>27</sup> Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Op. Cit., p. 22.

rótulo general para un conjunto aún no sistematizado de específicos puntos de vista teóricos, unidos por un énfasis compartido sobre un público activo de los medios".<sup>28</sup>

Es decir, que este enfoque argumenta que la interacción de las personas con los medios masivos puede explicarse por los usos que dan al contenido de los medios y/o a las gratificaciones que reciben. Como se observa, aquí el efecto de la comunicación de masas es entendido como consecuencia de las gratificaciones de necesidades experimentadas por el receptor; convirtiendo a emisor y receptor en partes activas en el proceso de comunicación.

Bajo este precepto, se señala que los medios de comunicación masiva no son las únicas fuentes de satisfacción respecto a una necesidad determinada: "el contexto sociocultural y relacional en el que son vividas las alternativas funcionales contribuye a formar, describir y <<prescribir>> la accesibilidad, el uso y funcionalidad de los media".<sup>29</sup>

En este caso, los medios de comunicación deben estar enterados de las necesidades más probables de los receptores, con lo cual podrán dar solución a los problemas que el receptor enfrenta al pertenecer a una estructura social, atenuando éstos percances por medio del otorgamiento de gratificaciones. En el caso de la comunicación social de la que se valen los líderes políticos, la gratificación que puede ofrecer a la audiencia, es el

---

<sup>28</sup> De Fleur, M. L. y Rokeach, S. Ball. Teorías de la Comunicación de Masas. 4ª reimpresión, Ed. Paidós, México, 1989, p. 254.

<sup>29</sup> Wolf, Mauro. Op. Cit., p. 87.

cumplimiento de su función en aspectos como el desarrollo social y económico.

Para Joseph T. Klapper, la investigación de comunicaciones ha revelado "que en términos generales, las personas tienden a leer, observar o escuchar las comunicaciones que presentan puntos de vista, con los cuales sienten afinidad o simpatía y tienden a evitar comunicaciones de carácter diferente... La investigación también ha demostrado que las personas recuerdan el material que refuerza su propio punto de vista, mucho mejor que aquél que combate ese modo de pensar... la percepción o interpretación también es selectiva. Con esto se quiere decir que las personas que están expuestas a comunicaciones hacia las que no sienten proximidad o simpatía, probablemente deformen el contenido de manera que terminan por percibir el mensaje como si éste reforzara su punto de vista".<sup>30</sup>

De la posición de Klapper se puede deducir que si las personas tienden a exponerse a comunicación social, según sus puntos de vista e intereses, evitando otro tipo de material y tendiendo además a deformar otra información, tal como la recuerdan, entonces es poco probable que la comunicación de masas modifique sus puntos de vista y que, por el contrario, este tipo de comunicación refuerce su modo de pensar.

Por otro lado, se considera que un mensaje eficazmente persuasivo, tiene la propiedad de alterar el funcionamiento sociológico del individuo, en tal forma que responda explícitamente con formas de conducta deseadas o

---

<sup>30</sup> Klapper, Joseph T. "Los efectos Sociales de la Comunicación de Masas", Citado en La Ciencia de la Comunicación Humana. Ed. Grijalbo, México, 1982, pp. 82-83.

sugeridas por el persuasor. Esto significa que la clave para la persuasión efectiva, reside en modificar la estructura psicológica interna del individuo, de manera tal, que la relación psicodinámica entre los procesos internos latentes (motivación y actitudes) y la conducta manifiesta y explícita lleve a los actos deseados por el persuasor.

Las teorías psicológicas sobre la comunicación, la percepción y el aprendizaje, así como también el psicoanálisis han sugerido formas a través de las cuales, la persuasión se vincula a actitudes opiniones, temores, conceptos sobre uno mismo, percepciones de credibilidad sobre las fuentes, refuerzo y muchas otras variables entre las que destacan: la ambición de mejorar el propio status, el deseo de aprobación social, las ansiedades, las opiniones, la vanidad entre otras.

Sin embargo, no existen hasta la fecha, estudios estadísticos sobre el verdadero impacto de la persuasión en el público, a través de los medios de comunicación masivos, particularmente de carácter social.

Nuestra opinión es que los mensajes emitidos por conducto de los diferentes medios, pueden influir en forma persuasiva o manipuladora sobre la conducta del público, pero es necesario considerar que actúan dentro y a través de un conjunto de factores e influencias sociales y del entorno del individuo o de la sociedad en su conjunto.

Por otro lado, en relación a la comunicación política, cabe señalar que hay múltiples niveles en que las relaciones entre el sistema de comunicación de una sociedad y el sistema político pueden variar de acuerdo con el contexto

social y económico, pero en términos generales, la comunicación política se relaciona con aspectos tales como la modernización, el desarrollo y por supuesto, la participación política.

Respecto a la modernización y el desarrollo, cabe destacar que "la teoría de la modernización clasificaba a las naciones de acuerdo con una serie de etapas", empezando por la sociedad 'tradicional' y culminando en la sociedad 'moderna'. Junto a este proceso unidireccional se dan cambios en cuanto a los medios de comunicación social: de los medios interpersonales 'tradicionales' hacia el uso intensivo de los 'modernos' medios masivos y de instituciones políticas autoritarias hacia sistemas más liberales y democráticos...

El proceso a través del cual se transforman así los países subdesarrollados otorga un papel central a la comunicación".<sup>31</sup>

"Al tratar de analizar los roles políticos de los medios, los investigadores han hecho dos tipos de preguntas principales: primero, ¿Cómo han sido (o pueden ser) utilizados los medios masivos para crear apoyo a los regímenes existentes dentro de los cuales operan los medios? Segundo, ¿cómo han sido utilizados los medios masivos para canalizar y controlar la actividad política de la población de un país? La primera pregunta se ha planteado en términos de los que se ha dado en llamar 'socialización política' mientras que la segunda corresponde a la 'participación política'.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Chaffee, Steven y Pedro F. Hernández Ramos. "Comunicación Política". Citado en La Comunicación Humana Ciencia Social. Ed. McGraw-Hill, México, 1986, p. 337.

<sup>32</sup> Ibid., p. 340.



Una de las formas más evidentes en que los medios masivos han sido utilizados para canalizar y controlar la actividad política de la población es precisamente la participación política.

"La participación política ocurre, intensamente, en varias estructuras características de la democracia representativa. Me refiero, por una parte, a los partidos políticos; por la otra, a los órganos electorales, renovados últimamente.

Es obvio que los ciudadanos pueden participar políticamente en forma individual o al través de formaciones o fórmulas ocasionales, eventuales o transitorias. Empero, la existencia de corrientes diversas -de ideología o de interés- en una comunidad sustenta naturalmente la creación de partidos que reúnan contingentes ciudadanos numerosos -a través de la afiliación individual o colectiva- e induzcan, además, el apoyo y la simpatía de otros grupos no afiliados formalmente a la asociación política. De esta suerte aparecen y se desenvuelven los partidos".<sup>33</sup>

De esta forma, la expresión participación política se refiere a aquellas actividades voluntarias mediante las cuales los miembros de una sociedad participan en la selección de sus gobernantes y, directa o indirectamente, en la elaboración de la política gubernamental. Los gobiernos y líderes políticos se valen de los medios masivos de comunicación para promover la participación de la sociedad en estos aspectos, aunque en algunos casos

---

<sup>33</sup> La Participación Comunitaria Municipal. Instituto Nacional de Administración Pública. Guía Técnica 14. INAP, p. 83.

no se logran los resultados deseados si no se manejan adecuadamente los canales de comunicación política.

Al respecto, Leonardo Tomasetta manifiesta que "vinculados con el problema de la participación política, los derechos del hombre sostenidos por los liberales <<estimulan más la abstención que la acción>>. En cambio, cuando esos mismos derechos son fijados en función de una necesidad cuya consagración representan, <<el pueblo no participa ya en el ejercicio del poder estatal para impedir a los gobernantes que atenten contra la independencia de las iniciativas individuales y contra el libre juego de las fuerzas económicas, sino que utiliza los derechos políticos para promover una reforma de la estructura social y, si es necesario, para operar en ella una revolución>>".<sup>34</sup>

La participación pervive en virtud de su capacidad para proporcionar beneficios a aquellos que la cultivan. Los observadores políticos, a través de los tiempos, han atribuido la actividad política del hombre a su impulso de poder, competencia, éxito, afiliación, agresión, dinero, prestigio, posición, reconocimiento, aprobación, intervención, comunidad de sentimientos, responsabilidad; es decir, prácticamente a todas las necesidades que impulsan el comportamiento humano. Desgraciadamente, los datos sistemáticos sobre la frecuencia relativa y la influencia de todos y cada uno de estos motivos son extremadamente escasos. No conocemos ni si la participación política satisface ciertas necesidades que no son satisfechas por otra clase de empeños, ni si los motivos que inducen a formas de participación costosas desde el punto de vista de la actividad o psicológico.

---

<sup>34</sup> Tomasetta, Leonardo. Participación y Autogestión. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1972, p. 32.

Además de la distinción entre activa y pasiva, se puede clasificar la participación en función de su finalidad: esto es, instrumental en cuanto opuesta a expresiva o gratificante. Las actividades políticas instrumentales se orientan primordialmente hacia objetivos concretos, tales como la victoria del partido, la aprobación de un proyecto de ley o el encumbramiento de la propia posición, influencia o ingresos. Las actividades expresivas o gratificantes tienden a la satisfacción más inmediata o a dar paso libre a los sentimientos: así el ejercicio del voto puede ser acto más gratificante que instrumental para aquellos que se preocupan menos por el resultado que por el sentimiento positivo de que disfrutan al momento de depositar su voto; del mismo modo que la intervención en desfiles y paradas puede convertirse en una forma ritualista de comportamiento gratificante. Para otras personas, cuya principal preocupación es el logro de ciertas metas, el propio acto de votar sería de tipo instrumental. La mayoría de conductas incluyen, e cierto grado, propósitos de naturaleza instrumental y gratificante.

Por otro lado, como se ha señalado, los medios masivos de comunicación han sido utilizados para crear apoyo a los regímenes existentes, a través de la socialización política, la cual es entendida como "el proceso por el cual los nuevos miembros de la sociedad adquieren información sobre el sistema político de la nación. La mayoría de los estudios de socialización política investigan las formas en que los niños desarrollan sus cogniciones acerca de las características políticas de su país".<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Chaffee, Steven y Pedro F. Hernández Ramos. Op. Cit., p. 342.

A través de la socialización se trata de difundir la nueva cultura de la gobernabilidad democrática que estaría definida por un conjunto de ideas y valores capaces de determinar los límites, las medicaciones, las posibilidades y los intercambios entre el gobierno, el mercado y la sociedad civil en un mundo globalizado. Se trataría de una cultura que habría de incorporar a los valores tradicionales de la democracia (libertad, tolerancia, respeto a las minorías, etc.), las condiciones exigidas por las necesidades de gobernar a las sociedades complejas; una cultura de pesos y contrapesos, de demandas ciudadanas responsables frente a un Estado obligado a rendir cuentas, pero también de una participación ampliada mediante canales institucionalizados; una cultura que tolere las diferencias, pero que sea capaz de resguardar espacios para ciertas decisiones unificadoras; una cultura que, en definitiva, logre integrar orden y libertad, justicia y eficiencia, en un marco democrático y de desarrollo socioeconómico equilibrado.

La socialización política no permite que el Estado se convierta en único actor de las decisiones políticas, económicas y sociales, responsables de todo y por todos. Pero nunca consentirá ser un Estado ausente, incapaz frente a los excesos del mercado e irresponsable ante los rezagos y necesidades sociales.

La socialización política es el medio principal por el que se presta o retira el consentimiento en una democracia y se asegura la responsabilidad de los gobernantes ante los gobernados. Puesto que los hombres únicamente pueden ser iguales y libres si conocen el régimen político que los gobierna y participan en la determinación de sus propios asuntos, la socialización y la

participación política se han visto también como un medio para realizar estos objetivos democráticos, y para promover dicha socialización y participación, los medios masivos juegan un papel determinante.

### **2.3. INTERACCIÓN ENTRE SISTEMA SOCIAL Y SISTEMA DE COMUNICACIÓN.**

Un aspecto que se debe considerar en el estudio de los proyectos de comunicación social y propaganda utilizados en el liderazgo político, es precisamente la interacción del sistema de comunicación y el sistema social, considerando la ubicación del emisor en el sistema social, el cambio social y la opinión pública, así como los principales tipos de intercambios entre ambos sistemas.

#### **2.3.1. UBICACIÓN DEL EMISOR EN EL SISTEMA SOCIAL.**

Un área de análisis comunicativo que permite ubicar al emisor en el sistema social identificando la interacción de éste con el sistema de comunicación "es la de los estudios sobre los emisores y sobre los procesos productivos en las comunicaciones de masas... su importancia está vinculada al hecho de ofrecer la posibilidad concreta de conjugar las dos principales tendencias

de análisis, la sociológica y la específicamente comunicativa... uno de los resultados significativos de este ámbito de análisis ha sido el de desideologizar el análisis y el debate sobre las comunicaciones de masas en general y sobre el sector de la información en particular, propiciando al mismo tiempo una mayor atención hacia las evidencias proporcionadas por el trabajo de investigación".<sup>36</sup>

Es conveniente retomar la importancia del emisor, ya que generalmente los modelos de comunicación habían enfatizado el estudio del mensaje y sus efectos, descuidando el estudio de los comunicadores. Paralelamente al reconocimiento de la centralidad social de los medios y el cambio de teoría comunicativa, se ha desarrollado el estudio de los emisores.

"Dos han sido las corrientes que han caracterizado esta tendencia: la primera -vinculada a la sociología de las profesiones- ha estudiado a los emisores desde el punto de vista de sus características sociológicas, culturales, de los estándares de carrera que siguen, de los procesos de socialización a los que están sometidos, etc. Desde esta perspectiva, por tanto, son estudiados algunos factores <<externos>> de la organización del trabajo, que influyen en los procesos productivos de los comunicadores".<sup>37</sup>

Desde este punto de vista, un líder político que se dirige a la sociedad como comunicador debe tomar en cuenta los siguientes principios para lograr la persuasión del público:

---

<sup>36</sup> Wolf, Mauro. Op. Cit., p. 201.

<sup>37</sup> Ibid., p. 203.

"1) *Principio de Identificación.* La gente no hará caso de una idea, opinión o punto de vista, amenos que vea claramente que afecta sus temores o deseos personales, sus esperanzas o aspiraciones.

*Su mensaje debe expresarse en términos que interesen a su auditorio.*

2) *Principio de Acción.* La gente no acepta ideas separadas de la acción.

*A menos que se proporcione a la gente un medio de actuar, tenderá a no hacer caso a los llamamientos que reclaman su acción.*

3) *Principio de Familiaridad y Confianza.* Todos nosotros aceptamos ideas solamente de aquellos en quienes confiamos.

*A menos que quien oiga tenga confianza en quien habla, no es fácil que le escuche o le crea.*

4) *Principio de Claridad.* Lo que vemos, leemos y escuchamos, lo que suscita nuestras impresiones, ha de ser claro y no estar sujeto a diversas interpretaciones.

*Para comunicar se han de emplear palabras, símbolos o frases hechas que pueda entender y comprender quien los recibe".<sup>38</sup>*

---

<sup>38</sup> Vázquez Montalbán, Manuel. Las Noticias y la Información. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, España, 1974, pp. 59-60.

De esta forma, el líder político, como comunicador logra construir una imagen positiva, esforzándose por crear estructuras y canales de comunicación que, al favorecer la libre circulación de las comunicaciones esenciales, permiten a cada miembro del grupo sentirse informado, interesado, responsable y solidario.

### **2.3.2. EL CAMBIO SOCIAL Y LA OPINIÓN PÚBLICA.**

El estudio de los medios de comunicación y su relación con el sistema social, implica determinar cómo influyen dichos medios en el cambio social y su efecto sobre la opinión pública. Así, después de haber visto los aspectos más relevantes sobre los emisores de las comunicaciones en el sistema, corresponde ahora hacer referencia a la opinión pública como receptora de las comunicaciones de tales emisores, que pueden ser particularmente los líderes políticos.

En primer lugar, hay que definir el cambio social como "el proceso por el cual ocurren alteraciones en la estructura y las funciones de un sistema social. Cuando las innovaciones se inventan, se difunden, y se adoptan o se rechazan, conduciendo a determinadas consecuencias, ocurre el cambio social".<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Rogers, Everett. "Comunicación y Cambio Social". Citado en La Comunicación Humana Ciencia Social. Ed. McGraw-Hill, México, 1986, p. 293.



Los líderes políticos promueven el cambio social, generalmente bajo el concepto de desarrollo, destacando la importancia de lograr avances de carácter social y material para la mayoría de la población.

Es importante destacar que en el pasado los cambios sociales se intentaban mediante la fuerza y la violencia; pero se espera que en el futuro, los promotores del cambio, como los líderes políticos, lo logren por medio de la comunicación persuasiva.

Para difundir los logros en el cambio social, los líderes políticos se valen de los medios de comunicación, a través de los cuales dan a conocer, o prometen, cambios en el bienestar y un mayor desarrollo.

Esta difusión del cambio social es facilitada en gran medida por el desarrollo de la prensa que permite no únicamente una comunicación lineal o en un sólo sentido, sino que hace posible un proceso en el cual los participantes crean y comparten información recíprocamente.

"Vale la pena mencionar otras líneas de modificación al ideal de la prensa libre, en parte porque representan tendencias cuya importancia aumentará en los años venideros. Una de esas líneas promueve el acceso a los medios. Ahora que los modernos sistemas de comunicación se caracterizan por ser *grandes y escasos*".<sup>40</sup>

A través de un mayor acceso a los medios de comunicación, éstos tienen el potencial de efectuar importantes contribuciones al cambio social que

---

<sup>40</sup> Schramm, Wilbur. "Responsibility in Mass Communication". Citado por Fernández Collado, Carlos. La Comunicación Humana, Ciencia Social. Ed. McGraw-Hill, México, 1986, p. 318.

promueven los líderes políticos. En este sentido, se considera que "la comunicación es indispensable para el cambio social".<sup>41</sup>

Como se verá en el caso del liderazgo político mexicano, los medios de comunicación de masas a través de los cuales se transmite tratan de causar cambios sociales, ya que el gobierno valiéndose de la comunicación busca cambiar la percepción que la población tenía tradicionalmente del aparato gubernamental para ganar el apoyo de las masas, promoviendo el desarrollo.

Desde el punto de vista social, la comunicación puede considerarse como el diseño, implantación y control de programas que procuran aumentar la aceptación de una idea social, causa o práctica por un grupo o grupos que se tiene como meta, de manera que la difusión del cambio social es una de las prioridades de este tipo de comunicación, utilizando los medios masivos para maximizar la respuesta de la opinión pública.

En un marco amplio, el estudio de la opinión pública significa la identificación de segmentos de la población preocupados por determinado asunto y que, en consecuencia, responden a productos o servicios que reflejan esa preocupación.

Los principales supuestos en los que se basa la opinión pública como un aspecto primordial en la difusión del cambio social a través de los medios de comunicación son los siguientes: "1) la comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y

---

<sup>41</sup> Chaffee, Steven y Pedro F. Hernández Ramos. Op. Cit., p. 337.

responsables de la comunidad; estos adultos tienen el derecho y el deber de discutir los problemas públicos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad; 3) de esta discusión puede resultar cierto grado de acuerdo; el consenso será la base de la acción pública".<sup>42</sup>

Para nuestros fines, ubicamos los medios de comunicación en el cambio social, reflejando la preocupación de un determinado segmento de la opinión pública por determinados asuntos, cuya meta no es obtener ganancia, sino mejorar la situación de la población en su conjunto. En otros términos, como la aplicación de las técnicas de mercadotecnia encaminadas a resolver problemas sociales complejos sin fines de lucro.

Cualquiera que sea el propósito específico del cambio social, éste tiene que ser encaminado a solucionar o hacer visibles conflictos que envuelven a la sociedad, utilizando a la comunicación como móvil de proyección para lograr diferentes efectos en la opinión pública.

De esta forma se puede decir que el cambio social es un principio que maneja el Estado como uno de sus fines, el cual no se puede lograr sin alguna forma de comunicación.

### **2.3.3. TIPOS DE INTERCAMBIOS ENTRE EL SISTEMA SOCIAL Y EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN.**

---

<sup>42</sup> Young, K. "Opinión Pública". Citado en Opinión Pública y Propaganda, Ed. Paidós, México, 1991, p.13.

El sistema social (SS) puede verse afectado por el sistema de comunicación (SC) o viceversa, existiendo un intercambio entre ambos, el cual puede clasificarse en las siguientes modalidades:

*"a) Cambios del Sistema Social que pueden reflejarse en una transformación de la Comunicación de Masas.*

Cabe analizar los intercambios que se inician en una modificación de (SS) a dos niveles:

- A nivel del control que ejercen las instituciones políticas sobre el funcionamiento del Sistema Comunicativo.

Cuando en la sociedad unos nuevos Agentes consiguen el poder, es posible que se produzca un relevo de los Mediadores y de los propios medios, porque la comunicación de masas es un aparato en cuyo control suelen interesarse los poderes públicos.

- A nivel de las innovaciones que encuentran una referencia en la producción comunicativa.

Cuando en el ecosistema social surgen otros sujetos, objetos y situaciones sobre los cuales comunicar y se transforman las evaluaciones que se consideran legítimas o deseables, en los productos comunicativos es probable que aparezcan y desaparezcan ciertos temas, determinados personajes, unos u otros juicios de valor".<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Martín Serrano, Manuel. La Producción de Comunicación Social. Cuadernos del

*"b) Transformaciones del Sistema de Comunicación de Masas que pueden afectar al Sistema Social.*

También es posible analizar los intercambios que comienzan con una modificación del (SC) a dos niveles:

- A nivel del control que ejercen los MCM sobre el Sistema Político.

Cuando en los productos comunicativos se defiende otro orden social u otra acción social, cabe que el funcionamiento institucional se ve afectado, porque toda organización política precisa de legitimación y la legitimidad que los ciudadanos conceden al orden político depende, en alguna medida, de la imagen que los medios de comunicación les ofrecen de las instituciones y de sus actuaciones.

- A nivel de las orientaciones que proponen los MCM para la acción social.

Cuando en los relatos se ofrecen interpretaciones nuevas del entorno social y de lo que en su ámbito acontece o podría acontecer, es posible que tales descripciones contribuyan a una modificación de las representaciones colectivas y que ese cambio en la visión del mundo sea uno de los factores que dinamizan los comportamientos de los grupos o de los sujetos individuales".<sup>44</sup>

---

Coneicc, México, 1989, pp. 11-12.

<sup>44</sup> Ibid., p. 12.

Como ha quedado expuesto, los medios de comunicación pueden tener intercambios muy diversos en el sistema social, y en el caso de su utilización en los proyectos de comunicación del Estado, particularmente del liderazgo político, es especialmente importante su efecto en la sociedad, por lo que, como se ha visto los medios de comunicación son considerados como objeto de cambio social, por lo que existe un intercambio entre el sistema de comunicación y el sistema social.

Si consideramos uno de los aspectos más positivos de los medios de comunicación, nos daremos cuenta que uno de sus objetivos principales es ampliar las oportunidades educativas y culturales; elevar los niveles culturales y dar mayor difusión a la información dentro de la sociedad; es decir, busca fomentar las buenas relaciones entre las sociedades; y favorecer el cambio económico y social.

Lo anterior, se lograría planificando las actividades de los medios de comunicación, teniendo en cuenta mucho más de cerca las necesidades, las capacidades y los intereses de quien se espera beneficiar.

De acuerdo con lo expuesto, se puede decir que la comunicación tiene diferentes intercambios y efectos recíprocos sobre el sistema social en el cual se inserta; para nuestro estudio, interesan particularmente los intercambios y efectos relacionados con el desarrollo político y social, ya que es a estos a los cuales se orientan los programas de comunicación social del Estado y que utilizan los líderes políticos para alcanzar sus fines.

El propósito esencial de la comunicación social en los programas del Estado, es frenar un problema social o desaparecerlo, a través del cambio de actitudes necesarias para lograrlo, ejerciendo el liderazgo político.

En otros términos, el propósito principal de los programas de comunicación desde el punto de vista social es modificar las opiniones, actitudes o comportamientos de ciertos sectores de la población, buscando con ello consolidar el liderazgo político.

También su propósito es instruir y educar, mediante el uso de campañas sociales. Para que la comunicación pueda cumplir sus metas en el desarrollo político, económico y social, primero debe concientizar a la población de la existencia del problema. Cuando esto ya ha ocurrido, el siguiente paso es divulgar las consecuencias del problema para que la sociedad valore la magnitud del hecho. Por último se debe prevenir y dar solución al problema social.

#### **2.4. LA PROPAGANDA.**

Después de haber visto los aspectos generales sobre la comunicación, corresponde ahora abordar aspectos más específicos sobre la propaganda, ya que es a través de estos elementos que el Estado enfoca sus programas comunicativos, por lo que se deben exponer sus aspectos más relevantes como fundamento para el análisis del liderazgo político.

Se puede hablar de la propaganda como un instrumento para vender ideas e intereses políticos. Sin embargo, su problema real es que sin dinero, no trasciende; en estos tiempos el orador utiliza los medios más que mítines públicos. Se podría decir, que tanto los productos y líderes se anuncian con la misma idea mercantil, solo que depende de costos.

Hablando de su origen, la palabra propaganda viene del latín *propagare*-propagarse, sembrar, extender, generar o reproducir. Trabajo que se hace para difundir algo.

La propaganda es un arsenal de artefactos persuasivos y dominantes que el hombre utiliza como base fundamental del oficio que Platón llamo el más importante de todos el oficio político.

A la propaganda la podemos considerar como una función vital e imprescindible del Estado moderno. Técnica profesional con carácter de belicidad: Lucha entre adversarios. Con la propaganda se combate por ideas e intereses, por encima de todo, para conquistar y conservar el poder.

Adolfo Hitler, en su libro "Mi Lucha", escrito en 1924, tiene de la propaganda una noción clara: "Toda acción de propaganda ha de ser necesariamente popular, adaptando su nivel intelectual a la capacidad receptiva del más limitado de aquellos a los cuales está destinada".<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> Hitler, Adolfo. Mi Lucha. Ed. Latino Americana, México, 1960, p. 88.



Para él, la propaganda debe preceder a la organización. En este libro, también expone que el triunfo de una idea es posible cuando más vastamente haya obrado en la opinión pública; la acción de la propaganda.

Para Hitler en un principio la propaganda solo era prensa, y hasta la década de los treinta también consideró de gran importancia a la cinematografía y se apoya en ellas para magnificar su imagen en los desfiles y concentraciones sobre el escenario.

En el sentido nato, la propaganda es el uso deliberado de métodos de persuasión u otras técnicas simbólicas, a fin de cambiar las actitudes e influir sobre la acción. En el sentido limitado la propaganda se definió como una tentativa de influir en las actitudes de gran cantidad de personas respecto a temas importantes para un grupo.

Propaganda es un mecanismo destinado a influir sobre nuestras creencias, se vale de la creación del mito y la leyenda (relatos sobre historia nacional, religión e iglesias, partidos políticos y los hombres destacados), que son necesarios para preservar nuestro estado de ánimo. Su propósito es modificar o crearlos al ejercer su influencia sobre nosotros, el propagandista, tiene en cuenta el hecho de que pertenezcamos a determinados grupos.

Propaganda es un procedimiento deliberado para aumentar los efectos de los medios que empleamos para mantener nuestro estado de ánimo y el orden social.

En lo que se refiere a nuestros propósitos, se puede decir que la propaganda es el uso deliberado, planeado y sistemático de símbolos con el propósito de alterar y controlar las opiniones, ideas y valores; y en última instancia de modificar la acción manifiesta según ciertas líneas predeterminadas.

Así, dentro de los programas de comunicación social del Estado, la propaganda constituye una poderosa herramienta para lograr sus fines, especialmente el de liderazgo político, el gobierno puede utilizar la propaganda política para controlar las opiniones de la población y cambiar sus patrones de conducta, particularmente en lo que respecta a la organización colectiva y su relación con el gobierno.

Podemos identificar tres elementos definitorios de propaganda:

1. La propaganda busca modificar o crear una actitud con respecto a un tema político.
2. Después de modificar la actitud, procura llevar al sujeto a una acción concreta.
3. Para lograr su objetivo acude a todo tipo de elementos, tales como: manifestaciones, música, impresos, discursos, banderolas, escudos y la información de símbolos y mitos.

Consideramos que la propaganda es un mecanismo destinado a influir sobre nuestro sistema de creencias. Aquí se vale la creación del mito y la leyenda. Mediante diversas técnicas de manipulación de símbolos, el

propagandista influye sobre nuestras actitudes o ideas, es decir, el ejerce su influencia sobre nosotros y tiene en cuenta el hecho de que pertenezcamos a determinados grupos.

Al desarrollar el nuevo mito y leyenda hay que incitar viejas motivaciones como seguridad económica, personal, grupal, prestigio y dominio, satisfacción, amor, bienestar... (propaganda de consolidación) o suscitarse un deseo de nuevas experiencias y aventuras. Una argumentación que toca una o más de estas motivaciones es efectiva.

La propaganda es utilizada a menudo para influir en nuestros juicios de valor. La cual la podemos definir como propaganda encubierta o velada, no conoce los propósitos ni las fuentes del mensaje. No saben quien inicia la campaña y a menudo ignoran su propósito básico, y la propaganda manifiesta y evidente, se conoce el propósito y la fuente del material. Ej., campañas políticas, para cáncer, etc., (es muy utilizada en la publicidad moderna).

Al contrario de las decisiones políticas, la propaganda no surge del poder. Quienes la realizan no pueden actuar sobre la situación del consumidor, sino sólo sobre sus intenciones. Existen dos tipos de estrategias que permiten actuar sobre las intenciones de los demás, una positiva y otra negativa, es decir, puede intentar como él le pide; puede intentar convencerle de que será malo el que no actúe como lo pide. Pero, de hecho la publicidad no puede apenas recurrir más que a la estrategia positiva, a la persuasión.

La propaganda se relaciona con la persuasión, la conversión y el empleo de la argumentación u otro tipo de comunicación verbal, a fin de cambiar las actitudes de las personas y, en definitiva, influir sobre sus acciones, como medio de producir el cambio, puede oponerse al uso de la violencia o de la fuerza.

La propaganda lleva al mito político, con todos los ingredientes humanos del elogio y la admiración, la ascendencia y el prestigio.

En una buena propaganda primero hay que producir sorpresa, y al final convencimiento; se habla para obtener un determinado efecto. Con la propaganda se combate por ideas e intereses, por encima de todo, para conquistar y conservar el poder; ya que es una técnica profesional con carácter de belicosidad: "Lucha entre adversarios".

También podemos distinguir tres direcciones teóricas de la propaganda: conversión, división y consolidación. Que se ajustan para dominar la opinión de los demás, ya sea de un modo individual; por grupo o masas.

La conversión es más compleja, ya que el efecto de comunicación masiva de la propaganda es el de reforzar o activar tendencias o actitudes preexistentes o ya formadas.

La división es oblicua y ataca un campo abandonado para las especulaciones, sobre todo cuando median intereses que conspiran contra la virtud.

La consolidación es directa, está orientada por la serie de metas a corto plazo que completan el programa a largo plazo de los partidos y gobiernos. Cierra el círculo de las leyes del cambio, el equilibrio con la oposición y el dominio de la opinión. Estas tres directrices confluyen en el liderazgo político.

En este sentido, la propaganda está relacionada con las siguientes características:

1. Fundamentado en una sensibilidad comunicativa de percibir, proyectar y establecer normas (a nombre de un partido, la base de la campaña...)
2. Oficio de mercadotecnia, para medir, identificar y segmentar las posibilidades de un mercado político y conformar con ellas una propuesta real.
3. Oficio de la publicidad, para elaborar un perfil o una imagen de comunicación y colocar los mensajes derivados, en sus diversos tipos y técnicas, en los medios masivos más adecuados, exponiéndolas por el tiempo más conveniente, de modo que sean más comprensibles y retenibles para el público receptor.

La idea de la propaganda surge en el momento que existe la necesidad de convencer a otros. Desde sus inicios, aún sin ser identificada con dicho nombre, ha estado vinculada al hombre político que trata de alabar y proclamar todos sus hechos a través de los heraldos, juristas, militares y guerreros, misioneros y leyendas, como formas de comunicación política.

Utiliza las frases hechas, repetidas hasta que el pueblo las crea o las adopte como suyas. Es por lo que los candidatos prestan total atención a lo que pide y requiere la sociedad a través de su expresión preferida, la promesa. O hablando precisamente como el pueblo quiere que hable, y diciendo lo que el pueblo quiere oír.

El engañar a los hombres es algo permitido, pues sin cumplir sus promesas siempre tendrá la excusa apropiada para disculpar su incumplimiento.

La propaganda persigue el influir en las ideas, sentimientos y anhelos de la gente, mediante la asimilación de ideas enriquecidas de una cierta influencia para que adopten la opinión política de una clase social, adopción que se verá reflejada en una conducta determinada. Es por eso que esta no debe cuidarse de la verdad por sí misma, sino de la interpretación de aquella parte de la verdad que sirve a un determinado propósito.

Esto nos plantea la importancia de la persuasión en el caso de las campañas de comunicación social y propaganda, toda vez que una campaña de esta índole busca modificar el comportamiento de un grupo de personas, esto es, se busca persuadir al grupo al que va dirigida la campaña para que modifique una actitud o una conducta.

Tenemos entonces que en toda campaña social, la forma de persuadir al espectador o al público meta, con el objetivo de que modifique una conducta que beneficie a la sociedad.

Sin embargo, en muchos casos también se llega a utilizar la manipulación para lograr que el público asuma una determinada actitud. De esta forma, tanto la persuasión como la manipulación pueden estar presentes en la propaganda y en la publicidad, sobre todo cuando la utiliza el Estado para cumplir sus fines.

### **III. COMPONENTES TEÓRICOS FUNCIONALES.**

El debilitamiento del modelo de liderazgo precisa el análisis de los elementos que lo componen, las teorías psicológicas y sociales y su desenvolvimiento como fenómeno social.

Casares Arrangoiz, psicólogo mexicano y estudioso del liderazgo, define a éste como la "acción de influir en los demás, las actitudes, conductas y habilidades de dirigir, orientar, motivar, vincular, integrar y optimizar el quehacer de las personas y grupos para lograr los objetivos deseados en virtud de su posición en la estructura de poder (French 1917) y promover el desarrollo de sus integrantes (Mc Gregor 1960). Este enfoque está fundamentado en la psicología social, especialmente en la dinámica de grupos..."<sup>46</sup>

Es en el dinamismo grupal en donde se contempla la conducta del líder y por ende los rasgos que definen su personalidad y rol.

---

<sup>46</sup> Ibid., p. 26.

Sin embargo, en muchos casos también se llega a utilizar la manipulación para lograr que el público asuma una determinada actitud. De esta forma, tanto la persuasión como la manipulación pueden estar presentes en la propaganda y en la publicidad, sobre todo cuando la utiliza el Estado para cumplir sus fines.

### III. COMPONENTES TEÓRICOS FUNCIONALES.

El debilitamiento del modelo de liderazgo precisa el análisis de los elementos que lo componen, las teorías psicológicas y sociales y su desenvolvimiento como fenómeno social.

Casares Arrangoiz, psicólogo mexicano y estudioso del liderazgo, define a éste como la "acción de influir en los demás, las actitudes, conductas y habilidades de dirigir, orientar, motivar, vincular, integrar y optimizar el quehacer de las personas y grupos para lograr los objetivos deseados en virtud de su posición en la estructura de poder (French 1917) y promover el desarrollo de sus integrantes (Mc Gregor 1960). Este enfoque está fundamentado en la psicología social, especialmente en la dinámica de grupos..."<sup>46</sup>

Es en el dinamismo grupal en donde se contempla la conducta del líder y por ende los rasgos que definen su personalidad y rol.

---

<sup>46</sup> Ibid., p. 26.



Ser líder, significa ser el agente angular que se dirige a un grupo para llevar a cabo una misión definida. El liderazgo persuade, influye, motiva y al mismo tiempo orienta. Robert Blake y Jean Mouton indican que existen dos variables básicas en las que el liderazgo participa en el contexto social: la orientación hacia resultados y la conducción de personas.<sup>47</sup>

Stodgil, autor del libro "Manual del liderazgo", obra teorizadora del modelo, identifica al liderazgo como una función de los procesos de grupo, es parte de la personalidad del individuo y es el arte de buscar consenso. El líder busca persuadir y su comportamiento esta definido mediante una relación de poder que sirve como instrumento para entablar comunicación con el grupo que representa y relaciones con otros grupos.<sup>48</sup>

El liderazgo es un efecto de la interacción social, basada en la estructura del poder social.

El poder social es la habilidad de cambiar actitudes en la conducta individual y es la forma más compleja del poder, siendo la legitimación del mismo. El líder pretende legitimar el poder social de su grupo.

La habilidad del líder para expresar la misión del grupo que maneja es el rasgo más interesantes para generar el consenso con el mismo.

---

<sup>47</sup> Ibid., p. 31.

<sup>48</sup> R. M. Stodgil, Handbook of ledearship, p. 96.

Catwright y Zandel, conceptúan al liderazgo como la capacidad de integrar el poder personal, manifestando la habilidad de convertir una acción en resultado y mantenerlo a través de personas. <sup>49</sup>

Warren Bennis,<sup>50</sup> autor de obras dedicadas al liderazgo, señala que el rol del liderazgo es imprescindible porque es el responsable de la influencia de la organización, orientación y el que consolida la integridad de instituciones. El líder deberá de incorporar la visión guiadora, pasión, integridad y confianza, además de ser curioso y audaz.

Zaleznik,<sup>51</sup> catedrático harvardiano, contempla dos clases de liderazgo: los que nacen dos veces y los que nacen una vez. Los primeros, son personas aisladas en una primera etapa, creando un espíritu interior fuerte y definido, en una segunda etapa se independizan y desarrollan autoconfianza que florece en carisma. Los segundos, heredan la posición y son asesorados externamente.

Aunque se lea poético, el liderazgo incita a pasiones y sentimientos interiores fuertes, que convencen a sociedades.

El carisma, es una cualidad en la personalidad del individuo que atrae a la gente y fomenta una admiración basada en actitudes e interacción social.

---

<sup>49</sup> Cfr. Catwright, Dorwin y Zandel, Alvin. Dinámica de Grupos: Investigación y Teoría. 1ª Edición, Ed. Trillas, México, 1971, p. 331.

<sup>50</sup> Véase: Bennis Warren. Cómo llegar a ser Líder. 1ª Edición, Ed. Norma, Colombia, 1989, p. 25.

<sup>51</sup> Ibid., p. 39.

El grupo que sigue al líder reconoce en él fortalezas que le ayudarán a recuperar, encontrar o expresar expectativas que únicamente con el poder del grupo y de su liderazgo se asegurarán.

Como observamos, el modelo del liderazgo integra a los líderes y seguidores. Los seguidores desean identificarse con un personaje que materialice sus objetivos.

El líder agrupará a personas que conjunten recursos y acuerden grupalmente el plan de acción para consolidar una misión. El líder es el agente activo, el grupo el pasivo, la misión es la base de la estructura y con estos tres elementos se conforma el modelo del liderazgo.

En el éxito del liderazgo, se conjuntan los tres elementos, siempre y cuando estén definidos y participen en base a su rol.

El grupo seguidor es la base que sostiene al líder, la misión es su vestimenta. La constancia y claridad en ejecuciones y resultados, fortalecen o debilitan el modelo.

Actualmente, dada la evolución participativa de las sociedades civiles, los seguidores son exigentes en la elección de los líderes. El seguidor reconoce que requiere al líder para llevar a cabo los objetivos de la misión.

Los seguidores pueden estar involucrados en intereses variados. Es cuando el líder reconoce este punto y conduce a su grupo tratando de cohesionar las diversas expectativas. El liderazgo auténtico nunca actúa individual o personalmente, sino a favor del grupo. El sacrificio del líder en este renglón es inevitable, es el ejemplo del deber y en algunos casos está enaltecida la imagen de éste en las mentes del grupo seguidor.

El escenario actual presenta confusión, anarquía, depresión en algunos grupos humanos, que ansían liderazgo. El líder actual se comprometerá con macroproyectos y microproyectos que solucionen esta problemáticas.

El liderazgo es un fenómeno social en un marco histórico que se desenvuelve en los ámbitos culturales, institucionales, sindicales, económicos, sociales e intelectuales.

Marx indica que los líderes son producto de la historia y surgen de las masas. Cualquier grupo humano demanda liderazgo para trascender. No ese está de acuerdo con la afirmación relacionada con la construcción del liderazgo, el líder posee características innatas que lo pronuncian como tal, no emplea la coerción, sino la persuasión y el convencimiento.

Kotter indica que el liderazgo es el proceso en el cual un grupo o grupos "se mueven hacia una dirección de medios no coercitivos".

El liderazgo real no reprime, estimula la energía humana en un esfuerzo de progreso y trascendencia. El grupo seguidor reviste roles pasivos cuando se encuentra con el líder, dejando que el líder represente los intereses, sin

embargo, individualmente generan un rol activo y al evaluar los resultados del líder también se conduce de esta forma.

Retornando al hecho de la progresiva evolución de la sociedad civil, el grupo seguidor es el crítico más profundo con los resultados del líder. El grupo seguidor puede eliminar al líder. La aparición de líderes falsos han generado desconfianza en las organizaciones sociales.

Asimismo, la fuerza bruta es inválida en acciones políticas, al igual que la coerción en el control social, enfatizando que esto se produce en el marco de un liderazgo real.

La opinión pública se ha colocado en una posición relevante. Como consecuencia, las planeaciones y acciones de los líderes tienen que ser exactas en el modelo ideal y justificarse a través del consenso. El líder reconocerá las necesidades inmediatas de su grupo.

Maslow señala que en primer término se segmentan en la pirámide social, la alimentación, el sexo y la habitación; en el segundo las de pertenencia, sentirse parte del grupo o identidad gremial o social; en tercero, emergen las del progreso social, status y trascendencia y en cuarto las creativas.<sup>52</sup>

El hombre en términos genéricos, pretende la trascendencia. Fromm señala que la mujer y el hombre tienen la necesidad de trascender mediante la

---

<sup>52</sup> Cfr. Maslow, Abraham. La Amplitud de la Potencialidad Humana. 1ª Edición, Ed. Trillas, México, 1973, p. 25.

construcción o destrucción social.<sup>53</sup> La trascendencia se logra si se cumplen las etapas anteriores en la pirámide de Maslow.

La trascendencia destructiva puede excluir a las etapas anteriores, pero no será positiva y se puede tomar el riesgo de perfilarse como personal en el caso del liderazgo. De esta manera, el rol del líder integra la capacidad de abstraer, resolver problemas, sintetizar, comunicar, organizar, relacionar y planear. El líder se identifica con su grupo mediante el enlace afectivo.

Se puede resumir que el líder integrará más poder en la medida de que sus habilidades genéricas se destaquen y se conviertan en fuente primaria, acumulando la fuerza necesario para mantenerlo.

El liderazgo en grupo será el modelo fundamental en el siglo XXI debido la incorporación de bloques. La madurez de las sociedades presentarán el nivel del líder en el mundo, así como la precisión y ejecución de misiones y compromisos.

- **Poder y representación.**

La política es el arte de gobernar y es en el ámbito político en donde se forman los líderes políticos. Podemos afirmar, que la política es el escenario natural del liderazgo, debido a la confrontación directa hacia el consenso popular y a la persuasión en la actuación del líder.

---

<sup>53</sup> Cfr. From, Erick. Psicología de la Sociedad Contemporánea. 2ª Edición, Ed. S. XXI, México, 1972, p. 32.

El liderazgo y el poder en la política se logra mediante la elección popular. El desarrollo de la democracia, confirma este hecho.

El establecimiento de relaciones externas con otros grupos, es un aspecto primordial y básico en el fenómeno del liderazgo político. Este modelo relacional, identifica grupos de interés radicales y similares, con doctrinas opuestas o conciliadoras; en fin, un sinnúmero de tipos de relación que deberá de definir líneas de comunicación que consoliden el liderazgo.

El carisma, la habilidad negociadora y la capacidad de compromiso, son otras de las características que el líder político debe de tener. El líder político está expuesto constantemente a la opinión pública, por lo que la imagen requiere de congruencia y fortaleza de la personalidad, además de capacidades verbales y firmeza en las negociaciones basadas en la filosofía de los objetivos que beneficien al grupo que representa.

Conjuntamente con la opinión pública, el líder es evaluado constantemente por el grupo, como se mencionó, actualmente, la rigidez de las evaluaciones se efectúan por los resultados que genere. El líder político será compensado por el grupo, mediante el apoyo y la expresión del trabajo en común.

Son la opinión pública, los grupos externos y el grupo representado, los jueces del liderazgo político. Entre los grupos externos, encontramos sindicatos, partidos de oposición, grupos internacionales, intelectuales, privados, etc. Es decir, toda la representación que mantenga relación o interés en el grupo y líder. Los medios masivos, y el líder están en continua

interacción, de esta forma, la comunicación que se produzca es de interés social.

La premisa básica del liderazgo político, descansa en el derecho al respeto individual y público dirigidos al bienestar común. Exactamente por el incumplimiento de lo anterior, es el grito y demanda internacional del liderazgo político a fines de siglo, para que se cumpla con esto.

¿Cómo nace el liderazgo político?, en un marco histórico y momento oportuno para satisfacer las necesidades sociales, económicas, culturales y/o intelectuales.

La planeación del futuro de las naciones, partido, estado o sindicato para ejemplificar, se afilia al potencial de expansión, resolución de problemáticas, fortalecimiento de imagen y sobretodo, cobertura de las necesidades de los grupos que los componen.

Así, los grupos trascienden, evolucionan o fracasan. En el caso de ser exitoso en un periodo definido, el liderazgo se fortalece, si el incumplimiento de las expectativas y el fracaso de los objetivos de la misión no se obtienen, el liderazgo se debilita y el riesgo de morir se presenta. Aunque teóricamente se plantea de esta manera, el debilitamiento del liderazgo político puede desarrollar anarquía o formas de gobierno dictatoriales.

La crisis del liderazgo, es fruto de los elementos que lo componen. Puede presentarse el caso de que el grupo seguidor sea inmaduro o incongruente en una etapa los intereses de la misión y los grupos generen otras expectativas. En fin, el liderazgo político es complejo y se debe de aclarar



que el fracaso del mismo se debe al modelo, es injusto castigar directamente la actuación de un sólo elemento.

Otro aspecto, es el elemento histórico o el panorama internacional, ambos pueden debilitar o fortalecer a un liderazgo.

El líder político expresa la confianza, proyección, planeación y ejecución. En México, el papel del liderazgo se palpa directamente, en el poder ejecutivo, basándose en la integración de dos elementos: el partido y el Estado.

El Estado mexicano, se constituyó sobre la base de una integración dirigida políticamente llegando a abarcar la mejor parte de los sectores organizados de la población y adoptando los intereses de estos sectores como programa modificable según las circunstancias y según la correlación de las fuerzas existentes y como motivo inmediato su acción.<sup>54</sup>

México ha integrado a tres fenómenos concretos de líderes institucionalizados, al prisma, caudillismo y presidencialismo.

El liderazgo político en el siglo XXI, se transformará y su característica principal será la formación de una sociedad civil madura que exija democracia, con el objeto de lograr una estabilidad social y política que fortalecerá a la actividad económica.

La falta de estabilidad política en México, ha fomentado que la inversión internacional no decida firmemente iniciar operaciones en este país como

---

<sup>54</sup> Córdova, Arnaldo. La Formación del Poder Político en México. 19ª Reimpresión, Ed. México, 1994, pp. 45-60.

se planeaba, atrofiando directamente los niveles de empleo y la acción exportadora por falta de reciprocidad en relaciones comerciales.

La apertura de la comunicación global, escuchará las voces mundiales y un ejemplo, lo tenemos en Chiapas y las críticas como en CNN,<sup>55</sup> criticando la actitud gubernamental de México por la negociación de la entrada de la prensa internacional en la región chiapaneca, siendo la organización Watch Human Rights, la que encabezó esta crítica, indicando los atropellos a los derechos humanos e incapacidad en el manejo de medios de comunicación.

Para muchos, esto será una tragedia, debido a que ya no será posible tener pensamientos individuales que hieran la dignidad humana, tan fácilmente como se procedía anteriormente.

Los mecanismos absolutistas quedarán fuera del marco político del nuevo siglo, siendo el consenso, las relaciones internacionales y la adaptación de grupos a este escenario.

El líder político mexicano deberá de abrirse y comprender profundamente la idiosincrasia del grupo seguidor, para reconciliarse con la teoría globalizadora y mantener una imagen de dignificación en el escenario internacional.

El funcionamiento anterior, no cabe en el nuevo modelo por las razones expuestas y México, tendrá que trabajar arduamente para corregir y

---

<sup>55</sup> CNN News. Diario. Multivisión, Canal 19, 22:30 hrs., programa informativo, 28 de julio.

concentrar su rol en el cumplimiento de las libertades individuales y derechos humanos. No es posible gobernar en forma personal, con tonos dictatoriales y autoritarios. El poder deberá de ser mediado por el consenso. Observadores políticos internacionales, han sido testigos de los fraudes y desorganización partidista y electoral mexicana.

El liderazgo político mexicano del siglo XXI, tendrá que confrontar el modelo de libre mercado, la evolución internacional de derechos humanos, la observación de la opinión pública internacional y las contradicciones del sistema político, envueltas en la crisis social y económica interna.

La demagogia y la falta de claridad en el rol del liderazgo político mexicano, han debilitado al líder. La democracia es riesgo para algunos pseudo líderes, sin embargo, es definitivo que el hecho de iniciarla, coadyuvará a madurar políticamente al país. Sin embargo, el liderazgo político mexicana integra una gran contradicción como el liberalismo y democracia vs. autoritarismo e individualismo, personificado en la figura presidencial y materializado en el partido dominante.

- **Liderazgo político mexicano y presidencialismo.**

El presidencialismo mexicano es un fenómeno sociopolítico que tiene sus orígenes en la historia del liderazgo mismo. Concibiendo al liderazgo como fenómeno social, es preciso identificar la génesis de la sociedad mexicana y su cultura.

Durante las diferentes etapas históricas se vislumbran procesos psicológicos y sociales que originaron una sociedad. A la vez, esta sociedad esta integrada por elementos étnicos y la invasión de culturas externas.

Encontramos que el elemento indígena era multitribal y era el autoritarismo azteca fundamentado en la religión el factor dominante. A la vez, la entrada violenta del elemento hispano cristiano, basado en la concepción cristiano-tomista, conquistaba abruptamente la teocracia indígena, imponiendo ideologías homogéneas como ejes de dominio de valores políticos y sociales. Es así, como dos culturas tan distantes se unifican: el catolicismo hispano y la cultura azteca en el siglo XVI.

La sociedad indígena se caracterizaba por su estricta jerarquización (guerreros, sacerdotes y nobles), liderados por el tlatoani. "El tlatoani cubre con su sombra, protege, es como una ceiba frondosa, como un ahuehuate. Tiene valor, autoridad, es afamado, honrado, tiene nombre, tiene fama. El buen tlatoani lleva su carga en la espalda, en su regazo, tiene a su cargo las cosas del pueblo. Él convoca, reúne a la gente como Señor, es hombre responsable, lleva a costas las cosas del pueblo, las lleva en su regazo, gobierna: es obedecido. Bajo su sombra, su protección viene a colocarse la gente. El preside, sostiene al pueblo".<sup>56</sup>

El tlatoani era perfecto y las adversidades eran responsabilidad de los dioses naturales, por lo que no era posible profetizar su conducta.

---

<sup>56</sup> Piñón, Francisco. Estructura de Poder en Crisis. 1ª Edición, Ed. Plaza Valdés, México, 1995.

La psicología del indígena se traduce a una doble dependencia: las fuerzas naturales y el tlatoani, que era dictador y autoritario. El mundo indígena era fantástico y la religión ceremonial era la base de la cultura. El pueblo indígena era sometido a sacrificios humanos que se traducían a una cultura represiva y represora.

El hispano era audaz y conquistador con metas dirigidas al heroísmo. El poder y la aventura eran sus móviles, con la firme creencia de alcanzar sus metas mediante la tarea civilizadora dirigida a personas que definían como inferiores. Cuando se encuentran las dos culturas, el resultado fue el sincretismo de dos polos opuestos: el misticismo, simbolismo, jerarquía y magia indígena, contraponiéndose al realismo, a lo pragmático y al espíritu aventurero del español.

No es cuestión de evaluar el choque, ni de defender al indígena, sino de comprender esta violenta fusión y adaptarla a la comprensión del liderazgo.

La comprensión del hecho histórico, identificará los elementos que repercuten directamente en la identificación del liderazgo mexicano y al presidencialismo. El indígena fue anulado por una nueva cultura y la fuerza española creó una actitud de desarraigo.

La doble conquista, expulsó al indio como protagonista de la historia, lo borró y lo anuló. Muchos de aquellos hombres, desconectados del hilo de su fuerza vital, desmembrados, desarticulados, siguieron existiendo como sombras, como fantasmas.

En adelante su lenguaje será el silencio. El desarraigo, causó repliegue y desgano vital".<sup>57</sup>

Aún en nuestros días persiste el rechazo al indígena, a cualquier mexicano con rasgos autóctonos, no importando el nivel socioeconómico al que pertenezca. El tener rasgos europeos en la concepción mexicana, es un don, un privilegio. El racismo mexicano a fin de siglo, ha producido una desarticulación de la sociedad mexicana, si consideramos que la raza mestiza incorpora rasgos indígenas y que además grupos indígenas sobreviven en la estratificación social mexicana. Se denota el autorrechazo del mexicano por su raza y origen, con una baja estima e inseguridad.

A la vez, el tlatoani se substituye por la cultura española dominante y autoritaria, además de ser ampliamente paternalista. La situación de la mujer, uniéndose al español y siendo madre soltera, contribuye al deseo del mestizo por la figura paternal. "Y los hijos crecían a la sombra de la madre y lejos del padre. Y desde entonces la familia mexicana sufre el exceso de madre y falta de padre".<sup>58</sup>

Por otra parte, la sociedad virreinal se componía de castas, desintegrando a los grupos. Si analizamos a la sociedad actual, pese a la crisis económica, las clases sociales, quieren seguir autoafirmándose y la conciencia de pertenecer a una clase definida es básico, sobre todo a la clase media y alta. Es curioso escuchar entre los mexicanos el mencionar "no pertenezco a la clase media, sino a la media alta", "soy de clase media" -aunque su

---

<sup>57</sup> Rodríguez Estrada, Mauro y Ramírez Buendía, Patricia. Psicología del Mexicano en el Trabajo. 1ª Edición, Ed. Mc Graw Hill, México, 1992, p. 32.

<sup>58</sup> Ibid., p. 35.

realidad económica sea precaria-. Los indígenas y españoles se mantenían separados y dominados por la religión católica y simbolismos, encabezados por la Virgen de Guadalupe.

A fines del siglo XVIII se inicia la independencia organizada por los criollos con propósitos individuales, empleando a la Virgen de Guadalupe como estandarte y símbolo socioreligioso.

En 1847 la mitad del territorio nacional fue mutilado y la Reforma inicia. El porfiriato refuerza la jerarquización y aísla a la sociedad.

En 1910 la revolución rompe con el porfiriato, sin embargo, Madero, no cumple con las expectativas liberales y... "quedo atrapado en las garras del régimen vencido y al cabo de diez años había emergido un status quo de privilegios y de injusticia social".<sup>59</sup>

Madero y su pensamiento utópico en relación con la aspiración hacia la dirigencia democrática y la observancia de la Constitución.

El liberalismo de Flores Magón radicaliza la conceptualización socialista y se materializa en su colaboración de diarios críticos como El Hijo del Ahuizote y El Demócrata. Es en esta etapa histórica en donde se vislumbra una madurez política y la manifestación de inconformidad en la no reelección presidencial, la lucha por la jornada obrera de ocho horas, la

---

<sup>59</sup> Ibid., p. 33.

supresión de tiendas de raya, el amparo a los marginados, el descanso obligatorio y el reparto de tierras.

Madero y Flores Magón se conjuntan en la idea de derrocar a la dictadura porfiriana.

Encontramos la definición de una meta precisa, que llega a su conclusión y es cuando Madero inicia su periodo como Presidente en 1911, sin embargo, las pugnas y la falta de coincidencias entre Madero y otros grupos políticos, además de las continuas críticas en relación a la coherencia entre pensamiento y acción, deterioran al ejecutivo y es en 1913, cuando es víctima del cuartelazo.

La etapa de caudillismo, observa la complejidad del fenómeno del liderazgo y el riesgo de no mantener la definición de una misión y no identificar la particularidad de cada grupo. Observamos cómo Carranza inicia el Plan de Guadalupe, desconociendo a Huerta como presidente. De esta forma los caudillos militares como Álvaro Obregón, Francisco Villa y Pablo González inician movimientos armados, como resultado de la falta de preocupación o atención a grupos marginados.

México, ha sufrido constantemente el problema de repartición de riqueza y la lucha por la justicia social. Y son las cuestiones obreras y agrarias, las que aparentemente se han querido "controlar", mediante discursos demagógicos, que hoy en día se caracterizan por no ser confiables.



Tanto Zapata como Villa, se identifican como dos líderes naturales, que surgen en la lucha por la justicia social y reconocen las necesidades de sus grupos. Los enfrentamientos ideológicos de estos caudillos con el ejecutivo, fueron causados por esa falta de sensibilidad hacia las demandas agrarias y regionales.

En otro ángulos, observamos cómo Calles se personifica con la bandera de la institucionalización y trata de someter la reacción clerical, conjuntamente con Obregón.

Es con la muerte de Obregón, el inicio de un gobierno institucional, estando a la cabeza en el ejecutivo, Emilio Portes Gil. Sin embargo, el maximato callista demuestra la inclusión de un autoritarismo indirecto, mediante la manipulación dirigida hacia los presidentes Portes Gil, Ortiz Rubio y Abelardo Rodríguez.

Cárdenas, en sus primeros días de gobierno, rompe con este modelo y propone en sus principios el elevar el nivel de vida de la clase proletaria y cumplir el contenido del Plan Sexenal. La fortaleza del liderazgo cardenista, se identifica en la precisión de la misión, el reconocimiento de la idiosincrasia mexicana, las acciones y hechos políticos congruentes con la meta y aunque tenía problemas con las compañías petroleras, el ascenso que le dio al sindicalismo y la rapidez en el ejercicio del poder, lo hacen ser un líder mexicano fuerte y agresivo. Cárdenas era un presidente proactivo, no reactivo.

Estos estilos de liderazgo y la falta de preocupación por algunos sectores de la población arrojan reclamos sociales dirigidos a Díaz Ordaz, estallando el movimiento de 1968, denotando la organización de la sociedad y la consecuencia de no haber resuelto el viejo problema de la injusticia social.

El estilo popular de liderazgo y la actitud proactiva de Echeverría, ofrecen un nuevo estilo de líder; sin embargo, los brotes autoritarios y el rencor de algunos sectores de la sociedad por lo acontecido en el 68, siendo secretario de gobernación, generan una falta de aceptación entre los grupos juveniles y estudiantiles.

El liderazgo de López Portillo se fortalece por su personalidad dramática y sus discursos conmovedores. Tenía una alta credibilidad entre la población, pero la crisis financiera, desenmascara a la realidad y es la injusticia social el eje dominante en el pensamiento de cada mexicano.

La entrada de tecnócratas se inicia con Miguel de la Madrid, rompiendo con el esquema de la imagen y personalidad del ejecutivo.

Históricamente, el liderazgo mexicano ha integrado agresivas rupturas políticas y modelos que no han forzado la madurez de la sociedad mexicana en cuestiones políticas.

Al mismo tiempo, el partido de la revolución continua gobernando y en el siglo XX ha sido colonizado culturalmente por Estados Unidos, creando

conductas de admiraciones y rencores, envidia y rechazo entre habitantes mexicanos, confundiendo la independencia idiosincrásica.

Lo anterior, ha producido una crisis de identidad en la sociedad. Mauricio Rodríguez y Patricia Ramírez, definen a la identidad nacional como la conciencia de determinados rasgos compartidos por una colectividad y la aceptación de un estilo de vida que incluye un peculiar sistema de normas y valores.<sup>60</sup>

Esta identidad nacional no se ha fortalecido si estamos de acuerdo en que el desarrollo de la sociedad de castas ha evolucionado y cristalizado a través del clasismo y el sentido de una falsa pertenencia a clases sociales ajenas a la realidad.

Es así, como el mexicano ama y odia a la cultura anglosajona y española, experimentando inseguridad, temor, masoquismo, disolución social y búsqueda de anonimato. ¿Por qué?, debido a la insatisfacción de necesidades ya expuestas en la estratificación de Maslow.

Si se bloquea la satisfacción de estas necesidades, las personas mostrarán generalmente sentimientos de inferioridad, de inseguridad personal y hasta de debilidad y desesperanza (...) cuando existe esta condición de desvalorización interna, podrá tener estas sensaciones y claro, no crónicamente. La condición que exponemos puede provocar, si se prolonga, un crónico pesimismo (y en algunos casos) la apatía completa (...)

---

<sup>60</sup> Ibid., p. 44.

fanfarronear en serio. Lo que no poseemos, lo que pavoneamos.<sup>61</sup>

El origen de la apatía del grupo seguidor mexicano se relaciona con lo anterior: un grupo *shockeado* por tres culturas: indígena, española y anglosajona. Mexicanos desmotivados, contra el tiempo para disfrutar situaciones estables, inseguros y con falta de identidad cultural.

Como indica Maslow, es importante expresar nuestras potencialidades, desarrollarlas y alcanzar la trascendencia y esencia creativa.

Si pensamos que en México la salud física, el alimento, la vivienda, la seguridad personal y la autoestima son un privilegio ¿cómo vamos a desarrollar líderes y seguidores maduros y cómo maduraran si esto se agudiza?

La religiosidad dicta actitudes complacientes con el sistema, siendo incongruente la realidad disfrazada en un clima de superstición y magia.

El mexicano sobrevalora lo extranjero y se autodevalúa a través del influyentismo, abuso de diminutivos, impuntualidad, chistes autodevaluatorios, el despilfarro y la corrupción.

El ensuciar a su país mediante la falta de cuidado es un grito de rebeldía dirigido a la corrupción del sistema e impotencia y por la dependencia del paternalismo. Sin embargo, el padre no ha cumplido con su parte y es

---

<sup>61</sup> Díaz Guerrero, Rogelio. Psicología del Mexicano. 5ª Edición, Ed. Trillas, México, 1990, p. 57.

mediante la retórica, el discurso político y la manipulación de los medios de comunicación, que se quiere convencer al grupo seguidor y enaltecer la fortaleza del liderazgo político mexicano, hecho que se está desgastando y la credibilidad de los mensajes presidenciales, gubernamentales o provenientes de cualquier sector público; le son indiferentes y en algunos casos molestos.

El macro liderazgo político se concibe en un bache de corrupción, nepotismo, grilla, fraude, coyotaje y sobretodo la ausencia de resultados que sumerge a México en el subdesarrollo y dependencia con el extranjero.

En el microliderazgo, el jefe es el padre de los sindicatos o de los empleados o burócratas, incorpora a sus hijos predilectos a posiciones privilegiadas y resuelve problemáticas en un aspecto más emocional que objetivo o racional.

En la familia, el padre es el jefe, la madre es pasiva y en algunos casos hasta abnegada y los hijos sometidos. El padre autoritario además de ser irresponsable, va y viene, es inmaduro o de plano no existe. El avance cultural de la "familia mexicana" es lento y genera ciudadanos inseguros e individualistas. Este individualismo, lo podemos palpar en el caudillismo, "organizaciones golondrinas"; la labor artesanal y el rechazo a la industria; el éxito en deportes individuales y el escaso sentido de cooperación y trabajo en equipo.

**ESTA TESIS NO SALDRÁ  
DE LA BIBLIOTECA**

De esta manera, el "estilo personal de gobernar", no es casual, sino causal. No es culpar al pasado del subdesarrollo mexicano, sino el origen del atraso del liderazgo.

El liderazgo político mexicano se basa en patrones cargados de emoción y subpolíticos y no de proyectos políticos orientados a la democracia.

Es vital el fomentar un liderazgo político basado en el consenso y deslindar cualquier rasgo paternalista, impulsando la madurez tanto del líder como del grupo.

Para hacer política - aún en la concepción de la realpolitik de la concepción de Maquiavelo- se requiere ante el pueblo no perder el sentido ni el valor de las palabras y no solamente porque en la política la forma es importante. Cuando se deterioran las palabras, se deteriora también el consenso. Y sin consenso no se puede hablar de democracia.<sup>62</sup>

El presidencialismo, se percibe altamente paternalista y con una amplitud de poderes constitucionales y extraconstitucionales, además de estar ligado al partido dominante.

El Dr. Carpizo ex rector de la UNAM describe que las causas de la fortaleza presidencial se debe a que es el jefe del partido dominante, el que incorpora a las centrales obreras, campesinas y profesionales. El poder legislativo se ha debilitado y la Suprema Corte de Justicia está integrada por elementos

---

<sup>62</sup> Piñón, Francisco. Op. Cit., p. 39.

políticos que no se oponen a los asuntos de desinterés presidencial y la economía está influida por los mecanismos del Banco Central.

Los militares están institucionalizados y la opinión pública se encuentra influenciada mediante los medios de comunicación y su vinculación con el gobierno. Al mismo tiempo, los fondos federales están concentrados en el Distrito Federal.

Lo que más destaca el Dr. Carpizo, es el control psicológico del ejecutivo hacia la población. El presidencialismo se basa en el estilo personal de gobernar que significa incorporar intereses individuales y particulares, además de tintes autoritarios. El presidencialismo mexicano es individual, paternal y el grupo seguidor está sometido, manipulado y controlado; como el hijo de familia.<sup>63</sup>

El mexicano está acostumbrado a tener líderes impuestos y autoritarios, además es apolítico.

Andrés Oppenheimer, periodista argentino -norteamericano del Miami Herald, indica que en sondeos de opinión, se ha confirmado que el mexicano está preocupado por otros asuntos como el desempleo, la contaminación... "Lo que más le importaba a la gente es esos momentos era el empleo, mejor educación, mayor protección contra la delincuencia y hasta los embotellamientos de tráfico".<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Ibid., pp. 49-51.

<sup>64</sup> Oppenheimer, Andrés. México en la Frontera del Caos. 1ª Edición, Ed. Vergara, México, 1996, p. 163.

No es raro, sino más bien obvio debido a la falta de cobertura de demandas civiles y frustraciones electorales e incumplimiento de compromisos.

Como consecuencia, el presidencialismo está en crisis. La sociedad civil ha perdido votos. La ciudadanía intenta organizarse en el D.F., en algunos estados el PAN y el PRD salen victoriosos, los deudores consolidan al Barzón; entrelíneas, aunque con lineamientos políticos débiles por falta de educación, se manifiesta la necesidad de estabilidad y solución a sus problemas.

El PRI se ha desgastado como instrumento de cohesión política. Remitiéndose a sus orígenes, en 1928, el último caudillo de la revolución mexicana, Plutarco Elías Calles, expresa la substitución del caudillismo por la institucionalización. El Partido Nacional de la Revolución, se convierte en la maquinaria oficialista y su filosofía se basa en la resolución pacifista de las problemáticas suscitadas entre la élite de poder nacional y regional, el control central del presidente o jefe máximo basada en la coalición política y la incorporación de los sectores de la sociedad civil: la Confederación Nacional Campesina (CNC), Confederación Nacional de Organizaciones Populares (CNOP) y Confederación de Trabajadores Mexicanos (CTM). Sin embargo, este control está en un punto bajo y su decadencia es progresiva.

El presidencialismo y el partidismo son dos elementos que componen los estilos de definir el poder.

La falta de democratización del PRI, la compleja sucesión presidencial en 1988, la muerte de Colosio, la insurrección del EZLN, la del PGR y la



presión de inversión extranjera; han puesto en crisis al PRI y al presidencialismo.

El sistema está desgastado y el propósito consensual ha sido un fracaso. Existe otra cara: la del miedo a la opresión e inseguridad manifestada en la sociedad civil mexicana.

Tal vez para muchos, sobretodo para los desheredados de la fortuna económica, la información que han recibido no pasa de "Como México no hay dos" y se encierra en el ditirambo al jefe o al potentado. Sabemos que una buena parte de esta cultura existe en México. Como también esa otra franja de ignorancia acerca de cuestiones políticas, todavía más terrible porque es fruto de una deliberada -por acción u omisión- política educativa.<sup>65</sup>

Durante el salinismo se observó debilitamientos en el PRI, debido al deseo del presidente por reforzar la imagen presidencial sobre la del partido. Se trató de fomentar un priísmo homogéneo al proyecto careciendo del sostenimiento y apoyo social.

Asimismo, las pugnas internas entre grupos priístas, impidieron un desarrollo ideológico interpartidal y presidencial.

Durante el salinismo, se desarticuló la élite y el partido como maquinaria de cohesión han fortalecido un modelo político desestabilizador. Las fuerzas opositoras en el PRI lo desgastan (tecnócratas, políticos, salinistas, zedillistas, colosistas, etc.), las organizaciones políticas regionales y su

---

<sup>65</sup> Piñón, Francisco. Op. Cit., p. 149.

despego a las decisiones centrales generan movimientos priístas estatales que desestabilizan al modelo priísta.

Al mismo tiempo, las acciones de los dinosaurios priístas y su actual relación con el gobierno, dividen al partido.

La realidad es que la crisis del partido obstaculiza a recuperar la confianza de la sociedad civil, además de ligar cada movimiento político de éste con la imagen presidencial.

La otra parte del mexicano es la sumisión y la dependencia hacia el otro "que puede hacer las cosas", delegando lo que uno cree no poder hacer.

La contraparte de la libertad es la pasividad, la sumisión, la dependencia, la espera de favores del (todo) poderoso, la fe en el milagro (lotería), delegar a otros lo que uno no quiere o puede alcanzar o conquistar por sí mismo, sublimarse en la figura del líder, del partido, de la patria. De allí que se es más fácil no ejercer la libertad, renunciar a ella por rutina, por fatalidad, por miedo o por impotencia.<sup>66</sup>

Lo que sí podemos concluir es que el presidencialismo está en crisis al igual que el partido. El por qué, se relaciona con el progreso en la madurez del grupo seguidor y la consecuencia directa, que es la crisis económica que sufre día a día el país y el recuerdo de las promesas incumplidas por el partido y la figura presidencial. Aunque es importante resaltar que los mexicanos todavía no disfrutan de una madurez política plena, pero probablemente están en vías de iniciar este camino.

---

<sup>66</sup> Ibid., p. 148.

El otro aspecto, es la presión por adaptar el modelo de libre mercado, que deslinda funciones económicas y mercantiles al Estado y las coloca en manos privadas.

El multipartidismo, inicia confrontaciones y triunfa en algunos Estados.

Es primordial evaluar al presidencialismo mexicano en el marco neoliberal, para identificar las variables que lo fortalecen o debilitan, así como la participación de la sociedad civil mexicana.

#### **IV. CRISIS POLÍTICA Y ESCENARIOS FACTUALES.**

El liderazgo político mexicano supremo, personalizado en el Presidente Ernesto Zedillo se encuentra en una profunda crisis. Por lo anterior, esta temática se presenta como polémica. Existen diferentes puntos de vista, para algunos, Zedillo ejerce un estilo de liderazgo débil, para otros es un proceso de transformación debido a la etapa globalizadora. Con el objeto de identificar observaciones de especialistas en la materia, se realizó un cuestionario que contiene preguntas relacionadas con los factores que han afectado al liderazgo político mexicano, repercusiones del nacimiento de la sociedad civil mexicana y su concientización política, desenvolvimiento del liderazgo zedillista, la participación de grupos de poder en el desarrollo del

El otro aspecto, es la presión por adaptar el modelo de libre mercado, que deslinda funciones económicas y mercantiles al Estado y las coloca en manos privadas.

El multipartidismo, inicia confrontaciones y triunfa en algunos Estados.

Es primordial evaluar al presidencialismo mexicano en el marco neoliberal, para identificar las variables que lo fortalecen o debilitan, así como la participación de la sociedad civil mexicana.

#### **IV. CRISIS POLÍTICA Y ESCENARIOS FACTUALES.**

El liderazgo político mexicano supremo, personalizado en el Presidente Ernesto Zedillo se encuentra en una profunda crisis. Por lo anterior, esta temática se presenta como polémica. Existen diferentes puntos de vista, para algunos, Zedillo ejerce un estilo de liderazgo débil, para otros es un proceso de transformación debido a la etapa globalizadora. Con el objeto de identificar observaciones de especialistas en la materia, se realizó un cuestionario que contiene preguntas relacionadas con los factores que han afectado al liderazgo político mexicano, repercusiones del nacimiento de la sociedad civil mexicana y su concientización política, desenvolvimiento del liderazgo zedillista, la participación de grupos de poder en el desarrollo del

liderazgo zedillista y la función del departamento de comunicación social en la imagen de Zedillo.

El perfil que se buscó en la selección de entrevistados se vinculó al conocimiento de comunicación política, idealmente que ejercieran la profesión periodística o de asesoría política.

Por lo anterior, Alfonso Zárate, académico y analista político, cooperó abiertamente con la entrevista. Zárate estudió Derecho en la UNAM y obtuvo un posgrado en Sociología política por The London School of Economics and Political Science. Asimismo, participó como Director del Departamento de Estudios políticos del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), dirigió el departamento de Información y Análisis en la Oficina de la Presidencia de la República y asesor político en diferentes secretarías. Actualmente, dirige la Carta Política Mexicana y es miembro del Grupo San Ángel. La cita tuvo lugar en las oficinas de Zárate, siendo su comportamiento sumamente formal y brindo sin titubear el tiempo necesario para la entrevista. Zárate se mostró como un hombre de alto nivel en conocimientos relacionados con la Ciencia Política, para él no existían respuestas sin un análisis político fundamentado en la ciencia. Sin embargo, conservaba la emotividad y pasión por el tema. El grado de compromiso que demostró fue franco y sin miedo a expresar lo que pensaba. La entrevista se realizó el viernes 30 de agosto de 1996. Demostró una actitud sencilla, analítica y de definición política.

También, se contó con la colaboración de Antonio Ortega, periodista de carrera y corresponsal de la Agencia France Press. Ortega, es agresivo en

su crítica y la actitud que demostró durante la entrevista, celebrada el 31 de agosto de 1996 en las oficinas de la Agencia, fue de abierta crítica, espontánea, franca y relacionada con su experiencia en ruedas de prensa con personalidades políticas como con Salinas De Gortari y Colosio. Asimismo, evaluaba constantemente el manejo de medios por comunicación social. Realmente, su aportación fue sumamente rica, por la practica del periodismo en el campo. Las respuestas eran rápidas y se denotaba una mezcla de emotividad y manejo periodístico.

El 6 de septiembre de 1996, se entrevistó a José Buendía, el más joven de los entrevistados. El grado de compromiso no fue tan agresivo como el de Zárate y Ortega, pareciera que no deseaba comprometerse directamente con algunos rubros, como la crítica abierta hacia Zedillo. Buendía ha viajado y ha sido corresponsal en otros países, además de tener conocimientos político teóricos. Además su punto de vista es global y maneja un periodismo de estilo cosmopolita. Su aportación fue una mezcla del manejo periodístico que por carrera tiene y conocimientos en la Ciencia Política.

Humberto Mussachio, carismático y atento, atendió la entrevista en las oficinas de la revista Mira, de la cual es director, el 24 de septiembre.

Se considera la entrevista más rápida, duró cuarenta minutos, considerando que con Zárate fue de tres horas, con Ortega de dos horas y media y con Buendía de dos horas. Mussachio maneja el tema, sin embargo, aunque su actitud es crítica, las respuestas no tienen el grado de compromiso como se demostró con Zárate, se podría mencionar que fue el menos comprometido, aunque preocupado. Denotaba agresividad continua y definía la crisis del

liderazgo, sin embargo, no ampliaba las respuestas, con el alto nivel de manejo del lenguaje y agilidad mental del periodista, respondía escueta y rápidamente. El comportamiento combinó al periodismo e intelectualidad.

Las entrevistas se llevaron a cabo relajadamente. Los cuatro entrevistados cooperaron y demostraron profesionalismo. A la vez, atendían seriamente a los cuestionamientos. Mostraron una actitud formal y amable.

Las preguntas fueron las siguientes:

1. ¿Qué elementos integra la crisis del liderazgo político mexicano actual?
2. ¿Qué variables identifica en la evolución o regresión de la imagen de liderazgo zedillista desde su etapa como candidato del PRI, la toma de poder y su primer año de gobierno?
3. ¿Cómo vislumbra la participación de empresarios en la consolidación o declinación de Zedillo como líder político?
4. ¿Cómo evalúa la función del departamento de comunicación social en el manejo de imagen de Zedillo?
5. ¿Cómo ha madurado la sociedad civil mexicana?

En base a las preguntas se esquematizaron apartados:

Crisis y escenarios factuales, en donde se analizan las contestaciones de la pregunta número uno. Proyecto nacional y conducción democrática, vinculada a la pregunta número dos. Ernesto Zedillo y el proceso de integración social, relacionado con la tercera y quinta pregunta, tocando el tema de la participación de grupos de poder y evolución de la sociedad civil mexicana.

Por último, el apartado concerniente a la Comunicación Social y proyección de imagen presidencial, en el cual se analizaron las respuestas de la quinta pregunta.

La crisis del liderazgo actual, integra diferentes variables relacionadas con el proceso globalizador, democratizador y formas de poder gastadas como la institucionalización del presidencialismo y partidismo mexicano.

Sin duda, desde hace años no se observaban dramáticos cambios en la percepción del estilo de liderazgo presidencial.

Los entrevistados señalaron que fundamentalmente se debe al debilitamiento de las formas de ejercicio de poder, al desgaste de la figura presidencial, a la falta de proyecto nacional, a la ausencia de cuadros formadores de líderes, a la entrada de tecnócratas con falta de sensibilidad política, a la raquítica formación de líderes y al deterioro de las estructuras partidistas.

Antonio Ortega por su parte, afirma que "la crisis está inmersa en la propia crisis del liderazgo mexicano, un sistema desgastado anquilosado por otro



lado, al perder sus bases de sustento, no puede haber populismo, el liderazgo de la modernidad no existe, existe un autoritarismo como lo vimos con Salinas De Gortari, un presidente muy fuerte y una presidencia débil, esta es una herencia que recibe Zedillo".

Zárate por su parte, coincide en que el autoritarismo esta "De una manera no sistematizada, la crisis del liderazgo tiene mucho que ver con el autoritarismo como uno de los rasgos relevantes de ejercer el poder en nuestro país.

Este autoritarismo que está presente en el núcleo más reducido que es la familia, esta presente en los distintos espacios de representación política a nivel sindical, a nivel empresarial, a nivel religioso y en las organizaciones cívicas, partidos políticos y gobierno. El autoritarismo mexicano proviene de todas las raíces; virreinal, azteca, es decir de la suma de todas. Cuando revisamos el comportamiento de los líderes políticos de nuestro país, nos damos cuenta de cómo a raíz de todo el tiempo han sido liderazgos que han ejercido el poder con pocos contrapesos y no han sabido asentar un liderazgo democrático".

Buendía, indica que "el proceso modernizador que vivió el país desde 1950, que produjo a lo largo del tiempo cambios importantes en la estructura social y económica del país, ha tenido resultados que fueron, por un lado el incremento en la movilización política y en la multiplicación de demandas, junto con esto, se produjeron nuevos grupos que si estaban en embrión antes, o tenían un desarrollo incipiente, se instalaron en la vía pública del país con la posición de nuevas demandas que las instituciones deberían de

procesar. Hemos tenido un marco institucional creado desde 1929 con la fundación del PNR y luego redondeado con Cárdenas, poco ha variado hasta la reforma política de 1977 con López Portillo que significó una apertura tímida para incluir a los nuevos grupos. La entrada de nuevos partidos, sobre todo el de la izquierda en la Cámara. Ha sido un proceso modernizador muy importante que entre sus principales características tiene el debilitamiento de las formas tradicionales de ejercicio de poder. Este debilitamiento en un nuevo contexto económico y político ha incidido directamente en la figura presidencial".

La figura presidencial, es concebida como autoritaria. Zárate apunta que es el mismo partido el que gobierna desde 1929 el que ha llevado a todos sus candidatos a la presidencia sin excepción. "Reconocemos que la regla de la disputa para alcanzar la presidencia de la república, no está en la arena pública, en el proceso electoral, sino en el favor del presidente de la república, el que señala con su dedo a su sucesor. Esto, tiene un propósito deformante sobre el ejercicio del poder. Porque llegas al liderazgo, como decía Cosío Villegas, a través de un proceso monárquico". Los que alcancen la mejor posición puede que no sean los mejores conductores, sino que tienden a convencer al hombre que tiene el poder para heredarlo y son los que van a asegurar la permanencia de su proyecto. "Lo que quiere decir que no estamos formando líderes, sino que formamos una clase política que llamaría mediocracia", ha sido la forma de constituir a una camarilla, a una tribu que se va a ir repartiendo el poder, pero que no está construyendo un verdadero liderazgo.

Para el politólogo, resulta evidente cuando comparamos a presidentes como por ejemplo, Miguel de la Madrid, contrastándolo con sus homólogos en América Latina, por ejemplo, el grupo De Río, cuando se reúne en México, vemos a los jefes de estados, a presidentes como Alfonsín, Alan García, Sanguinetti, y nos damos cuenta que son hombres con argumentos, con elocuencia. Frente al presidente mexicano, identificamos a un burócrata del sector financiero que no tiene la capacidad de defender de manera consistente o elocuente un proyecto y esto lo disminuye "quizás un elemento clave es que aquellos otros llegan a la presidencia después de largos años de lucha política, muchos de ellos han alcanzado el poder después de años de persecución, de formar parte de la oposición, de haber sido asilados políticos, esto va generando una personalidad (...) que aprende a defender con gran firmeza y valor sus posturas políticas".

La clase política mexicana se forma en las antesalas y van generando la antítesis del liderazgo, construyendo una subcultura, el contrario de la creación de un verdadero liderazgo. La subcultura del silencio.

Zárte comenta que: "en la cultura mexicana se necesita mantener silencio. Si se define una posición contraria, se pierde".

El sistema autoritario, la larga permanencia en el poder de un mismo partido y "la ausencia de un proceso democrático ha significado la cancelación de las posibilidades de liderazgo".

Humberto Mussachio indica que la renuncia del presidente a diversas facultades paraconstitucionales, se contradice con el marco legal y son

ejercidas por el presidente, "esto es que sin estar en la ley los presidentes las han ejercido tradicionalmente y que algunas facultades que suelen entrar en contradicción con el marco legal. Estas facultades integran la de remover gobernadores".

Para Antonio Ortega, el presidente actual, no tiene las características de un líder nato y "no tiene las características de un líder formado, Salinas tenía magnetismo personal para ciertos sector, Zedillo no cuenta con un aparato de comunicación social o de relaciones públicas que lleve a cabo la transmisión del mensaje presidencial en forma concisa".

Zedillo al no ser político, es difícil que llegue a tocar las fibras sensibles del pueblo.

Asimismo, otro elemento que afecta la formación del liderazgo político mexicano, según el periodista, es que "los presidentes no han reaccionado con capacidad humana a los grandes conflictos nacionales y con Zedillo ha llegado a su punto más alto".

El periodista menciona que actualmente se pasa a la "modernidad", los presidentes actúan siempre reaccionando, no se montan en el momento crítico, esta es la crisis del liderazgo. El líder tiene que conducir a su pueblo. Se dice que Zedillo es el líder del cambio democrático en México. "(...) Pero no hay conducción, todo cambio, necesita de conducción. Esto es, la conducción hacia un nuevo modelo democrático en México".

Otro factor para Zárate es la creciente presencia de fuerzas que van generando una capacidad de veto. En un momento determinado, fueron los sindicatos, en otro, los grupos del capital, ahora se incorporan los grandes medios de comunicación y los grandes intereses extranjeros.

En la medida que el proceso político se resuelve en una misma camarilla, el aspirante al sumo poder presidencial, tiene que lograr el apoyo o cuando menos, la tolerancia de los importantes grupos de poder - nacionales e internacionales- para poder alcanzar la candidatura del presidente de la república. "Esto significa que un hombre con talento, con visión, con patriotismo pudiera ser vetado por alguna de estas fuerzas importantes". Hecho que obstaculizaría su llegada a la presidencia.

No tiene posibilidades si es vetado por el Consejo de Hombres de Negocios, medios de comunicaciones o por los grandes inversionistas. Por esta razón, los aspirantes a las presidencias se dedican a planear "a flotar, a no comprometerse".

Zárate cuenta que a Cosío Villegas le sorprendió la carrera de Antonio Carrillo Flores, sin conocerlo, se imaginaba que era un hombre de grandes talentos porque de otra forma, no se podía explicar cómo podía ejercer funciones en la Secretaría de Relaciones Exteriores, posteriormente pasaba a la Secretaría de Educación Pública. Un día, lo conoció y tuvo un desencanto. Cosío Villegas lo conoció en el deportivo Chapultepec y decía que mientras algunos nadadores iba de un lugar a otro, Carrillo Flores, flotaba.

Para esta autor esta es una fina explicación de la carrera política de algunos.

Otra anécdota dirigida a identificar al débil liderazgo mexicano, se refiere a los cuestionamientos de la gente dirigidos a por qué Cárdenas no seleccionó a Mújica, Zárate opina que se debe a los vetos importantes que tenía por parte de algunos grupos y a la vez, se selecciona a Ávila Camacho porque flotaba y era neutral, factores que lo elevaban a la presidencia de la república.

Para Buendía, la crisis del liderazgo se identifica con el proceso de globalización y apertura comercial: "en relación al proceso de aperturas de globalización económica, resulta que muchas de las decisiones sobretodo en política económica que antes descansaban en la presidencia de la república - estamos hablando de manejo de tipo de interés, de tipo de cambio, déficit fiscal, gasto público - que durante mucho tiempo, fueron un recurso para resolver problemas en le populismo presidencial, son recursos que pierde la propia presidencia de la república. La toma de decisiones no se le compete a la figura presidencial, sino que se generaliza y descansa en la decisión, en otras partes, incluso fuera del país. Ambos factores: la modernización y la apertura comercial han debilitado las formas tradicionales de ejercicio del poder, sin que las instituciones hayan tendido ha realizar una reforma estructural y organizativa y también en cuanto a las funciones nuevas que se le permitiera adaptarse a los nuevos tiempos".

Zárate y Ortega, coinciden en la falta de semilleros de liderazgo. Zárate comenta que anteriormente el PRI buscaba líderes en colonias populares,

aunque posteriormente se adaptaran a la mecánica priísta. Sin embargo, actualmente, el tecnócrata que siente desprecio por los políticos y se siente orgullo de sus conocimientos técnicos y de no haber estado contaminado por la política partidista, es el nuevo "líder".

Con Miguel de la Madrid, las características del candidato cambian, provienen del sector financiero y la ausencia de experiencia electoral y su absoluta vinculación al partido, son características de estos líderes. Lo anterior, indica Zárate, ha formado un profundo rezago social, en donde se abandona a los grupos más necesitados y se pronuncia un discurso darwinista, en el cual no hay ninguna alternativa. El proceso de modernización tiene un alto costo que integra a la tragedia humana.

Para Ortega, el PRI, crea líderes falsos. Anteriormente el Partido Comunista, le surtía al PRI líderes. Actualmente en el PRI hay miembros y no militantes; en el PAN existen clanes, no militantes.

- **Proyecto nacional y conducción democrática.**

Las diferencias de estilos de liderazgo político, definen la expresión y la imagen del mismo, caracterizándose por su discurso.

Para los entrevistados, el líder presidencial actual tiene una imagen débil, es un hombre común. En este punto, los entrevistados difieren radicalmente en su punto de vista en relación a la explotación de la imagen de hombre común y corriente para posicionarse en la opinión pública, Zedillo puede que no sea un hombre débil, Zedillo, debe de ser un mexicano excepcional.

Para Antonio Ortega, Zedillo es un hombre "común y corriente y esta imagen no ha sido explotada (...) los mensajes del presidente, me parecen huecos, asimismo, el presidente no ha enfrente el momento crítico. Siempre ha preferido dejar pasar el agua y después reacciona y cuando reacciona, los sucesos le superaron el discurso. Los mexicanos vamos adelante, cuando el presidente va detrás".

Para Buendía, tanto Salinas como Zedillo inician su gobierno en una situación difícil. Salinas es "acusado de ilegitimidad, pero rápidamente entiende la posibilidad de legitimarse, aunque no la tuvo en las urnas, la legitimación la podía llegar a conquistar a través del ejercicio del poder. Así, en los primeros actos, fue construyendo una imagen de presidente fuerte, más a la usanza de la tradición política de este país y que le había sido restada en las elecciones".

Buendía señala que Salinas trabaja en dos planos: el lenguaje y la manera en la que se habla en el exterior, pero también se hacen de un equipo que puede hablar con las fuerzas internas del propio partido y en este sentido manejan un doble discurso: uno de cara al exterior, en donde se expresa la estabilidad, reforma y sacar a México de la crisis y otra, sumar a las principales corrientes económicas que estaban dominando en este momento y lo siguen haciendo a nivel internacional, y en el caso interno, entienden que hay códigos que tenían que manejar para restaurar las alianzas y las facturas que se habían venido descomponiendo. A partir de la reforma estructural que había puesto en marcha Miguel de la Madrid Hurtado.



"En el caso de Zedillo, que inicia en un momento difícil hay varios elementos que hay que diferenciar: el acceso de Zedillo al poder, se produce a través de un proceso accidentado. Él no sabe que va a llegar a la presidencia y se produce en un proceso accidentado. Él no sabe que va a llegar al poder, hasta dos meses antes, es producto de un terremoto político como el que significó el asesinato de Colosio y tiene poco tiempo para prepararse. Él siempre fue un hombre de gabinete, de mesa de trabajo, de organización, de administración pública y apenas le quedan nueve meses para prepararse y tomar las riendas de este país en un momento de gran turbulencia, tanto económica como política.

Junto con esto, el país de 1988 y 1994 no es el mismo, habían cambiado, por un lado, la propia reforma de Salinas debilita aún más a las instituciones, sus relaciones con el PRI y por otro lado, las fuerzas sociales que habían venido creciendo y organizándose muchos años atrás, llegan al uso de la violencia como los zapatistas. Zedillo entra al poder con condiciones desfavorables y una crisis en gestación, que le explota a los 20 días de gobierno. No tuvo tiempo para construir una imagen política. Habría que sumar un factor adicional, no le gusta ejercer el poder y ha no ejercer el poder presidencial bajo facultades metaconstitucionales que habían caracterizado en contrapartida a Salinas".

Salinas, se apoya en facultades metaconstitucionales que están legisladas y él las utilizó como en el caso de la aprensión de La Quina, que en la opinión pública tuvo un acto de respaldo. Buendía, agrega, que en el caso de

Zedillo, renuncia a utilizar los actos metaconstitucionales. Esta contrapartida genera confusión y Zedillo aparece como presidente débil.

Buendía no está seguro de llamar a Zedillo, presidente débil, indica que "es una sensación que se ha instalado en la administración pública y en la opinión pública, me parece que es más el resultado del propio cambio y la necesidad de introducir ese cambio en la administración pública que la propia debilidad de Zedillo. Zedillo ha vivido la crisis más fuerte en el plano económico y ha impulsado medidas fuertes y políticamente ha introducido medidas más fuertes que ha encontrado fuertes resistencias, aún en su propio partido".

Zedillo produce una sensibilidad de debilidad, Buendía ejemplifica este hecho de esta forma: "La politización de la administración pública por haber venido funcionando con un partido mayoritario durante seis décadas impidió que se desarrollaran conocimientos técnicos de administración, se supeditó a intereses políticos. En el momento que se cambian las reglas de acción, no saben cómo hacerlo y es entonces, cuando se dice que el presidente no gobierna. En el fondo, quizás a lo que nos estamos enfrentando, es que hemos llegado al punto en que hemos podido comprobar, que las mismas élites del poder han agotado las formas tradicionales de ejercer el poder, pero todavía no se tiene un nuevo diseño institucional en el que actúe otro tipo de liderazgo, en concreto, la presidencia de la república vista en un nuevo contexto".

En otro ángulo para Zárate, en la historia política mexicana, observamos cómo a un presidente grandilocuente, le sucede un presidente con rasgos opuestos.

Esto tiene que ver con varios procesos: el presidente escoge entre sus colaboradores a algunos que garantice la permanencia del proyecto anterior. Observamos, cómo "en el caso de López Portillo, es el presidente que se quiere exhibir como atleta, poeta, orador y Miguel de la Madrid vuelve a recuperar las características de la presidencia sobria, republicana ... en el caso de Salinas ocurre lo mismo: Salinas como presidente omnipresente, que a veces se localiza en la Paz y al otro día en Mérida, se mueve ... se acerca ... tiene una gran presencia internacional. Es un personaje importante para los medios de comunicación y luego, encontramos a un presidente como a Ernesto Zedillo que encarna el ejercicio de poder bajo un perfil sencillo, no es elocuente y muestra que el presidente de la república no es un presidente de excepción, sino un mexicano común".

Zárate observa cómo Zedillo en las entrevistas que tiene con López Dóriga y Zabludowsky, uno encuentra una pobreza impresionante, Zedillo habla de sacralizar el poder, indica que no es un hombre de símbolos, ni de fetiches, cuando en la tradición política mexicana, hay un enorme valor por los símbolos.

Y también recuerda cómo Salinas daba mensajes sobre el EZLN a los medios de comunicación lo hace teniendo a sus espaldas de Carranza, ¿Cuál es el simbolismo del retrato de Carranza?, puede representar el

apego a la realidad, pero también fue el asesino de Zapata, es el pacificador de Morelos, el que finalmente logra la muerte de Zapata. Zárate se cuestiona el mensaje de la legalidad o son los dos, en lo que sí está seguro, es que México es un país de símbolos.

Para Zárate, esto tiene una cara negativa y otra positiva. Sería positivo el avance de desmontar la onerosa estructura del régimen presidencial mexicano, sin embargo en la opinión de Zárate, se les está pasando la mano. No puede ser que el líder de noventa millones de mexicanos, sea un mexicano común.

"El presidente no puede ser un mexicano común y corriente. Los romanos decían que la mujer del César, no sólo debía de ser honesta, debía de parecerlo porque hablamos de símbolos, de las imágenes en el poder. Parfraseando, no sólo el presidente debe de ser un mexicano de excepción, debe de parecerlo".

Debe de ser un mexicano excepcional, elocuente, excepcionalmente visionario, patriota y honesto. Para este autor, es contradictorio que Zedillo aparezca como un mexicano común, cuando en este país se necesita un mexicano de excepción, tiene que estar especialmente dotado para dirigir el país.

El departamento de comunicación social requiere de una capacitación política para entender estos factores políticos y culturales, además de históricos.

Ortega afirma que a México le gustan los caudillos y en su opinión, esto no es negativo, debido a que se tiene que pasar a un liderazgo democrático, y es un proceso histórico.

"Echeverría atraía al pueblo y era un líder popular, tenía el apoyo popular aunque no fuera en su persona, sí en sus acciones. Era un político de tiempo completo. La fractura viene con López Portillo, es el presidente que todos los mexicanos hubiéramos querido para que hiciera el cambio: simpático, derrochador, era el clásico mexicano. Apuesto, con dinero y loco. Era un tipo muy querido.

Salinas era inteligente y poseía una brillantez de reacción. La primera vez que estuve con él realmente me asustó. Era mentalmente veloz. Siempre estaba adelante (...) estábamos veinte corresponsales con él y Salinas siempre estaba adelante (...) como el ajedrecista que está sobre tí cinco jugadas. Era sorprendente su agilidad. Se construye una imagen y la apoya con sagacidad a toda prueba. Salinas hizo su programa y lo cumplió: restablece relaciones con la iglesia, crea una reforma política falsa, se alió con la fuerza de oposición para tronar a la oposición, superó el mayor fraude electoral en la historia, (...) pareciera que Salinas era el salvador de este país".

Para Ortega, se produjo un desbalance entre el manejo de imagen y la prensa, la gente creyó una vez más. Fue desmedida la creación de imagen de Salinas. La gente vivió un engaño, el salario real creció falsamente y se cambiaron los estilos de vida del mexicano, hecho que actualmente, estamos pagando.

Zedillo, no ha explotado su imagen como hombre común, no reacciona frente a los hechos, no se responsabiliza de la historia de su mismo partido, expresa mensajes huecos.

Aunque es imposible en el modelo neoliberal, ser líder de lo negativo, a quién vas a liderar ¿a los desempleados? Para Ortega estamos en la etapa de un liberalismo real, el modelo neoliberal fracasó.

Mussachio no reconoce un modelo de liderazgo zedillista, "entendiendo como modelo, un conjunto de características que acotan una manera particular de hacer política y establecer relaciones y atender puentes hacia los diversos sectores de la vida política y social, no encuentro en el actual gobierno nada de esto." "Encuentro animadversión, desconfianza, golpes que no siempre van bien dirigidos, titubeos". Nunca se ha demostrado poder en Zedillo, ni que sepa ejercerlo. Es obvio que al asumir la presidencia de la república, asumió una gran cantidad de facultades, más allá de su capacidad o incapacidad. "Pero el empleo de estas facultades o la renuncia a ellas, han marcado un mal empleo de ellas. Se observa una ignorancia de utilización de facultades o indiferencia que pudieran empujar al liderazgo".

Zárte concluye que el presidente tuvo actitudes franciscanas como al inicio se dejaba de ver entre líneas: "Yo no soy Luis Donald Colosio, pero aquí estoy". Producía una sensación de baja estima.

No hay medidas comunicacionales más efectivas que las respuestas a las necesidades de los principales grupos, puntualiza.

- **Ernesto Zedillo y el proceso de integración social.**

El fortalecimiento de un liderazgo, como se había analizado en el primer capítulo, engloba a diferentes actores, uno de ellos es el microliderazgo. Este agente integra a los líderes de los diferentes grupos de la sociedad: empresarial, intelectual, artístico, civil, campesino, obrero, partidos políticos, etc.

Para Zárate, la sociedad civil ha sido "Acompañada de un régimen autoritario, hemos tenido a una sociedad civil, cuya cultura política, ha sido el enorme grueso de la población con comportamientos cínicos. Una cultura cinica en materia política. La corrupción es un elemento que va a permitir que la sociedad se pronuncie, tantas frases cínicas, hay una cultura de aceptación a la corrupción, a la deficiencia, al autoritarismo porque se asume que esta es la regla del juego que prevalece".

Sin embargo, Zárate, afirma que en la medida de que hay crisis la sociedad, empieza a ser más demandante por falta de democracia. A los mexicanos, les interesa que haya empleo, que haya seguridad social, educación y mejora en el nivel de vida. El problema se inicia, a mediados de los sesenta, indica Zárate, cuando el modelo empieza a tener problemas y se acentúan los contrastes y se irrumpe el movimiento del 68, como un reclamo democratizador y a partir de aquí se dan expresiones ciudadanas demandantes, por desgracia, son expresiones minoritarias, el grueso de la

gente, sigue orientándose a una cultura cínica, ambivalente y solamente son los menos los que tienen una cultura democrática, participativa, que exige y denuncia".

Otro factor importante para este autor es la inserción de México al mundo, el hecho de que exista una mayor presencia de los medios de comunicación, observamos cómo es la cultura en otros países. "La crisis tiene que ver con la falta de democracia".

Detrás de la crisis existe la antidemocracia, si las condiciones económicas mejoraran, probablemente, se olvidara el discurso democrático, eso no lo sabemos. Pero al margen de la crisis hay un proceso de concientización".

Ortega, concibe a la sociedad civil como un grupo de ciudadanos unidos por intereses no partidistas, no políticos. En México, tenemos aunque con algunas excepciones, grupos políticos, con cubierta de sociedad civil, ahora que esta de moda. Afirma que Alianza cívica es noble, pero todavía muy pequeño. "La sociedad ha rebasado al aparato, ha rebasado a los partidos políticos, a las asociaciones no gubernamentales, a la sociedad civil y desde luego al liderazgo presidencial".

Ortega, retoma una frase de José Buendía: "En México hemos vivido una democracia no participativa". Ortega, indica que es una falacia el decir que el pueblo mexicano no es politizado, "el pueblo mexicano es muy politizado, muy actuante, pero muy reprimido. No siempre la represión se expresa en la violencia, tiene muchísimas formas sutiles de ejercer y se le aplica a diario al pueblo mexicano: en los centros de trabajo, en las escuelas. Los



vehículos de esta represión son verdaderamente inauditos, pero también es cierto que se han dado formas de expresión, pero no de organización. Si hay expresiones gratificantes, muchas de ellas han sido anuladas por la misma opinión pública, expresadas a través de la prensa. La sociedad mexicana quiere el cambio democrático, quiere saber qué es vivir en democracia 'a secas', sin adjetivos, una democracia actuante, callejera y correr los riesgos de la democracia, porque ésta tiene sus riesgos, en el sentido de que la sociedad esta aislante del proyecto institucional, no sólo es el gobierno, sino también los partidos políticos". Para el periodista, este es un punto clave, porque observa que los partidos políticos están congelados". Esto me hace pensar que la sociedad no va a encontrar respuesta en los partidos. La sociedad no va a encontrar respuesta en la oposición, ni proyectos viables. Aunado a esto, la crisis ha eliminado tiempo para que la gente se dedique a la política.

Ortega, observa a una sociedad dividida "la sociedad está individualizada, la crisis económica, ha reforzado ésto". En los niveles de vida no ha habido mejora, la capacidad de ahorro ha disminuido, es así como la tendencia es la de individualizarse porque no se tiene qué compartir, no hay interrelación. "La crisis salarial es el peor ingrediente, la gente tiene que trabajar mucho para vivir mal".

Buendía, indica que la sociedad civil tuvo su génesis con un corte paternalista, la sociedad se desarrolló bajo el impulso del propio estado. "Si hablamos del sector empresarial, hayamos que el principal factor fue el activismo del estado. El paternalismo con el que se desarrolló, explica la situación actual, se espera que todo venga del mismo estado y se resulta de

la misma forma". "El paternalismo es uno de los rasgos de la cultura política, pero no el único. La organización más fuerte que es la familia y no individuos, grupos o corporaciones, impide que se fortalezca la sociedad civil. Encontramos una sociedad civil disgregada. Otro rasgo, es la propia estructura del poder que puso en marcha Cárdenas y es que la corporativización de casi todos los sectores de la sociedad civil y su vinculación dentro del partido. 'Mexicanos corporativizados'. Los empresarios están involucrados 'en el propio aparato del estado, las clases medias y se produce una simbiosis entre Estado, Gobierno y la propia sociedad, con la cual, las partes de la organización dependían del Estado y la falta de experiencia organizativa y estratégica en la defensa de intereses gremiales, laborales, etc.'".

Por otra parte, actores que conforman la sociedad mexicana, en la opinión de Ortega, se mueven como clanes y mafias: "La sociedad mexicana que es puramente creada por la sociedad española, que es cien por ciento positivo a mi juicio, tiene similitudes con la sociedad italiana. Los mexicanos somos claneros, nos gusta el clan. En los grupos privados, intelectuales, artísticos, políticos no se denota un liderazgo, sino mafias de control y mafias de exclusión. Yo no conozco a un grupo que no ejerza la exclusión como primera cláusula". Primero son las amistades, luego se analiza a quién excluir. Las secciones culturales están formadas por amistades, se busca la incondicionalidad. Se identifica un cacicazgo. "Por ejemplo, el Grupo San Ángel, intelectuales preocupados por el cambio, no se les conoce una propuesta del pueblo, sino que se dirigen al grupo de poder, aunque esto no es negativo, pero sí la falta de interrelación con el pueblo".

"Los partidos políticos, no integran un proyecto que logre enamorar al pueblo".

Zárate, opina que en relación a los grupos empresariales, y estrictamente de los vínculos entre empresarios y el poder ejecutivo, tendríamos que diferenciar entre empresarios dirigentes y las fachadas institucionales como son COPARMEX, CANACINTRA, que son estructuras que se encuentran en el sistema político mexicano y son las representaciones formales de los empresarios, pero cuando no son representativas del poder empresarial. "El poder empresarial está concentrado en un organismo que es 'El Consejo Mexicano de Hombres de Negocios', entonces cuando quieres hacer un análisis, es darle menor peso a CONCAMIN, COPARMEX, etc., y ver el organismo de los dueños del capital de este país. Son los actores privilegiados en relación a los otros poderes". Los empresarios no reconocen a Zedillo como líder, pero sí comprenden que sería costoso un cambio y significaría un profundo desarreglo.

Mussachio afirma que se han dado avances en la sociedad civil: "Mientras que a principios de enero de 1994, no pasaban de cien las organizaciones no gubernamentales, actualmente existen más de tres mil y hay quienes dicen que cerca de cinco mil. Esto significa que la sociedad mexicana, tradicionalmente desarticulada o con organizaciones absolutamente sometidas al estado empieza a organizarse dentro de sí misma y para sí misma. En lo que se refiere al sindicalismo en donde ha sido más evidente y grosera la introducción del Estado, el grueso del sindicalismo mexicano es priísta y no está para defender los intereses de los agremiados, sino los intereses de los líderes que no necesariamente coincide con el de los

agremiados. Hoy en Congreso del trabajo está dividido, por un lado existen los sindicatos oficialistas, tipo CTM y por el otro, están los del Foro Sindical que reúne a organizaciones sindicales, algunas de ellas tan importantes como el Sindicato de los Trabajadores de la Educación, el Sindicato de Telefonistas, Sindicatos Universitarios, etc.". Para Mussachio esto es un cambio que va a comportarse en forma irreversible.

Buendía, reconoce que el modelo de liderazgo, debe definir hacia dónde quiere llegar.

Cuando se definen proyectos y se reconocen los riesgos y se transmiten las propuestas, los modelos de liderazgo funcionan.

Buendía, reconoce que el empresario mexicano ha estado protegido: "esto tuvo como consecuencia que el empresario no trabajara con criterio de calidad y eficiencia. Dado que la protección le daba la oportunidad de tener un mercado cautivo. A

raíz de la apertura económica se denotó una falta de preparación para poder competir en el extranjero". Los empresarios que no aprendieron rápidamente han desaparecido, vendido o fusionado. El Estado mexicano puede jugar el papel del modelo alemán o japonés, en donde se dota al empresario de herramientas o trabajar en conjunto con ellos, con la definición de un proyecto exportador. Puede ser un excelente apoyo para evitar las quiebras que se están dando en México.

Adicionalmente, el empresario mexicano no es independiente e integra una actitud paternalista. Asimismo, los valores del mexicano, lo hacen ser un trabajador desintegrado a un grupo.

Mussachio, indica que la sociedad mexicana se ha tornado más demandante, esto lo ejemplifica con el sexenio pasado. Salinas ofreció un espejismo de un cambio y no lo cumplió. La sociedad lo reclama y diferentes grupos lo hacen, incluyendo a los indígenas.

Para Humberto Mussachio, el microliderazgo en el gobierno de Zedillo y en contraste con el sexenio salinista, indica: "Mientras Salinas les daba de comer en la mano a los líderes de grupos intelectuales, Zedillo no entiende que utilidad puede tener una buena relación entre el poder y los intelectuales. No me refiero a los intelectuales contestatarios, sino a los pocos intelectuales ansiosos en convertirse en consejeros áulicos. En el sexenio pasado, fue evidente la simpatía por Salinas hacia el grupo de Nexos.

Pero en este sexenio, no hay simpatía por nadie. Es sintomático, que Zedillo no tenga una política para los intelectuales, se sigue dejando llevar por la vieja política salinista, en economía y en otros rubros. El Dr. Zedillo es el primer salinista de México".

## V. COMUNICACIÓN SOCIAL, Y PROYECCIÓN DE IMAGEN PRESIDENCIAL.

El manejo de Comunicación Social es un elemento fundamental en la proyección de imagen presidencial. Para Mussachio ha habido un trabajo profesional en la administración zedillista. "Tanto Salomón como Almada, han realizado un trabajo profesional y lo que hace una oficina de prensa, es algo estandarizado y organizado.

Los cuadros profesionales se dirigen a tareas encomendadas: selección de materiales para la carpeta o el resumen del boletín informativo o editorial del día, la edición de boletines, el manejo del tono y la jerarquización informativa que lleva cada uno, es una actividad uniforme. Existe gente especializada. Lo que está presente es la personalidad del presidente que impide la proyección de una buena imagen, esto es, una constante de 20 meses de gobierno las fricciones que ha habido con la prensa. Sobre todo el afán del presidente Zedillo de decirles a los periodistas lo que tienen que hacer".

Agrega, que una de las funciones del periodismo es el de transmitirle al poder el efecto que produce en la sociedad sus políticas, sin embargo, el presidente Zedillo cree que él debe regular esta función. Ha insistido en dar lecciones de periodismo. Asimismo, existe una confusión en los medios de comunicación, Mussachio precisa que en el manejo de la relación con los medios. "Existe una oficina de Comunicación Social en la Presidencia de la República, otra en la Secretaría de Gobernación y dentro de la Secretaría de Gobernación existe una tercera que representa al gobierno de la

república, nadie entiende esto. Como resultado hay duplicidad de funciones, contradicción entre una oficina y otra".

"El corresponsal New York Times publica una información que le disgusta al presidente de la República, al gobierno en general, salen a responder las diversas oficinas que se encargan de esto. Pero la peor respuesta es la que representa al gobierno federal, que le dice a ese corresponsal, cuál es el periodismo bueno y cuál es el periodismo malo. Al otro día, el diario publica un artículo en donde le va peor al presidente Zedillo, cambian de corresponsal". El sustituto es más duro y el periódico no va a quitar el renglón en relación al análisis de la trayectoria de este gobierno. Se compra un pleito innecesario por una incapacidad de definir una política en el manejo de medios.

Para Antonio Ortega, las diferencias de manejo de medios de comunicación y proyección de imagen presidencial entre Salinas y Zedillo, se define como la existencia y la nada. "Los agentes de manejo de relaciones públicas de Salinas fueron verdaderamente unos fenómenos, manipularon y manejaron la imagen de Salinas en forma genial. La gente que fuimos críticas del gobierno, se enamoraron del régimen salinista, sin ser progubernamental. Cuidaron a la prensa extranjera (...) Parecería que México cambió de la noche a la mañana. En este contexto hay dos cosas muy importantes que apuntar: la generación de mexicanos educados en el extranjero, que no necesariamente es malo y se tomaron medidas serias de cómo cautivar a la prensa extranjera. Los grandes medios, fueron responsables de esta imagen falsa. Abrías el *Washington Post*, el *Financial Times*, *El País*, es decir, medios importantes, que construyeron una imagen que no retrataba

los aspectos negativos del país. Se minimizaba por el interés de estos grandes medios, por proyectar un cambio en México, a través de la figura del presidente, inducido por el aparato de Salinas".

Córdova, Granados, eran parte del equipo de Salinas y realizaban una excelente labor de cautivar a la prensa. En relación a una anécdota, Ortega cuenta que cuando "Salinas todavía no era presidente, pero se perfilaba que era el seguro candidato, comenzaba a llamar por su nombre de pila a algunos corresponsales. Curiosamente, a uno que era hijo de un obrero comunista, le rompió los esquemas cuando el futuro presidente lo llamara por su nombre y lo tratara familiarmente y se cumplió en un gran aliado. Hasta estos extremos llegó el manejo de medios e imagen".

Para Ortega, los hombres de prensa de Zedillo no han sabido colocar al presidente en un sitio "se sabe también que el Presidente no se deja". También es cierto que le ha tocado vivir una situación difícil. Aunque "él es responsable, salió del PRI no de la oposición, hay herencias no deseadas, pero esta es una herencia que el actual presidente ayudó a construir. Cuando él habla de los errores de diciembre, ¿que él no fue el responsable del Plan de desarrollo? Cuando menos, su firma lo avaló. Tendría que pagar estos errores en imagen pública, también hay factores que no se le han reconocido, pero esto se debe a un mal manejo de prensa".

El periodista, afirma que tenemos una prensa que caza declaraciones, no hechos. El departamento de Comunicación Social de la presidencia de la república, podría ser uno de los departamentos que "produce una cantidad impresionante de discursos que son huecos, en esta agencia no nos



alcanzaría el tiempo para leer todos. Asimismo, los discursos presidenciales, tendrían que ser más concisos, Zedillo no es populista y aunque quisiera, no podría serlo".

Hasta 95 la tónica era "resguardar la imagen del presidente contra todo y contra todos y pensar hacia dónde iba la imagen del presidente, nunca tomaron en cuenta los índices de popularidad de las encuestas y se dice que se han estado comprando muchísimas primeras páginas e información en los diarios, para mejorar la imagen del presidente. Esto último, no se puede hacer, aunque lo pongan diariamente en la TV, en los periódicos, si el presidente no dice cosas que al pueblo le interesen. En este sentido, que el pueblo quiera oír. Mientras Zedillo no haga nada, no va a mejorar su imagen".

Agrega, que el grueso de la población tiene necesidades definidas y el presidente no le habla al pueblo.

Mussachio, resalta que en el sexenio salinista existieron presupuestos destinados a la creación de imagen del presidente, se contrataron agencias externas, se compraron páginas de prensa extranjera. Actualmente no existe este presupuesto. Pero cuando lo exista, quizá se manejará la imagen de la misma forma.

Para Zárate, la comunicación social de la presidencia con Salomón estuvo ayuno de una visión estratégica. Se nota una visión pobre de la comunicación social, son operadores políticos con una gran habilidad para

repartir dádivas a los periodistas, utilizan recursos de estas áreas que están dispuestos a alabar a los grupos de poder.

Asimismo, Zárate toca un punto medular en las consecuencias que desemboca un manejo tibio de un departamento de Comunicación Social: Cuando se produjo la toma de posesión del Dr. Zedillo, "Platiqué con algunos inversionistas extranjeros y les pregunté si tendrían algún comportamiento con sus inversiones o planes para México. Ellos respondieron que no, que no iban a hacer nada hasta haber aclarado dos señales fundamentales: la integración del gabinete y el discurso de la toma de posesión".

Tanto Zárate como Ortega, encuentran pobres los discursos en este periodo y en el primer informe que se dió. En el segundo informe, aclara Zárate, Zedillo denota un aprendizaje para manejar los mecanismos de lo que dispone. Sin embargo, no es lo que nos vendió Salinas, "Zedillo aprende rápido", lo que sí es un hecho es que está asumiendo el poder y se denota una imagen desde el inicio de su administración: de un hombre angustiado a un hombre que está asumiendo el ejercicio del poder, se podría decir que hasta lo está gozando.

El autor agrega, que los medios de comunicación están vinculados al poderoso en turno, no se puede desvincular al periódico Novedades de Miguel Alemán, al Heraldo de Díaz Ordaz, por apuntar algunos ejemplos.

Asimismo Zárate indica un factor básico: la pobreza en la cultura de medios mexicanos.

En El Salvador, se habla de claridad, con seguridad del comportamiento y en México, no estamos acostumbrados. En estos países se proyectan programas matutinos en donde se conjugan a personajes de la oposición.

Aunque el nivel de apertura en televisión esta inversamente proporcional a la audiencia; un noticiero de alta penetración como 24 Horas, tiene una censura impresionante, Televisión Azteca de igual forma, en cambio, el canal 40 donde existe una apertura amplia, la cobertura es menor.

Para Zárate, el departamento de comunicación social de la presidencia denota una "ausencia de visión estratégica". Existen diferencia frente a Salomón y Almada, sin embargo se tienen problemas con la venta del producto y "tampoco la comunicación puede hacer milagros". "Si existiera una visión estratégica se darían cuenta que es un error, presentar al presidente como a un mexicano común, que el jefe de Estado en México, tiene que tener una imagen que le permita a las principales actores de la sociedad el reconocer que hay conducción y creo que en la comunicación social, es importante conocer la complejidad de los destinatarios, a los múltiples actores que se quieren dirigir". Ejemplifica, eventos como el primer informe y señala que hay que cuestionarios ¿quiénes son los destinatarios, a quién se está dirigiendo?

Sería fundamental que el manejo de imagen que denotara conducción, rumbo y proyecto. "Comunicación Social, debe de entender a los destinatarios, a los múltiples actores que tienen que dirigirse. A quién te diriges. Es imprescindible definir actores: comunidad internacional, grandes

intereses económicos, iglesia católica, es decir a los distintos grupos de las sociedades, y a veces no hay claridad para entender que se les está hablando a múltiples interlocutores".

Ortega coincide con Zárate en relación a la poca claridad de transmitir mensajes presidenciales. "El Presidente Zedillo no ha podido transmitir el mensaje, es fundamental ver el campo al que se va a dirigir".

Con Salomón, hubo una cerrazón a lo que el presidentes tenía que proyectar en momentos de crisis, considera Ortega. "Obligado a pronunciar una serie de discursos que le restaron credibilidad, llegando a los niveles más bajos en las encuestas. Nunca encontré en tres meses una opinión real en favor del presidente y no hablo de compañeros periodistas, sino de gente común".

"Con Almada se crearon expectativas, se creaba un portavoz, pero como en México no se sabe qué es un portavoz, empezamos con problemas. El manejo de imagen, el trasfondo no cambió y seguimos hablando de un presidente sin liderazgo". Para Buendía en 18 meses de gobierno, se llevan dos Direcciones de Comunicación Social, la posibilidad de poder dar resultados es limitada. Este dato refleja desconcierto y se refleja en la opinión pública. El proyecto de imagen presidencial es producto de la propia descomposición del sistema y de la crisis económica que estamos viviendo. Buendía, afirma que las medidas económicas fuertes han impactado los bolsillos de todo el mundo. En el plano político, no hay coordinación, en el ámbito público, es difícil el proyecto de imagen presidencial.

Además, el desconcierto es mayor, cuando se crea la coordinación de comunicación social no a cargo de presidencia, sino de gobernación.

Para el periodista, Zedillo tiene un punto en contra: "no le gusta ejercer el poder, ni le gusta la imagen pública". Buendía afirma que el mejor aliado sería la transmisión firme en decisiones y la sinceridad en los mensajes. "El liderazgo tiene la enorme responsabilidad de saber hacia dónde se va a dirigir, a dónde quiere llegar. En el momento en que dudas de tu proyecto y cedas a otro tipo de interés estás perdido (...) El proyecto no debe de manejarse con tibieza, sino con firmeza".

Antonio Ortega, puntualiza que "en el momento en que haya apertura, ha habido cambio, pero no apertura, tendremos una prensa más solidaria y preocupada por los lectores, una sociedad más compaginada con la realidad". Con la apertura, es posible que se desemboque un esquema democrático.

- **Análisis del actual liderazgo presidencial.**

Con base a las aportaciones ofrecidas por los entrevistados observamos las siguientes variables que componen la crisis del liderazgo político actual:

1. La crisis del liderazgo es parte de la crisis del sistema mismo, encabezada por el modelo autoritario, no existiendo un modelo alternativo.

2. El ejercicio del poder y su culminación histórica, denotan un esquema desgastado que exige un cambio urgente.
3. La falta de formación de líderes, significa la escasez de plataformas y semilleros, atribuidas al sistema autoritario mismo. Asimismo los vehículos represivos y la cultura de exclusión y veto, hacen imposible el surgimiento de verdaderos líderes. Otro elemento, es la cultura del enmascaramiento, recordando a O. Paz y el reflejo de ésta en los grupos de poder: sean intelectuales, artísticos, políticos o empresariales.
4. La falsedad, el rito y el dogma dominan a la sociedad mexicana. Y la subcultura del silencio, describen a una sociedad mexicana disgregada.
5. La incondicionalidad es un elemento clave si se desea pertenecer a algún grupo político en México. Siendo esta característica la antítesis del liderazgo, por lo que se pierde el estímulo de defender un proyecto. El líder auténtico debe de saber enfrentarse a las diferentes ideologías y no matar en forma autoritaria a la oposición. El verdadero líder incluye, no excluye; y es aquí en donde se centra su fortaleza y conocimiento en el manejo de grupos diversos.
6. La represión ha formado individuos temerosos, deprimidos y silenciosos; y que como dice Zárate: flotan, la falta de compromiso con ideales, grupos sociales y proyectos, contradiciendo la esencia del liderazgo. Sin embargo, la formación de clanes, ha obstaculizado el surgimiento de líderes auténticos, debido a que son marginados los que se salen del clan.

7. Las facultades paraconstitucionales fortalecen la crisis, sin existir un marco legal para el manejo de un liderazgo que conduzca a la resolución real de las problemáticas.
8. Históricamente, la falta de conducción de proyectos y la falta de resultados de parte del presidente y del PRI, es un indicador de la ausencia de líderes auténticos. Tanto los tecnócratas como políticos no han sabido manejar los grandes conflictos nacionales.
9. La sociedad civil está en una etapa embrionaria, pero ha evolucionado por la situación crítica que vive el país. Este es un aspecto positivo, porque no se presentará un retroceso. Sería positivo que se acelerara su consolidación.
10. Los partidos políticos, no han sido capaces de presentar un proyecto alternativo que conlleve a fomentar la confianza y alianza.
11. La imagen de Zedillo se relaciona con la de un hombre débil, común y sin identificar las demandas y valores de la sociedad que dirige. Se denota una incapacidad por emplear mecanismos presidenciales para fortalecer su imagen.
12. Los departamentos de Comunicación Social integran una función técnicamente dominada, sin embargo, la proliferación de tres departamentos que realizan la misma función, generan confusión.

13. El departamento de Comunicación Social de la Presidencia, requiere de conocimientos más sofisticados en las relaciones con los medios de comunicación nacionales e internacionales, así como la consolidación de un portavoz. Es imprescindible generar una estructura con matices internacionales.

14. El manejo de imagen del presidente Zedillo requiere de coherencia y continuidad.

Si se va a manejar la imagen del hombre común, puede tener un filón, pero debe de ser un manejo en una línea constante. Los cambios generan confusión y desconfianza.

15. La integración del simbolismo y comunicación de la meta que persigue el gobierno, debe de efectuarse en forma clara. Asimismo, los discursos requieren de tonos sinceros, humanos y emotivos.

16. El presidente Zedillo integra actitudes poco naturales, probablemente un desenvolvimiento natural, podrían acercarlo al pueblo.

17. Los grupos paralelos al liderazgo presidencial como son los empresarios, intelectuales y organismo no gubernamentales, están acostumbrado al modelo autoritario y paternalistas. Son grupos inmaduros que requieren de independencia y de formar líderes que colaboren en la consolidación de sus proyectos.



18. La sociedad mexicana es una sociedad individualizada y disgregada, la propia crisis ha contribuido a esto. La preocupación diaria, es la subsistencia y las expresiones cívicas y políticas son minoritarias.
19. A pesar de la individualización y disgregación, se asoman demandas y reclamos que pueden evolucionar y desembocar en debilitar más aún el liderazgo político actual.
20. El líder presidencial tiene dificultades para proyectar las relaciones de poder con los grupos sociales representativos en México, siendo indispensable la creación de líneas comunicacionales que generen diálogos.
21. La personalidad del presidente, dificulta el manejo de imagen.
22. El manejo de prensa a nivel nacional e internacional no es coherente e impide la proyección de la imagen del presidente ante la opinión pública.
23. Se observa inmadurez en los medios de comunicaciones mexicanos por la dependencia con el sistema político autoritario.
24. Comunicación Social, requiere de un conocimiento más profundo de sus interlocutores y de las consecuencias que genera la transmisión de comunicaciones mal manejadas.

25. Comunicación Social, integra una visión estratégica pobre, que repercutirá en el corto y mediano plazo. Es menester identificar la idiosincrasia y pensamiento de los diferentes actores sociales (jóvenes, opositores, intelectuales, empresarios prensa internacional y nacional, académicos, etc.).

Como observamos, la antidemocrática situación que vive México, se refleja en la actuación del líder y de los actores que se integran al "sub modelo". El autoritarismo, no ha conducido a resultados. No es justo, evaluar la actuación individual del Dr. Zedillo como líder. Es correcto, que Zedillo no era el destinatario para manejar al país, pero también es cierto, que históricamente, México ha vivido en un régimen autoritario que le ha impedido la formación y consolidación de líderes. Cuando les preguntaba a los entrevistados quién podría ser un ejemplo del líder, era difícil el conseguir una respuesta inmediata. Se detenían y en algunos casos no contestaban.

Surgieron algunos nombres como el de Carlos Abascal, Carlos Fuentes, Lorenzo Servitje, Monseñor Norberto Rivera, pero se les dificultó a los entrevistados la mención e identificación de líderes. Asimismo, nunca se mencionó a Colosio; a López Portillo, lo integraban a un contexto, aludiendo a su carisma. Pero en general, fue complejo identificar a los líderes mexicanos.

Los grupos que conforman a la sociedad mexicana, también requieren de líderes y no se identificaron a personajes.

La plataforma generadora de líderes está ausente y es prioritario generarla.

A la vez, el departamento de Comunicación Social, utiliza mecanismos que no se han modernizado. Ortega mencionaba que había problemas con el concepto de portavoz y esto es notorio cuando se originan las ruedas de prensa nacional e internacional y brota la falta de dinamismo en el proceso pregunta - respuesta, por la ausencia de claridad y seguridad.

La figura presidencial, requiere de continuidad, de evitar las confusiones, de generar discursos que estén inmersos en una línea comunicacional y que sea coherente con el ejercicio del poder.

Es interesante reconocer la recomendación de Zárate, cuando menciona que no existen medidas comunicacionales más efectivas, que las generen resultados. Y lo que menciona Buendía, hay que hablar con sinceridad y claridad.

En conclusión, no existe un modelo alternativo o un modelo intermedio para el cambio si es que el propósito del gobierno actual sea el cambio. Pero lo que es una realidad, es la confusión y desesperación por reconocer a un líder.

## VI. LIDERAZGO EN EL SIGLO XXI.

¿Cómo es el nuevo entorno para el líder del siglo XXI? El liderazgo político mexicano enfrenta problemáticas internas y externas complejas que implican el involucramiento directo y la solución acelerada de las problemáticas y fracasos que se han obtenido en los últimos 25 años, por la inconstancia en políticas económicas y falta de previsión del futuro, además de una inconstancia en planeación estratégica.

Las diferencias globales entre países subdesarrollados y desarrollados limitan el avance del proceso acelerado para incorporar el plan global del siguiente siglo.

Si la comunidad internacional se ve afectada en estas problemáticas, México y otros países subdesarrollados presentan un panorama todavía más complejo.

Nuevos retos para la humanidad prepara el siglo veintiuno, pero también antiguos problemas que no solamente no se han solucionado, sino que se han incrementado, como la superpoblación, el sobrecalentamiento de la tierra, la inestabilidad social, el crecimiento tecnológico que incrementa la productividad pero elimina ocupaciones tradicionales desarrolladas más profundamente en el tercer mundo.

La tecnología y su progreso tienen el reto de satisfacer demandas generadas por la sobrepoblación. Estas demandas son: la desnutrición, la solución al constante agotamiento de recursos naturales y las explosiones

sociales ampliamente desarrolladas en las tres cuartas partes del mundo subdesarrollado que implica una responsabilidad para el mundo desarrollado.

El avance tecnológico se localiza en las sociedades de primer mundo.

En algunos países desarrollados se ha logrado con éxito el control demográfico, sin embargo en los países subdesarrollados los recursos tecnológicos son limitados y la economía no ha permitido la consolidación de grupos científicos.

La contradicción entre avances tecnológicos y crecimiento de miseria es una problemática crucial entre el primer y tercer mundo que podría tener consecuencias económicas atroces.

La globalización del veintiuno, va a ser un proceso complejo por las diferencias estructurales entre naciones. Los niveles de calidad de la producción, activos fijos, recursos naturales, niveles demográficos, aspectos culturales, en fin no terminaríamos de enumerar estas diferencias.

Demográficamente, se estima en el año 2025, que la tierra incorporará a 8.500 millones de habitantes. Existen otras estimaciones que incrementan estas cifras. Específicamente, resaltan países como Pakistán (267 millones), Indonesia (263 millones), Brasil (245 millones), México (150 millones).<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup> World Population Prospects, 1988. División Naciones Unidas, Nueva York.

Extraoficialmente, se menciona que en el año 2000, la ciudad de México puede incorporar a 25 millones de mexicanos. Lo relevante es que el desequilibrio demográfico es una realidad y la escasez de recurso, es otra.

En este último punto, el mundo desarrollado ha gestado a la biotecnología durante estos últimos años del siglo veinte, con el propósito de invertir los ajustes para la administración de recursos naturales eficiente.

La biotecnología puede mejorar la alimentación debido a la posibilidad de cultivar alimentos en suelos secos superficiales con residuos químicos. El plátano híbrido es un ejemplo. Las naciones desarrolladas mejorarán su participación en mercados y es una desventaja para el mundo subdesarrollado. Además la biotecnología substituye actividades agrícolas y ganaderas, siendo actividades básicas en las economías del tercer mundo.

Se requiere de elevadas inversiones y cuidados especializados (herbicidas, vacunas) además de supervisión e investigación relacionada con el ADN. Los países desarrollados no tienen problemas, en cambio los subdesarrollados sí los tienen.

Otro aspecto del nuevo milenio lo encontramos en la robótica y automatización industrial que substituye a la mano de obra.

El nivel de productividad se incrementa, sin embargo la robótica requiere de suministro de energía y avances en telecomunicaciones.

Los medioambientalistas exigen cambios drásticos en el globo, exigiendo transformaciones en el estilo de vida de los habitantes debido a la necesidad de balancear la actividad industrial con el cuidado del medio ambiente.

Es preciso frenar la destrucción de bosque tropicales, medición en la utilización del petróleo e impedir la destrucción de acuíferos.

Los negocios transnacionales, se convertirán en globales, Drucker indica que serán empresas multiglobales, se administrará a la región y productividad siendo este aspecto una evolución de la empresa transnacional.

Recordemos que en los países subdesarrollados predominan las empresas regionales que en algunos casos, la mayoría, no han definido un modelo exportador de calidad mundial y ni siquiera han cumplido con la etapa de trasnacionalización.

Los flujos de capital globales se vinculan a la desregulación de los mercados monetarios y las economías de escala, protegen a las fluctuaciones monetarias equilibran creando equilibrios en el crecimiento económico e identifican problemáticas de consumo regional.

La revolución en telecomunicaciones, los satélites, los cables de fibra óptica, y las transformación electrónica, ha producido una transformación que informa las tendencias de consumo, idiosincrasias, comportamientos sociales, movimientos en la escala económica.

La telecomunicación, según William Gates <sup>68</sup> está generando el inicio de un macro avance tecnológico que correrá en el año 2000 y en 20 años la supercarretera de la información se desarrollará aplicándose en el campo de la educación formal e informal.

Sin embargo, esta sofisticada tecnología no será apreciada horizontalmente por toda la esfera mundial debido a la limitación económica.

Las finanzas pueden sufrir inestabilidad por el sistema de cambios monetarios. Los precios del tercer mundo se reducirán.

El mundo desfronterizado está desequilibrado porque las sociedades no tienen las mismas características: población instruida, ingenieros capacitados, estructura financiera, telecomunicación, educación, capital y empresarios adecuados y capacidad de transnacionalizar.

Las tendencias de consumo en el globo requiere no solamente de inversiones sino de mejoras en programas sociales.

El libre mercado no es equilibrado por los niveles de comportamiento, capacidad productiva, abastecimiento, capacidad exportadora, niveles de comportamiento, conocimientos de mercado, niveles tecnológicos y estilos de gobernar.

---

<sup>68</sup> Gates, William. Camino al Futuro. 1ª Edición, Ed. Mc Graw Hill, México, p. 246.



El mundo subdesarrollado presenta excesos en el gasto militar protección de intereses personales, fundamentalismos religiosos que obstaculizan el desarrollo en Latinoamérica, Oriente medio y África Subsahariana.

Políticamente se consolidará al Estado Nación, mismo que beneficiará el orden neomercantil.

El control regional de la moneda y política fiscal irá desapareciendo. El estado se despega de la estructura económica y son las relaciones internacionales de cooperación las que dominarán en el siglo XXI.

Socialmente la globalización deberá de incorporar las necesidades de los grupos. No es posible homogeneizarlos, pero sí definir metas que satisfagan necesidades.

Los nuevo líderes afrontan un mundo nuevo que promete mucho, pero que requiere de un proceso de incorporación y de adaptación.

En el caso específico de México, enmarcándolo en el mundo subdesarrollado, el liderazgo deberá de buscar las estructuras transnacionales con las nacionales, comprender los esquemas que se han llevado a cabo y acoplarlos. Asimismo, el problema del medio ambiente es más grave para México que para otros países. Otra cuestión es el constante desencanto que la sociedad civil ha generado en relación a los líderes políticos, la educación y el nivel de la población son urgentes de incrementar. Sinceramente, la educación en México es baja y aún en niveles universitarios comparativamente con el mundo desarrollado, es baja.

Los niveles de empresarios, salvo algunas excepciones, y las negociaciones que se gestan, no han incrementado la productividad ni el nivel de empleo, ni transnacionalizado a la empresa mexicana, a excepción de algunos casos como Bimbo y Maseca en Latinoamérica.

Por lo anterior, es indispensable que los líderes empresariales conjuntamente con la cooperación del Estado, integren perfiles exportadores que obedezcan a las regulaciones de calidad internacional. Los líderes deberán de integrar relaciones comerciales adecuadas y negociaciones realistas vinculadas a las cualidades industriales y comerciales de México.

Las políticas de inmigración, principalmente a Estados Unidos es otra problemática a la que se enfrenta el liderazgo mexicano. Asimismo, el desafío de deslindar intereses personales y transformarlos en intereses sociales.

En cuestión demográfica, los programas efectuadas han servido de poco y estadísticamente se espera un crecimiento agresivo.

Otro aspecto al que se afrontan los líderes mexicanos, son las posibles explosiones sociales e inestabilidad política.

Retornando a la pirámide de Maslow, gran parte de los mexicanos no satisfacen ni siquiera la primera etapa: las necesidades fisiológicas y de sobrevivencia (alimento, vivienda, identidad), por lo que no es posible satisfacer las del orden superior.

Psicológicamente existe una falta de cohesión y crisis de identidad, enfocando la atención a la búsqueda de alimento y casa, eliminando a las necesidades sociales y de trascendencia.

Carlos Fuentes indica que la interdependencia se da únicamente en países independientes y es inevitable el paso a la democracia, al consenso popular en procesos claros, la separación de poderes y federalismo. Además de promover el respeto regional, étnico y cultural. Es el autoritarismo centralista el que debilita.<sup>69</sup>

México requiere de una liberación e independencia que lo integre al nuevo mundo, teniendo conocimiento de su valiosa cultura e intercambiarla con otras.

El mismo autor, propone convertir a los medios de comunicación en instrumentos sociales, culturales y políticos, abriéndolos a convertirse en foros participativos.

Incorporar a la mujer a la fase ejecutiva, en Beijing y en el Tratado del Cairo se identificó a México como un país en donde la marginación al género femenino y la violencia en el hogar y ámbito de trabajo es preocupante. Clara Jusidman, afirma que en el momento en que el trabajo de la mujer sea valorado, estimado; se contribuirá a cambiar estructuralmente las que permitan lograr cambios fundamentales. La Organización de Naciones

---

<sup>69</sup> Fuentes, Carlos., Meyer, Lorenzo., Campos Julieta y otros. Los Compromisos de la Nación., p. 9.

Unidas, indica que la mujer contribuye con más del 50% del tiempo total de trabajo remunerado y no remunerado. La desigualdad en México no se dirige únicamente a la mujer, sino a la infancia y senectud, sin contar con los grupos indígenas.

Es así como la imagen del liderazgo se deberá de transformar, promoviendo el sentido de pertenencia al grupo. Los grupos deberán de establecer compromisos reales y los resultados deberán de ser constantemente evaluados.

La unificación del humanismo y el equilibrio tecnológico será otro reto para el líder del año dos mil. La cohesión entre las problemáticas mencionadas, el desarrollo científico y tecnológico, el equilibrio entre desigualdades y la incorporación constante del humanismo. El nuevo liderazgo se enfrenta a macro proyectos, que si logra coordinarlos y ofrecer resultados, la teoría malthusiana y los presagios negativos se desmoronarán nuevamente como en el siglo XIX, cuando se profetizaban caos demográficos y escasez de recursos.

Asimismo, si México logra dar este cambio, será doblemente gratificante el observar cómo el mundo subdesarrollado fue capaz de ser receptivo a tan veloz transformación histórica.

- **Modelo dinámico y reestructuración.**

El liderazgo del siglo XXI, deberá de considerar ajustes que obedezcan al nuevo orden global.

En esta sección, se propone conceptualizar al modelo del liderazgo político mexicano y adaptarlo a esta nueva realidad.

El modelo de liderazgo funcional, involucra al líder, seguidores, meta y su interrelación.

Partimos que el liderazgo político mexicano es concebido como aquel modelo que involucra al macro líder (figura presidencial), seguidores (sociedad civil) e interrelaciones con microlíderes (sectores privados, intelectuales, culturales, laborales o cualquier modelo organizado).

Como base metodológica, se integra la dinámica de grupos y teóricamente a los autores Catwright y Zander. La base científica será la Psicología Social, por ser el área que se especializa en el estudio del liderazgo y su interacción con los grupos humanos.

Es fundamental comprender los conceptos relacionados con liderazgo, entendiéndolo como la ejecución de aquellos actos que ayudan a que el grupo logre sus resultados preferidos. Pueden llamarse a tales actos funciones del grupo. Hablando con mayor precisión, el liderazgo consiste de acciones por parte de los miembros que ayudan a determinar las metas del grupo, a hacer que el grupo se mueva hacia dichas metas, a mejorar la calidad de las interacciones entre los miembros a desarrollar la cohesión del grupo y a la facilitarle recursos.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup> Catwright, Dorwin y Alvin Zander. Op. Cit., pp. 331-347.

Los grupos son organizaciones de personas que se diferencian entre sí por la identificación de ciertos valores y creencias.

El líder se diferencia del grupo por ejercer más influencia que el miembro promedio.

Cattell, creador de formas de medición del liderazgo <sup>71</sup>, indica que cualquier miembro del grupo ejerce formas de liderazgo, sin embargo el grado de ejercicio, definirá las propiedades del grupo. Cualquier función del grupo, corresponde al modelo funcional del liderazgo.

Entre los miembros de un grupo, puede surgir el líder y su función será la de actuar para servir a su grupo, asimismo, las diferentes conductas del grupo construyen al liderazgo basado en una misma función. Para comprender este modelo, es imprescindible identificar las variables o factores que definen las acciones que efectuarán los miembros del grupo.

Las acciones del grupo pueden ser de diferente orientación, sin embargo su dirección deberá de apuntar la función.

La función o funciones se basará en objetivos definidos. Catwright y Zander observan dos divisiones de objetivos: lograr meta de grupo y mantener al grupo cohesionado o fortalecerlo.

---

<sup>71</sup> R. Cattell, *New Concepts for Measuring Leadership in Terms of Group Similarity*, p. 172.

Por otro lado, las funciones pueden ser llevadas a cabo por cualquier miembro del grupo, sin embargo, surgen especialistas que separan a los miembros y los enfocan en la labor específica de tareas.

Otro aspecto teórico que se debe de comprender, es el poder social, definido como la habilidad de influir a otra persona por medios definidos o no definidos. En el liderazgo funcional se deberá de asumir la existencia del poder social. La persuasión se da a través de la influencia y contribuir a edificar las funciones de grupo. Es imprescindible que las funciones de liderazgo se centralicen en puestos designados y la necesidad de poder para ejecutarlas.

De aquí partimos para comprender cómo el líder distribuye funciones entre el grupo y sus miembros.

Los miembros del grupo determinarán la iniciativa para servir a las funciones del liderazgo y existen dos condiciones para que esto se cumpla:

1. Ser consciente de que se necesita una función determinada.
2. Sentirse capaz de ejecutarla y habilidad para realizarla sin tener problemas.

En la medida en que los integrantes del grupo comprendan la importancia de lograr la meta, se concentrarán y estimularán en su cumplimiento, asimilando las funciones que les correspondan.

El grado de interdependencia entre los integrantes, genera incremento en los niveles de responsabilidad, sienten que su posición en el grupo hace a otros dependientes de él.

A la vez, los sentimientos de dignidad y aceptación se involucran en la prioridad que los miembros del grupo le otorguen a sus funciones.

La distribución de funciones deberá de ser responsable del líder, asignándolas según las habilidades y evitando concentrar el poder en una cuantas manos para no generar conflictos y destruir el entusiasmo, creando ambientes poco convenientes.

La fase emotiva en el modelo de liderazgo no se puede desprender de la ejecución del grupo, por lo que es importante integrarla en la tipología del liderazgo.

El clima autocrático puede generar hostilidad y dependencia en el grupo. El clima *laissez faire* posiblemente pudiera ser aplicado en sociedades desarrolladas y maduras, pero en esta investigación no se aceptó por la falta de cohesión, creando confusiones en las acciones. Hemos observado que en México se ha vivido desde antes de la colonia, un clima autocrático y el paso a la democracia no puede ser instantáneo. Asimismo, la figura presidencial ha sido concebido como autocrática, sin embargo, la apreciación al cambio deberá de estar justificado y ser comunicado, estimulando a la sociedad civil, mediante resultados el deseo al cambio.



El rol del líder se torna complejo y es preciso segmentar y comprender las necesidades de cada grupo para incorporar a la meta las necesidades particulares de cada uno de ellos.

La motivación en la democracia es altamente valorada. La sociedad mexicana ha sufrido una autodevaluación según hemos observado en los estudios que se han realizado en relación a la estima.<sup>72</sup>

En la sociedad mexicana, el mexicano es amistoso, sin embargo desconfiado, es fundamental enaltecer esta confianza hacia su líder y hacia él mismo.<sup>73</sup>

La autocracia puede generar descontento aunque no se identifique en la superficie. No necesariamente los integrantes expresarán el descontento, pero las reacciones de renuncia al grupo lo denotan. El mexicano, reacciona con la indiferencia y reacciones irónicas como chistes autodevaluatorios, falsa alegría en la adversidad. A la vez, el sentimentalismo domina las conductas.

La democracia estimuló la cohesión y ambientes cooperación, el mexicano es altamente servicial, por lo que un ambiente amistoso y emotivo, lo integra y puede generar resultados positivos. La frialdad y el autoritarismo son rechazados por nuestra cultura.

---

<sup>72</sup> Díaz Guerrero, Rogelio. Op. Cit., pp. 261, 262, 160.

<sup>73</sup> Rodríguez Estrada, Mauro y Ramírez Buendía, Patricia. Psicología del Mexicano en el Trabajo. pp. 103-105.

Es imprescindible fundamentar que existe la hipótesis de que los líderes políticos mexicanos están procesando cambios radicales para poder adaptarse al orden global. Este trabajo no evalúa esta posición, únicamente propone un modelo basado en la premisa de la necesidad de evolucionar la imagen del liderazgo ante la sociedad civil. Asimismo, la situación antidemocrática de México no ha permitido que la sociedad civil evolucione, ni el microliderazgo y más aún el desprendimiento del presidencialismo y la maduración del multipartidismo.

Por otra parte, el control de los medios de comunicación han impedido la expresión y formación sana de públicos y opiniones.

El modelo propuesto se caracteriza por:

1. Identificar y segmentar a los grupos organizados en México. Aquellos que tienen representación civil y/o oficial, que están en proceso de tenerla y que están en decadencia o no la tengan pero que compartan intereses en común. Es decir cualquier grupo que comparta objetivos y metas comunes y pueda estar a favor o en contra de cualquier ideología, obviamente se integran los grupos marginales. Se propone realizar estrategias de comunicación específicas, y una identificación de medios de comunicación selectivos para los diferentes grupos objetivos. Se deberán de desarrollar campañas de imagen, ejecuciones realistas que identifiquen al grupo objetivo con el líder. Es fundamentalmente renovar y crear mensajes directos y diferenciados a estos grupos. Integrar a los niveles socioeconómicos que predominan en México: clase baja y media, pero impactarlos con contenidos y

pautas de medios de comunicación diferenciados. Eliminar la filosofía de exclusión y enfrentarla con medios comunicacionales efectivos. Resulta imprescindible integrar a la clase media en estos mensajes, debido a que siempre se ha incorporado a las clases populares y existe el riesgo de perder la comunicación con los sectores medios.

2. Evaluar imagen presidencial actual mediante sondeos de opinión dirigida a los diferentes grupos y analizar las percepciones que se tienen de éstos.

Observar los valores que se tienen actualmente y contraponerlos con la percepción de imagen, para desarrollar mensajes efectivos. Evaluar la imagen de líderes oriundos del sector privado, del ámbito cultural e intelectual, etc., y contraponerlos con la situación actual. Es decir, realizar estudios que correlacionen los objetivos del mensaje, de los medios de comunicación utilizados para transmitirlo y la evaluación de receptor.

3. Analizar funciones de los grupos evaluados. (Interacción de grupos, niveles de satisfacción de los integrantes, identificación y resultados).
4. Efectuar dinámicas de grupo para llevar a cabo análisis cualitativo de la imagen presidencial, constantemente e integrar mediciones. Asimismo de líderes privados, culturales, sindicales, etc.

5. Efectuar dinámicas de grupo para evaluar la recepción al cambio de liderazgo autoritario a democrático. (Proponer estructura de modelo nuevo, así como metas definidas).
6. Cohesionar a grupos cercanos que menos rechazan la imagen presidencial y paulatinamente persuadir a los que más la rechazan. Identificar niveles de aceptación y variables que los componen para explotar o complementarlos mediante coherencia en mensajes visuales y verbales.
7. Efectuar estrategias de comunicación que integren el desfase de comunicación aparente que existe entre el líder y grupos. Evitar mensajes confusos y anomia. Involucramiento directo del Departamento de Comunicación Social para efectuar proyecto que evolucione la comunicación entre grupos y se abran nuevas expectativas.
8. No aislar más a los grupos marginales de lo que ya están. La integración es compleja debido a los años de marginación que han sufrido. Efectuar una estrategia de comunicación que integre para evitar que se sientan oprimidos, asimismo, iniciar programas sociales dinámicos que produzcan una integración social. Las acciones y comportamientos de otros grupos sociales han generado que se aislen y se descohesionen de la sociedad. Ese clasismo absurdo que impera en México encabezado por la clase media y copiado de la clase alta, ha fortalecido este tipo de disgregación. Las campañas de las Naciones Unidas que comunican mensajes de "no racismo", pueden servir de

ejemplo para crear una conciencia más nacionalista y menos racista y clasista. Esta situación fomenta la hostilidad y la explosión social.

9. Comunicar mensajes que fomente el interés en el aspecto político, la sociedad civil mexicana no confía en las instituciones políticas y esto es grave. Como señala Wrigth Mills, la pérdida del sentido de filiación política, genera la decadencia de grupos.<sup>74</sup>
10. En el proceso de transformación, surgirán tensiones, entendiendo como tensión a cualquier factor externo o interno que amenaza la evolución del proceso y que se origina por influencias exteriores en el status quo o en el incremento de expectativas o cambio de valores en la meta vinculada a aumentar el nivel de equilibrio en la dimensión del deseo.<sup>75</sup> Por esta razón es inevitable concretar una meta clara, tratando de eliminar el mayor número de ambigüedades y por lo tanto, reduciendo la tensión.
11. La situación de México es compleja y la estructuración de la misma afectará los resultados en el proceso de liderazgo. La estructura social es el primer paso para la efectividad del nuevo modelo.
12. Existe una insatisfacción en el liderazgo autoritario y el partido político dominante, es oportuno realizar cambios en donde el ejecutivo defina sus funciones e identificar las ansiedades de la sociedad civil en torno a

---

<sup>74</sup> Mills, Wright. La Élite en el Poder. 8ª Edición, Ed. FCE, México, 1978, p. 300.

<sup>75</sup> Fred, Fiedler. Citado en Dinámica de Grupos, de Zender y Catwrigth, Op. Cit., pp. 397-407.

la figura presidencial con el objeto de eliminar y establecer una meta estructurada.

13. La meta deberá de integrar submetas que conlleven al éxito de la macro meta, que es la democracia. En un sistema tan corrupto como el mexicano se deberá identificar con lupa las tensiones y acelerar el proceso de limpieza para democratizar la situación. En un ámbito político claro, la figura presidencial podrá ejercer un liderazgo en vías a la democracia y situar al grupo en la meta.
14. La presión sociopolítica de grupos controlados y en favor de la democratización deberán de ser persuadidos a ejercer influencia sobre los no cohesionados y disgregados.
15. Eliminar líderes o sublíderes oportunistas y sancionarlos socialmente, ejerciendo presión social para atraer al grupo a actitudes de confianza. Se puede correr el riesgo de que el grupo observe incapacidades del líder para reestructurar el poder.
16. Controlar a aquellos inconformes y que se desvíen de la meta, esclareciendo ambigüedades y tendiendo a ser una figura presidencial que resuelve situaciones oportunamente u ofrezca respuestas. Waring, indica que cuando las situaciones son ambiguas, existe una tendencia por buscar figuras que integren poder <sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Castilla del Pino, Carlos. La Incomunicación. 2ª Edición, Ed. Península, México, 1995, pp. 25-26.

Por otra parte, el fortalecimiento de los sublíderes políticos y la congruencia en el manejo administrativo repercutirán en la imagen del líder presidencial, es precisa la definición de submetas, acciones e imagen de los mismos.

Fortalecer un liderazgo interno cohesionado para poder desarrollar un liderazgo internacional agresivo. No basarse en estilos centralistas o personalistas, sino cohesionar a los liderazgos de otros sectores y ámbitos.

Paralelamente, se deberán de generar liderazgos reales en los sectores privados que sean congruentes con el desarrollo del libre mercado. El caso de los industriales de Monterrey puede ser interesante, sin embargo, reviste tintes regionalistas que no se integran al programa nacional, sino que lo combaten y la perspectiva de fusión se pierde. La atracción y capitalización interactiva de este tipo de organizaciones es indispensable. Impulsar regionalmente líderes de pequeñas y medianas industrias, comercios, ganaderos, en fin, de toda actividad económica prioritaria, eliminando objetivos grupales individualistas o "grillos". Esto fortalecerá el cambio de estilo del liderazgo político.

La globalización deberá de iniciar en el proyecto nacional, no a la inversa. Es indispensable escuchar las demandas de la sociedad civil. Las campañas de Alianza, deben de fortalecerse e incluir a la lastimada clase media. La inclusión de grupos invertirá a la pirámide y fortalecerá a la punta. Siempre se ha tratado de generar proyectos "ambiciosos" que nunca han dejado resultados positivos y que es imposible darles continuidad. La experiencia del terremoto del 85, ejemplificó la capacidad de la sociedad civil para fusionarse. En esta situación urgente, es preciso lograr esta

fusión, aglutinar a una sociedad civil organizada, agrupada y segmentada, que abrace a los grupos indígenas, urbanos marginados, desempleados, mujeres, a cualquier mexicano. La crisis ha fomentado que el mexicano se sienta disgregado, aislado.

El grupo mexicano está deprimido y el desempleo significa una desvalorización interna fuerte. Es indispensable que esta situación mejore, debido a que si en este renglón no se observa un cambio, por más campañas de imagen y esfuerzos propagandísticos se den, la sociedad civil no va a confiar una vez más en el gobierno. El desempleo es la parte crítica de la situación, el sentirse desocupado, el dar a entender que no se es necesario, aunque se desee participar en el cambio.

Frenar la multiplicación de desigualdades entre los grupos mediante programas sociales, debido a que las consecuencias de estas en estos momentos están generando hostilidad por lo que se deberá incrementar la participación ciudadana.

Otro elemento trascendente es la dignificación al sindicalismo y como consecuencia, revalorar a la fuerza de trabajo mexicana. Otra vez, incluir, no excluir.

El liderazgo político dirigido a negociar las relaciones de cooperación que integren planes de desnutrición, intercambio tecnológico y educativo en niveles de educación superior, programas educativos regionales (América Latina) orientados a niveles primarios y medios, puede ser altamente eficiente.



Así como también la orientación a apoyar al empresario mediano y pequeño en coinversiones internacionales.

El cambio de modelos de liderazgo es una tarea compleja que puede ser larga y en un principio continuar con características del modelo anterior, es decir un modelo ad hoc que ofrezca metas definidas y conforme evolucione, la adaptación será fortalecida.

La sociedad mexicana, se siente confundida y no está valorando los cambios realizados en la imagen de la figura presidencial, por una distorsión en la comunicación. La crisis económica impide efectuar juicios positivos hacia estas transformaciones. Si observamos, el actual presidente mexicano ha cambiado el tono de voz y el discurso es más claro y amistoso. Asimismo, integra una imagen austera. Se está abriendo a otros medios de comunicación y la apertura de nuevas cadenas televisoras indica un cambio trascendente en este renglón. En la entrevista que ofreció a Multivisión, el discurso fue claro y el tono realista, se habló de crisis, de errores con explicaciones técnicas, de un posible resultado positivo a largo plazo, de involucrar a la sociedad civil en procesos de consenso popular, etc. No se evalúa la posición política, sino la imagen, que no está siendo apreciada por el precario entorno en el que nos encontramos.

Fiedler <sup>77</sup> realizó un estudio para medir la efectividad del modelo de liderazgo a través de mediciones que identifiquen los rasgos de

---

<sup>77</sup> Idem.

personalidad y actitudes del líder para el éxito del grupo. La medición se realiza mediante escalas de percepción interpersonal y puntuaciones.

En el liderazgo político se deberán de considerar grupos heterogéneos, entendiendo a estos como aquellos que integran tensión social, comunicación compleja y que puedan o no competir por el status del liderazgo y puedan estar o no conformes al modelo actual.

El liderazgo político y el funcionamiento positivo o negativo no es responsabilidad total de la figura presidencial, sino del modelo y su seguimiento.

Fiedler, mediante la ingeniería de organización, muestra que es indispensable que la situación funcione. El tipo de liderazgo depende del clima social y del grado de influencia que el líder ejerza sobre él.

Esto es, en México, el entorno político tiene que cambiar, sin esta modificación, cualquier movimiento que genere el líder positivo o negativo no va a poder evaluarse.

La posición del poder del líder puede modificarse, dándole más o menos autoridad, limitar su autoridad y/o definir los rangos de poder.

A la vez, al grupo se le pueden modificar sus funciones y estilos.

El clima social actual en México es autoritario o como lo denomina Roderic A. Camp semiautoritario.

El líder político (figura presidencial) es concebido como paternalista, autoritario, dependiente de Estados Unidos, integra grupos de trabajo con amigos y es partidista.

Es indispensable ir deslindando al partido político (PRI) de las acciones presidenciales, comunicándolo a la sociedad civil en forma clara mediante la prensa, radio y por su puesto TV.

Otra sugerencia, sería la selección de empresas alternas, dada la connotaciones y polémicas que se han suscitado en torno a Televisa y el control en los medios, por lo que una selección balanceada entre las diferentes cadenas: canal 11, 22 y 40 se segmentan a grupos más educados, televisión Azteca a clases medias y bajas, Televisión por cable a clases medias y media alta. Asimismo, manejo de revistas segmentadas a empresario, intelectuales, científicos, técnicos, jóvenes y amas de casa.

El líder presidencial deberá de ser menos rígido y "formal"; un comportamiento; que genere apertura y un diálogo entre la ciudadanía y éste.

Es imprescindible no saturar, pero sí tener un plan de medios analizado que integre como meta, el cambio de imagen dirigido a la globalización, asimismo incorporar a los medios electrónicos.

Abrir foros en donde se involucren los grupos y representantes de comunicación social, que se estable comunicaciones segmentadas, no únicamente a nivel entendimiento, sino que se efectúen retroalimentaciones y planteamiento de problemáticas reales que afecten al grupo e involucren

al liderazgo político. El entendimiento en México, aparentemente se ha dado, sin embargo como señala Castilla de Pino:

... el entendimiento no subsana la incomunicación entre las distintas clases, ni incluso entre los distintos estamentos que componen a la sociedad en su conjunto (comunidad). (...) El entendimiento no supera la necesidad de comunicación entre un hombre y otro, porque el entendimiento (que es comunicación) sólo puede plantear el modelo de relación interpersonal a nivel personal (...) es una forma de hablar de comunicarse en el plano permisible.<sup>78</sup>

El proyecto ideado por Carlos Fuentes, Manuel Camacho Solís y Julieta Campos entre otros, *Los Compromisos de la Nación* <sup>79</sup>, se basa en propuestas y no en las gastadas críticas efectuadas por los grupos intelectuales en México. Posiblemente sus postulaciones sean demasiado teóricas; sin embargo involucran a la sociedad civil. Además de planteamientos específicos, se realizan propuestas por especialistas.

Proyecto que esperemos se le dé el seguimiento y continuidad y no se quede inconcluso como otros tantos y que involucre a la sociedad civil como agente activo. Este tipo de foros deberán de abrirse y analizarse para fortalecer los niveles de comunicación que fortalezcan a la democracia.

Considerando que México, integra un nivel educativo bajo, es indispensable que la comunicación y los mensajes sean comprendidos, aparentemente existe tergiversación o desinformación en los niveles educativamente bajos.

---

<sup>78</sup> Idem.

<sup>79</sup> Fuentes y otros, Carlos. Op. Cit.

Harold Laswell indica que las personas que no son informadas adecuadamente, tienden a deformar los hechos.

Las reacciones de los grupos mexicanos irán evolucionando al nuevo modelo del liderazgo político.

Sin embargo, reiteramos que si la situación política y económica no se transforma, cualquier cambio que se efectúe será un fracaso. Es prioritario crear un clima propicio y transformado paulatinamente con la adaptación del modelo de liderazgo político, fortaleciendo a la sociedad civil.

- **Imagen del líder moderno**

La figura presidencial y su transformación hacia un estilo democrático, obliga a participar directamente al departamento de comunicación social en el manejo de discursos, medios de comunicación, participación en eventos, relaciones con grupos y comunidades prioritarias y relaciones internacionales, actividades que siempre ha considerado, pero que requieren cambiar su forma. No se quiere decir que no se esté haciendo, por supuesto que sí se están realizando cambios importantes, sin embargo creemos que se tienen que acelerar por la situación en la que vivimos.

En algunos momentos, podrá haber estilos cien por ciento democráticos, por la variedad de tipologías de grupos que se integran.

Reconociendo los aspectos psicosociales del mexicano se recomienda basar la comunicación que se relacione con proyectos, campañas, discursos o cualquier acción vinculada a tener como objetivo un cambio de imagen en la proyección de la figura presidencial, en los siguientes temas:

1. Familia; aunque el tema de campaña del Dr. Zedillo fue Bienestar a la familia y desafortunadamente se contradujo con la crisis, es indispensable integrar y fomentar el concepto de familia nuclear, sin minimizar a la mujer, cohesionándola, excluir la imagen de macho, e integrar imágenes realistas y no autodevaluatorias o caricaturescas del mexicano. Fomentar la imagen de la familia moderna y cooperativa, eliminando conceptos paternalistas y de dependencia.
2. La salud, es otro aspecto a considerar, comunicando la escasez de recursos y el atrofiado medio ambiente, en tonos en donde exista una persuasión para atraer la cohesión nacional y conciencia.
3. La alimentación, en este renglón se han realizado campañas, aunque poco atractivas. La publicidad transnacional y del sector privado, ensombrece las campañas del sector público, por lo que es importante que las producciones y el manejo de imagen se encuentre al nivel, pareciera que México es completamente rural e indígena, se denota una comunicación marginal. Es indispensable crear una imagen de desarrollo y de modernidad, condicionando al trabajo en equipo.
4. La imagen presidencial podría anunciar en tonos amistosos y directos mensajes realistas y positivos, recordemos que para el mexicano la

hospitalidad y la amistad es sumamente importante. Posiblemente, testimoniales que identifiquen a la figura presidencial y logros pudieran impactar.

5. La educación es marginada, se divide en privada y pública, rural y urbana; la desmitificación y la introducción de crear cuadros técnicos y científicos, otorgando incentivos, becas, reconocimientos, que se dan, pero la ciudadanía no lo sabe, sería importante comunicarlo.
6. Mensajes presidenciales que ofrezcan seguridad al mexicano. Cuando se indica que estamos mejorando, el mexicano promedio no entiende por qué, es una sociedad con una educación básica que no conoce de cifras económicas.

El mexicano no quiere colaborar en el gobierno, el valor que le da a la política es negativo, la dignificación de la situación y la modificación de la estructura ejercerán influencias positivas.

El posicionamiento definido de imagen, fortalecida con estos valores y su continuidad y evolución paralela a la de la situación mexicana. Vance Packard cita cómo Eisenhower en una presentación publicitaria, integra la parte emotiva y la necesidad de un líder.<sup>80</sup>

Una renovación en la presentación de la figura presidencial y su dirección al grupo en forma segmentada, transformando radicalmente y estudiar el

---

<sup>80</sup> Packard, Vance. Las Formas Ocultas de la Propaganda. 1ª Edición, Ed. Sudamericana, México, 1985, p. 213.

momento preciso, empleando técnicas de persuasión, podrán despertar la atención de algunos grupos mayoritarios en la sociedad civil.

Se recomiendan técnicas de comunicación sorprendidas, divertidas, recordemos que el mexicano es amante del sentido del humor.

La amistad y el valor que el mexicano le proporciona es alto, asimismo la lealtad.

La imagen que integre la amistad, con la lealtad y el espíritu de colaboración, posiblemente utilizando testimoniales, aunque reiteramos que es preciso esperar el momento oportuno de lanzamiento de este tipo de campañas.

La imagen debe de coincidir con la problemática actual, destacando al desempleo, a la seguridad nacional, mejora de salarios de niveles de educación, etc.

Otro aspecto importante dentro de la segmentación, es la regionalización de campañas de imagen y la identificación de los valores regionales.

Un punto dramático y complejo es la investigación de Colosio y la imagen presidencial, es de vital importancia el manejo realista en este asunto y aunque constantemente se informa a la opinión pública, la población está más confundida que antes y hasta los medios de comunicación han perdido confiabilidad. A principio del mes de agosto, el presidente Zedillo indicó que él personalmente revisará los informes. Es una responsabilidad que obedece a un manejo cuidadoso, porque los pocos o muchos logros en la



imagen, pueden ensombrecerse si la sociedad civil vuelve a desconfiar. Cuando se efectúan declaraciones que comprometen a una acción es menester aclarar a la sociedad cómo se desenvuelve el asunto y cuál es la inmersión del líder.

El federalismo no es trabajo de un día, creemos que en este renglón y en la separación del PRI gobierno se están efectuando cambios. Zedillo ha manejado inteligentemente la desvinculación con Carlos Salinas De Gortari.

El renglón débil, lo identificamos en la necesidad de fortalecer una política social y consolidar el poder ejecutivo en el entorno global.

Otro logro es la participación de medios de comunicación social, diálogos de reforma política, la revisión del proceso electoral y partidismo.

A partir del cambio en el departamento de Comunicación Social, ha cambiado positivamente la imagen y se ha generado una comunicación más definida y ad hoc a la situación, sin embargo, sentimos que es débil.

Es imprescindible ser más agresivos en este renglón y estimular el enfrentamiento a la realidad. Dejar a un lado el promover con un falso positivismo mensajes que no alientan a la población y que les son indiferentes.

Los cambios en el clima político repercutirán en los efectos de los mensajes que se pretendan promover.

La imagen por sí sola no será efectiva, si no se transforman los aspectos infraestructurales de la nación.

## VII. CONCLUSIONES

A fines del siglo veinte, observamos una ímpetuosa transformación en políticas económicas internacionales. Es axiomática la apertura de mercados y se inicia una agresiva competencia mundial en este rubro.

En este breve trabajo, se ha mencionado el atraso de México en este aspecto, así como la ausencia de firmeza en materia de conducción política. Al mismo tiempo, diversas manifestaciones de descontento social, sin respuesta en el periodo incluido, y presentes, dos años después: huelgas de hambre tabasqueñas, guerrilla chiapaneca, investigaciones inconclusas de homicidios políticos, corrupción de exgobernantes, en fin, hechos que no se resuelven y sí se acumulan.

En cualquier medio de comunicación se menciona repetidamente la palabra "democracia", "el fin del presidencialismo", "la lucha de la oposición", sin embargo, en esta país el proceso democratizador continua atrasándose. Paralelamente, la historia de la corrupción mexicana, gravita en diferentes feudos de poder político, impidiendo que la democracia se consuma.

De esta manera, el modelo de liderazgo político mexicano, se encuentra envilecido por aquellos que han ejercido el poder y no cimentaron bases para iniciar emergentemente la anhelada democracia.

Los valores mexicanos se habían identificando con un modelo de liderazgo paternalista y presidencialista y habían sido estratégicos para su

permanencia, situación que ha cambiado. La élite de poder no quiere reconocer ni otorgar una posición oficial a la sociedad civil mexicana.

Actualmente, debido a la crisis del modelo, es imprescindible redefinir estos valores, que no producen la unidad nacional. La crisis del presidencialismo y la debilidad de proyecto por parte de la oposición, obligan a que la sociedad civil mexicana madure y se inserte al foro de política nacional. Desafortunadamente, es la violencia, la expresión que más peso tiene en la sociedad mexicana, clamando inconformidad social.

Ahora bien, si el mismo sistema está en crisis, ¿quiere decir que está impedido para producir líderes?, es una cuestión compleja, debido a que los medios represivos mexicanos han logrado vigorizar el temor entre los ciudadanos. Es decir, en el momento que la sociedad civil pretende organizarse, la oposición no tiene un proyecto lo suficientemente interesante y definido para satisfacer las necesidades políticas de los mexicanos, los medios de comunicación no han demostrado actos de solidaridad, los intelectuales y su alejamiento social es evidente y por supuesto, las organizaciones gubernamentales tratan de desconocer cualquier tipo de organización social.

La incomunicación que se identifica entre gobernantes y gobernados retrasa planes de recuperación económica, debido a las manifestaciones sociales negativas, como señalábamos, violentas. El pueblo mexicano no comprende la misión ni el estilo de gobernar de Zedillo. Es así, como el modelo del liderazgo se encuentra dividido e individualizado, siendo el pueblo, un perceptor incrédulo y cansado de escuchar y leer frases

prometedoras durante años sin haber beneficios reales en las condiciones particulares de cada mexicano.

El grupo seguidor no se identifica con su líder, el Centro de Estudios de opinión (CEO) de la Universidad de Guadalajara, reportó en encuestas realizadas que el 78.2% de entrevistados rechazó la afirmación de que México está saliendo de la crisis y el 60.1% afirmó que no estaba de acuerdo con la política económica aplicada por el actual gobierno, el 68% mencionó que votaría por un gobierno distinto al PRI.<sup>81</sup>

Zedillo constantemente expresa a los medios su deseo de alejar al presidencialismo de la reforma política e invita a llevar a cabo la contienda electoral con civismo y orientación a la democracia.<sup>82</sup>

Los indicadores macroeconómicos avisan signos positivos, sin embargo, el reflejo microeconómico no se observará inmediatamente, sino que tardará y es cuando los mexicanos sentiremos el cumplimiento o incumplimiento de los objetivos de la reforma económica. Desafortunadamente, estos logros no han sido comunicados eficientemente por los medios. La mejora de la deuda mediante el pago realizado en enero de 1997, por tres mil quinientos millones de dólares y que beneficiará a México en las tasas y plazos de deuda, ahorros anuales por cien millones de dólares y la eliminación de la supervisión del tesoro de Estados Unidos a la economía mexicana<sup>83</sup> es una noticia alentadora, pero poco o nulamente valorada por la generalidad del

---

<sup>81</sup> Gil Olmos, José. La Jornada, 3 de enero 1997, Sección El país, p. 4.

<sup>82</sup> Gallegos, Elena. La Jornada, 15 de enero de 1997, Sección La Capital, p. 3.

<sup>83</sup> Pérez, Miguel. Reforma, 16 de enero de 1997, Primera plana.

país, debido a que no observan avances particulares y el estilo de comunicar por parte de los medios es inadecuada.

La brecha en la que México se encuentra, requiere de un líder franco y carismático que minimice los posibles estallidos sociales y genere credibilidad.

Se apunta una realidad: el sacrificio en los niveles de vida de los mexicanos. Más que una invitación es una exigencia. Es una realidad que la situación económica de México, es una acumulación cronológica de desajustes en políticas económicas y que la recuperación considera un largo periodo, y únicamente, mediante el sacrificio de generaciones venideras se identificaran resultados. Empero, la comunicación y la imagen presidencial, podrían contemplar una actitud animosa, de colaboración y un discurso invitante que incluya a los mexicanos. En un caso de crisis económica tan profunda como la mexicana, es imprescindible integrar una comunicación clara que aliente y relaje psicológicamente al pueblo.

Lo anterior, obedecería a un replanteamiento en el manejo de medios de comunicación y del departamento de Comunicación social que no define claramente su participación como vocero del presidente. La presencia de Pérez Jacome cada vez más alineado a la función real de vocero presidencial y simultáneamente la de Almada, confunden la misión y función del rol de la comunicación social. Es preciso señalar que la tarea principal del departamento de comunicación social, es la de aclarar las funciones del gobierno en turno y representante ejecutivo, mantener un diálogo constante

con los medios de comunicación nacionales e internacionales, relacionarse con grupos de poder y organismos representativos.

En etapas de crisis como la actual, Comunicación Social no debería de perder el diálogo con los medios, al contrario, fortalecer su relación y explicar microscópicamente cada decisión presidencial.

La sociedad mexicana está saturada de noticias y hechos penosos, modificaciones en las estrategia comunicacionales podrían ser claves para devolverle al pueblo la esperanza de la recuperación y reactivar el modelo de liderazgo. Roderic Ai Camp señala que "(...) que el modelo político pasa a ser importante cuando sus ciudadanos ven una conexión entre el crecimiento económico (relacionado con el mejoramiento de su propio nivel de vida) y el sistema político.<sup>84</sup> Sin embargo, la crítica situación podría asimilarse de otra forma si el manejo de medios y comunicación incorporaran precisión en la misión. El definir claramente una misión y comunicarla, es vital debido a la posible degeneración del liderazgo y surgimientos de pseudoliderazgos o agrupaciones que generan desestabilidad y mayor confusión social.

El líder tiene que validar constantemente su posición, comunicando los resultados en forma constante. En este renglón, se contempla una falta de sensibilidad en relación a la forma de comunicación y a la posible distorsión en la evaluación de resultados.

---

<sup>84</sup> Camp, Roderic Ai. La política en México. 1ª Edición, Ed. S. XXI, México, 1995, p. 25.

El modelo actual, no integra definiciones de roles y funciones de los diferentes grupos sociales, reflejando comportamientos individualistas y actitudes aisladas que no integran los intereses comunitarios. Es así, como es endeble la identificación con el ejecutivo. Conjuntamente, la falta de responsabilidad en acciones sucedidas durante el gobierno salinista y el pretender ignorarlas por miembros del actual gabinete y participantes en el anterior, restan credibilidad.

Los medios de comunicación por su parte, no ofrecen tratamientos dinámicos e interesante en las noticias; se reiteran hechos como si fueran Telenovelas, pareciendo que la complicidad entre comunicación social y éstos se continúa dando, invalidando su posición ante la sociedad civil por la poca seriedad -caso la Osamenta de la Hacienda el Encanto, la aprehensión de Paulina Castañón, el caso Colosio, por mencionar a algunos -.

La presión de los medios como interlocutores e intermediarios entre gobierno y sociedad civil, tiene poco peso. No se han identificado ni por parte de los medios, ni por Comunicación social, los requerimientos comunicacionales del pueblo mexicano, creyendo que las estrategias pretéritas continúan siendo vigentes.

No se ha producido la integración gobierno - medios - sociedad civil. Aún la oposición habla su propio lenguaje y está más preocupada por combatir al PRI que por presentar un proyecto que atraiga e interese a la sociedad, o sea, a sus posibles votantes. La oposición podría posicionar a un líder que sostuviera un proyecto agresivo vinculado a las demandas de la sociedad



civil. Sin embargo, actualmente se preocupan más por criticar al gobierno actual en lugar de actuar como líderes de un plan nacional que seduzca a la población mexicana.

Los proyectos del gobierno imperante y de la oposición no reconocen los valores actuales de la sociedad mexicana. Siendo la imagen priista y presidencialista la maniquea de una sublime filigrana de cooptación, manipulando a la oposición o utilizando expresiones que contradigan al sistema.

El expresidente Salinas y la modificación de relaciones entre el gobierno y grupos en general, enfocando al poder empresarial, militar y eclesiástico, minimizando la fuerza de las organizaciones de trabajadores. Sin embargo, esto frena la representatividad de la sociedad civil, por la falta de aceptación de roles por parte de los medios, intelectuales, empresarios, y demás gremios, mismos que no generan líderes, sino lazos de complicidad y tolerancia con los grupos en el poder.

Por otra parte, en los valores del mexicano, el respeto a las instituciones, es nulo; sin embargo, la expresión y la crítica es pacífica. Esta conducta, se vincula a los finos vehículos de represión a la cual, la sociedad mexicana, se ha visto sometida. En las pasadas elecciones presidenciales, se observaron cambios de conducta, los mexicanos votaron. Pero continúan siendo intolerantes con opiniones contrarias y se oponen a que los individuos que emiten juicios contrarios, participen políticamente, representando una gran inseguridad en la participación social en la política, por temor.

Uno de los rasgos dramáticos, es la falta de liderazgo en el ejercicio del poder. Salinas de Gortari, suplió la falta de liderazgo electoral con el ejercicio del poder. La posición de Ernesto Zedillo, en las urnas y su postulación como presidente accidental, es débil, sin embargo en el ejercicio del poder puede encontrar la oportunidad de afianzarse como líder.

En otro aspecto, el sistema político mexicano continúa fortaleciendo la estructura corporativista que controla a los grupos de interés, el liderazgo actual, tendrá que ir eliminando esta gastada forma política y fortalecer su independencia para fomentar el microliderazgo.

Si la dirigencia mexicana, es sincera, la conformación del liderazgo mexicano, se deberá apegar a persuadir la confianza social y crear valores políticos paralelos a las demandas sociales.

Ha habido un entorno mínimamente positivo para el presidente Zedillo: el asomo agresivo de organizaciones populares, una oposición débil y fácilmente aplastante, un pluripartidismo anticuado y acéfalo. La posibilidad de fortalecer a la sociedad civil y otorgarle líneas de comunicación, podrían generar el liderazgo zedillista. De la misma manera en que el país cambio, los mexicanos también lo hicieron y por la crítica fase en la que se vive, se volverá más exigente. Posiblemente la represión pueda impedir que esto se identifique inmediatamente, pero recordemos que la inconformidad con el gobierno actual es un hecho.

Si el liderazgo presidencial, no deslinda la actitud intervencionista y paternalista, se perfilará como una figura autoritaria que no logra que su grupo seguidor madure. Por esta razón, la sociedad mexicana, quiere la democracia, pero no acepta la cultura de la misma por dos razones: desconocimiento y dependencia del paternalismo. Independientemente de la actitud sincera o hipócrita de la dirigencia, las demandas sociales están al inicio de cada día, no se escucha una respuesta. Se está rebasando al sistema y las acciones gubernamentales son reactivas.

El autoconocimiento es fundamental para adaptarse al proceso globalizador. No es posible realizar una apertura internacional, si la nacional no ha concluido. Y es este renglón en donde cada agente social - gobernantes, oposición, medios de comunicación, gremios y sociedad civil- precisen claramente su rol y formen una sinergia que desarrolle a esta nación. No es posible, incorporar modelos obsoletos y discursos gastados que no obedecen a intereses generales, sino privados.

Si México, no se ha autocomprendido ¿cómo se va a adaptar al nuevo milenio? Si la sociedad globalizadora es compleja, es contradictoria y esta intercomunicada, en qué posición estarán los países subdesarrollados y peor aún, qué pasará con aquellos que estén temerosos regionalmente, aislados de la cultura universal, si como dice Octavio Lanni<sup>85</sup> refiriéndose al proceso globalizador las historias regionales se convierten en universales.

Es en este momento histórico, en donde es emergente la organización y voz de la sociedad civil mexicana. La falta de información y tergiversación de

---

<sup>85</sup> Lanni, Octavio. Teorías de la Globalización. 1ª Edición, Ed. S. XXI, México, 1996, p. 3.

mensajes, además de manipulación a través de los medios, habían retardado la participación de la sociedad civil. Algunas organizaciones como la ONG (Organizaciones no gubernamentales) pretenden presionar al gobierno para que sean coherentes sus acciones con la sociedad. Los mexicanos requieren participar activamente en asuntos políticos, iniciando con la aceleración del proceso democratizador, el respeto a los derechos humanos y las explicaciones de las decisiones políticas que afectan aspectos sociales y económicos trascendentes para cualquier ciudadano. La información y evaluación del gobierno en praxis política: hechos corruptos, equidad social; no son aspectos alejados del pueblo, lo involucran y deben forzarlo a expresar su opinión en forma organizada.

Posiblemente la ONG ofrezca un foro de expresión como unidad al mexicano de clase media, y ojalá no lo comprometa a sistemas rígidos y adoctrinados políticamente. La sociedad civil tendrá que iniciar una liberalización de los procesos corruptos que tanto daño le han hecho a México.

Se ha mencionado que las relaciones entre la ONG y el gobierno han sido estresantes y han habido casos de espionaje telefónico, amenazas de muerte, e intimidación.<sup>86</sup>

Es en este tipo de situaciones, en donde el valor y la unión de la sociedad civil deberá de concluirse y dejar que evolucione. Será la sociedad civil la que sustituya esa falta de planeación estratégica y miopía política por parte del actual gobierno y partidos de oposición. Esta no es una tarea

---

<sup>86</sup> El Financiero. Informe Especial, 13 de octubre de 1996, p. 62.

sencilla, lo más probable es que se trate de desincorporar o de cooptar a cualquier forma real de organización social con metas definidas.

Se cuentan con apoyos, como los organismos internacionales cívicos que han generado redes de comunicación y recursos para fortalecer a las sociedades civiles menos privilegiadas, siendo esto parte del sistema globalizador.

Organismos como la Comisión Interamericana de Derechos humanos de la OEA y Amercia Watch presionan para que se resuelvan problemáticas regionales.<sup>87</sup>

El liderazgo mexicano puede ser reestructurado si el proceso democratizador se logra, si no sucede esto, puede correrse el riesgo de continuar con el mismo estilo y posiblemente, incitar a la continuidad de explosiones sociales en gran escala. Debido a la inconformidad social, el peligro de incorporar un modelo de liderazgo autoritario, impedirá la formación de una sociedad civil mexicana madura, organizada y libre para expresar sus necesidades. México está en contra del tiempo y son las acciones políticas incongruentes y hasta caricaturescas, las que no permitan el vuelo de México hacia el desarrollo. Para que esto se logre, es imprescindible el contar con microliderazgos que representen a su grupo y honestamente cumplan con la misión que los representa. Asimismo, la figura del líder presidencial, debe de involucrarse y dirigir a los grupos, respetar los pensamientos opuestos, contestar a las dudas sociales y aclarar las decisiones políticas que se lleven a cabo.

---

<sup>87</sup> Ibid., p. 63.

Por su parte, Comunicación Social, es un actor dinámico, vocero del ejecutivo y conocedor en el manejo de medios. La relación Comunicación Social y Medios de comunicación tiene que ser estrecha y no una máquina, generadora de estrategias manipuladoras. Estos agentes deben de reconocer la existencia de la sociedad civil, es más, los medios de comunicación tienen la obligación de servir como foro de expresión a tan fundamental organización y tan dramáticamente marginada por cada uno de los grupos con representación.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Bennis Warren. Cómo llegar a ser Líder. 1ª Edición, Ed. Norma, Colombia, 1989.
2. Blake, Redd y Haroldsen, Edwin. Taxonomía de Conceptos de la Comunicación. 4ª reimpresión, Ed. Nuevomar, México, 1988.
3. Camp, Roderic Ai. Los Líderes Políticos de México. 1ª Edición, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1985.
4. Camp, Roderic Ai. La Política en México. 1ª Edición, Ed. Siglo XXI, México, 1995.
5. Cásares Arrangoiz. Liderazgo. Capacidades para Dirigir. 2ª Edición, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995.
6. Castilla Del Pino, Carlos. La Incomunicación. 2ª Edición, Ed. Península, México, 1995.
7. Chaffee, Steven y Pedro F. Hernández Ramos. "Comunicación Política". En La Comunicación Humana Ciencia Social. Ed. Mc Graw-Hill, México, 1986.
8. Collado, Carlos. La Comunicación Humana. Ciencia Social. Ed. Mc Graw Hill, México, 1986.

9. Catwright, Dorwin y Zander, Alvin. Dinámica de Grupos: Investigación y teoría. 1ª Edición, Ed. Trillas, México, 1971.
10. Córdova, Arnaldo. La Formación del Poder Político en México. 19ª reimpresión, Ed. Era, México, 1994.
11. De Fleur, M.L. y Balls, S. Teorías de Comunicación de Masas. Ed. Paidós, México, 1989.
12. De Moragas, Miguel. Sociología de la Comunicación de Masas. Ed. Gustavo Gili, España, 1985.
13. De Moragas, Miguel, et al. Teoría de la Comunicación. 2ª Edición, Ed. Gustavo Gili, España, 1984.
14. Díaz Guerrero, Rogelio. Psicología del Mexicano. 5ª Edición, Ed. Trillas, México, 1990.
15. Drucker, Peter. La Sociedad Post Capitalista. 1ª Edición, Ed. Norma, Colombia, 1994.
16. El Colegio de México. Historia Mínima de México. 2ª Edición, Ed. El Colegio de México, México, 1994.
17. Fromm, Erich. Psicología de la Sociedad Contemporánea. 2ª Edición, Ed. Siglo XXI, México, 1972.



18. Fuentes, Carlos, et al. Los Compromisos de la Nación. 1ª Edición, Ed. Plaza & Janés, México, 1996.
19. Gates, William. Camino al Futuro. 1ª Edición, Ed. Mc Graw Hill, México.
20. González, Alonso Carlos. Principios Básicos de Comunicación. Ed. Trillas, México, 1984.
21. Hitler, Adolfo. Mi Lucha. Ed. Latino Americana, México, 1960.
22. Klapper, Joseph T. "Los efectos Sociales de la Comunicación de Masas". En La Ciencia de la Comunicación Humana. Ed. Grijalbo, México, 1982.
23. Kotter, John. The leadership factor. 2ª Edición, Ed. The Free Press, Nueva York, 1988.
24. Lanni, Octavio. Teorías de Globalización. 1ª Edición, Ed. Siglo XXI, México, 1996.
25. Lindau, Juan. Los Tecnócratas y la Élite Gobernante Mexicana. 1ª Edición, Ed. Joaquín Mortíz, México.
26. Margáin, Eduardo. El TLC y la Crisis del Neoliberalismo Mexicano. 1ª Edición, Ed. UNAM, México, 1995.

27. Martín Serrano, Manuel. La Producción de Comunicación Social. Cuadernos del Coneicc, México, 1989.
28. Meyer, Alfredo. "Marxismo". En Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Ed. Aguilar, Madrid, 1979.
29. Meyer Lorenzo. Liberalismo Autoritario. 1ª Edición, Ed. Océano, México, 1995.
30. Mills Wright. La Élite del poder. 8ª Edición, Ed. FCE, México, 1978.
31. Moles, Abraham y Rohmer, Elizabeth. Teoría Estructural de la Comunicación y la Sociedad. Ed. Trillas, México, 1983.
32. Naghi Namakforoos, Mohammad. Mercadotecnia Social. Ed. Limusa, México, 1985.
33. Oppenheimer, Andrés. México: en la Frontera del Caos. 1ª Edición, Ed. Vergara, México, 1996.
34. Packard, Vance. Las Formas Ocultas de la Propaganda. 1ª Edición, Ed. Sudamericana, México, 1985.
35. Paoli, J. Antonio. Comunicación e Información. Ed. Trillas, México, 1986.

36. Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. Introducción a la Pedagogía de la Comunicación. Ed. Trillas, UAM, México, 1990.
37. Piñón Francisco. Estructura de Poder en Crisis. 1ª Edición, Ed. Plaza Valdés, México, 1995.
38. Rodríguez Estrada Mauro y Ramírez Buendía Patricia. Psicología del Mexicano en el Trabajo. 1ª Edición, Ed. Mc Graw Hill, México, 1992.
39. Rogers, Everett. "Comunicación y Cambio Social". En La Comunicación Humana Ciencia Social. Ed. Mc Graw Hill, México, 1986.
40. Schramm, Wilbur. La Ciencia de la Comunicación Humana. Ed. Grijalbo, México, 1982.
41. Stodgil R.M. Handbook of ledearship. The Free Press. Nueva York. 1984.
42. Tomasetta, Leonardo. Participación y Autogestión. Ed. Amorrortu, Buenos Aires, 1972.
43. Wolf, Mauro. La Investigación en la Comunicación de Masas. Ed. Paidós, España, 1987.

44. Vázquez Montalbán, Manuel. Las Noticias y la Información. Biblioteca Salvat de Grandes Temas, España, 1974.
45. Young, K. "Opinión Pública". En Opinión Pública y Propaganda. Ed. Paidós, México, 1991.

## HEMEROGRAFÍA

1. Cárdenas, Rogelio. El Financiero. Diario México. 13 de octubre 1996. Año XVI. No. 4194.
2. CNN News. Diario. Multivisión, Canal 19, 22:30 hrs., programa informativo, 28 de julio.
3. Gallegos, Elena. La Jornada, 15 de enero de 1997, Sección La Capital.
4. Gil Olmos, José. La Jornada, 3 de enero de 1997, Sección El País.
5. Junco, Alejandro. El Reforma. Diario. México, D.F. 16 de enero 1997. Año cuatro. No. 1135.
6. La Participación Comunitaria Municipal. Instituto Nacional de Administración Pública. Guía Técnica 14. INAP.
7. Lira Saade, Carmen. La Jornada. Diario. México 3 de enero 1997. Año trece No. 4427.

8. Lira Saade, Carmen. La Jornada. Diario. México. 15 de enero 1997. Año trece No. 4439.
9. Pérez, Miguel. El Reforma. 16 de enero de 1997, Primera Plana.
10. World Population Prospect 1988. Div. Naciones Unidas Nueva York.