



---

---

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN  
A PARTIR DE UN ESTUDIO DE CULTURA POLÍTICA**

**T E S I S**

PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
OPCIÓN TERMINAL COMUNICACIÓN POLÍTICA

**PRESENTA:**

**HÉCTOR ALFONSO FLORES FLORES**

**TUTOR: MTRO. FELIPE NERI LÓPEZ VENERONI**



Ciudad Universitaria

México, 2010



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.

## AGRADECIMIENTOS

A mi familia, por darme todo lo que he necesitado y por dejarme hacer todo lo que he querido; en especial a mi madre, por su apoyo incondicional, sin el cual hubiera sido imposible terminar este ciclo.

A la UNAM y a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, por los conocimientos invaluable, las experiencias extraordinarias y las amistades entrañables.

A mi asesor, Mtro. Felipe López Veneroni, por su apoyo incondicional.

A mi *rōshi*, Mtro. Seymour Espinoza, por sus enseñanzas a lo largo de estos años.

A mi jurado, por recibir con agrado mi trabajo y hacer las correcciones necesarias.

A los profesores Dr. Gabriel Pérez, Mtra. Margarita Flores, Mtro. Édgar García y Mtra. Eugenia Soria, por la dedicación que pusieron en mi formación académica.

A Cintya Ruiz, Paulina Velázquez, Jazmín Espinosa y Flora Esparza (Q.E.P.D.), por todas las satisfacciones que me dieron a lo largo de la carrera, y a Alín Aké Kob, por todos los conocimientos que obtuve a su lado.

A Valeria Meléndez, por su apoyo incondicional en este último año, sin el cual hubiera sido imposible terminar a tiempo este trabajo.

A mis exalumnos, por ser la excusa de mi alegría durante los últimos meses.

A todos mis amigos; en especial a Alejandra Bruner, Guillermo Vargas, Enrique Landgrave, Álex Quintanar, Héctor López e Iván Sierra, por su contribución en mi formación académica y personal.

A Valeria Meléndez, Rebeca Rosario, Anayely Durán, Jorge Raúl Uribe, Rocío Talancón y Ana Casarrubias, por ayudarme con la recopilación de información; a los profesores y ayudantes que nos permitieron entrar a sus salones, y a los alumnos que ayudaron a contestar cada uno de los cuestionarios.

Y a Gabriel Almond y Sidney Verba, por el esfuerzo monumental que llevaron a cabo para la realización de *La cultura cívica* —y al Mtro. Ricardo Magaña por incluirlo dentro de la bibliografía básica de su cátedra.

## ÍNDICE

<b>Introducción</b> .....	4
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Pauta de cultura política</b> .....	8
1.1. Definición de cultura política .....	8
1.2. Tipos de cultura política .....	10
1.3. Pautas de conocimiento político .....	14
1.4. Sentimientos hacia el gobierno y la política .....	16
1.5. La obligación de participar y el sentido de competencia .....	19
1.6. Competencia, participación y lealtad política .....	25
1.7. Relaciones sociales y cooperación cívica .....	27
1.8. Los elementos de la pauta de cultura política almondverbiana .....	30
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Configuración de una cultura política</b> .....	31
2.1. Enajenación y aspiración: Almond y Verba .....	32
2.2. Una crítica a La cultura cívica: Craig y Cornelius .....	33
2.3. La cultura política después del 2000: Jorge Buendía y Alejandro Moreno .....	41
2.4. La cultura política después del 2006: la ENCUP .....	47
2.5. La cultura política en la UNAM: Víctor Manuel Durand Ponte .....	54
2.6. La cultura política en Ciencias de la Comunicación: Olguín y Samaniego .....	59
2.7. La pauta de cultura política esperada en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación .....	63
<b>Capítulo 3</b>	
<b>Estudio de caso</b> .....	65
3.1. Metodología .....	65
3.2. Recopilación .....	66

3.3 Análisis .....	70
3.3.1. Análisis por semestre.....	74
3.3.2. Análisis por opción terminal.....	77
3.3.3. Resultados de los análisis por semestre y opción terminal.....	81
3.4. Interpretación.....	82
3.4.1. Primer semestre .....	84
3.4.2. Tercer semestre.....	85
3.4.3. Quinto semestre .....	86
3.4.4. Séptimo semestre.....	88
3.4.5. Noveno semestre .....	89
3.4.6. Comunicación Organizacional .....	90
3.4.7. Comunicación Política.....	91
3.4.8. Periodismo .....	92
3.4.9. Producción Audiovisual .....	93
3.4.10. Publicidad.....	94
3.5. La pauta de cultura política .....	96

## **Capítulo 4**

<b>Estrategia de comunicación .....</b>	<b>97</b>
4.1. El concepto de estrategia de comunicación política.....	97
4.2. Elementos de la estrategia .....	99
4.2.1. Objetivo .....	99
4.2.2. Características ideales de los receptores.....	100
4.2.3. Análisis FODA .....	100
4.2.4. Eje rector de comunicación .....	100
4.2.5. Mensajes clave.....	101
4.2.6. Características ideales del emisor.....	101
4.2.7. Layout.....	101
4.2.8. Comunicación vertical y horizontal.....	102
4.2.9. Modelo de persuasión.....	103
4.2.10. Reglas heurísticas .....	105

4.2.11. Modelo McGuire .....	105
4.2.12. Temporalidad.....	106
4.2.13. Parámetros para medir la incidencia.....	106
4.3. Tácticas .....	107
4.3.1. Primer semestre .....	110
4.3.2. Tercer semestre.....	113
4.3.3. Quinto semestre .....	116
4.3.4. Séptimo semestre (y opciones terminales) .....	119
4.3.5. Noveno semestre .....	124
<b>Conclusiones.....</b>	<b>128</b>
<b>Anexos (Cuestionario) .....</b>	<b>131</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>133</b>

## INTRODUCCIÓN

La cultura política es un tema que ha apasionado a filósofos y científicos durante mucho tiempo. De acuerdo con algunos autores, los estudios en torno a este tema se dejan ver desde los griegos. Sin embargo, son Gabriel Almond y Sidney Verba quienes en su obra *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, publicada a mediados del siglo pasado, se encargaron de aplicar las categorías de análisis que hasta el momento existían respecto a la cultura política, para identificar las actitudes que las personas de cinco países diferentes tenían respecto de los objetos políticos de su democracia.

A diferencia de otros estudios respecto de la cultura política, los autores no hicieron generalizaciones en torno a la forma en que las personas se orientan hacia la política a partir de la inducción o de la observación participante. Su objetivo fue identificar sus actitudes respecto de los objetos políticos con los que tenían contacto a partir de su propia percepción. Es decir, buscaron que las personas verbalizaran su propia actitud respecto de la política para que ellos después generalizaran del conglomerado de actitudes su teoría sobre la cultura cívica.

Los cinco países que fueron seleccionados (Alemania, Estados Unidos, Inglaterra, Italia y México) se acercan de distinta manera al ideal de democracia. Existieron, en ese entonces, amplias diferencias entre estos países, pero también importantes similitudes. No obstante, los autores dejaron claro que la cultura política sólo puede encontrarse en una nación donde el régimen es democrático, pues en teoría un régimen de este tipo permite la elección de gobernantes, además de un grado de libertad tal que los gobernados pueden hablar de política sin temor a ser arrestados o asesinados.

Lo anterior no quiere decir que las personas de países que se encuentren bajo un régimen distinto al democrático no cuenten con una cultura política. Pero, para los autores lo importante de un estudio de cultura política se encuentra en identificar las actitudes de las personas respecto de los objetos políticos *con la finalidad de mantener la estabilidad del sistema*. Lo anterior deja claro que un estudio de cultura política sólo puede darse dentro de un país que no tiene un control autoritario entre sus gobernados, pues este control extingue de inmediato cualquier forma de participación que ponga en riesgo su estabilidad.

Por otro lado, Almond y Verba encuentran que existen actitudes internas respecto de los objetos políticos. La cultura política, entonces, no se reduce a las formas de participación orientadas hacia los procesos político o administrativo, sino que existen rasgos de esta que se pueden leer en la supuesta pasividad de las personas. Una de estas actitudes internas es la competencia subjetiva, que representa

una potencial participación que puede actualizarse si las acciones del gobierno les afectan de manera directa a los ciudadanos.

Las investigaciones en torno a la cultura política que se realizaron posteriormente estuvieron basadas en los postulados teóricos de La cultura cívica. Hasta el presente se siguen utilizando los conceptos de cultura política, cultura política parroquial, cultura política de súbdito, cultura política participante, entre otros, para hacer referencia a la forma en que las personas se orientan hacia los objetos políticos de sus sociedades. Aunque otros autores han matizado o actualizado esas categorías, el trabajo de Almond y Verba sigue siendo vigente en el estudio del comportamiento político.

Existen otros autores que intentan definir a la cultura política dejando de lado el texto de Almond y Verba. Lo que hacen algunos de ellos es dividir las palabras “cultura” y “política” para, posteriormente, recurrir a sus respectivas etimologías y así explicar el fenómeno de la cultura política. Otros, después de realizar esta división, llevan a cabo un recorrido histórico respecto de lo que distintos autores afirman sobre ellas para a partir de una síntesis teórica aterrizar en un concepto de cultura política operativo con el cual se puedan analizar las formas de participación en distintas sociedades.

Se debe aclarar que en la presente investigación no se intenta cuestionar o analizar a profundidad en un nivel filosófico o teórico si las categorías de análisis en torno al concepto de cultura política —tanto de Almond y Verba como de otros autores— son apropiadas o si corresponden adecuadamente con el fenómeno de la cultura política. Lo que se busca es aplicar las categorías de su concepto de cultura política a un sistema político específico (la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM) para diseñar: *Una estrategia de comunicación política para fomentar la participación de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, respecto de los procesos político y administrativo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, para orientar su percepción de tal forma que crean que el sistema funciona y que lo hace para su bienestar, esto con miras a mantener la estabilidad del sistema político que representa la misma Facultad.*

Para acceder a este objetivo, la investigación atravesó por tres distintas etapas, en las cuales las hipótesis y objetivos sufrieron cambios de forma y fondo. Al principio, la intención era la de diseñar una estrategia de comunicación para fomentar la cultura política participante, independientemente de si con esta se pudiera mantener la estabilidad del sistema político que representa la Facultad. Con la finalidad de participar como asesor en las elecciones de Consejeros Estudiantiles de 2009, el estudio



dio un giro, al inferirse que los resultados podrían utilizarse para incidir en el comportamiento político de los estudiantes para que estos se orientaran positivamente hacia un determinado candidato.

Sin embargo, esta idea conllevaba que los resultados de la investigación debían forzarse instrumentalmente, pues ayudarían a diseñar la estrategia independientemente de si ese fuera el objetivo de un estudio de cultura política o no. Si bien existen elementos de este que pueden utilizarse en una estrategia de propaganda electoral o de mercadotecnia política, este objetivo se descartó para privilegiar una estrategia coherente con la tradición de los estudios de cultura política. La estrategia de comunicación, por tanto, tendría el objetivo de fomentar la participación política, pero con ella se buscaría también, de manera indirecta, mantener la estabilidad del sistema, en el caso de que este así lo requiriera.

Los supuestos de los que partió la investigación son los siguientes:

### **Hipótesis General**

La pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM del período 2010-1, es sistemáticamente mixta parroquial participante, debido a que tienen poca o nula conciencia del sistema, no se sienten afectados por él, no le demandan nada y no esperan que satisfaga sus necesidades, aunque desde fuera se les exige alguna forma de participación

### **Hipótesis Particular**

La pauta de cultura política es el conjunto de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas hacia los objetos políticos, además de las condiciones psicológicas de participación, los valores de la democracia, las características de la participación política en coyunturas específicas y los aspectos no políticos de la participación

De estos supuestos se desprendieron los siguientes objetivos:

### **Objetivo General**

Identificar que la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM del período 2010-1, sea parroquial participante, debido a que tienen poca o nula conciencia del sistema, no se sienten afectados por él, no le demandan nada y no esperan que satisfaga sus necesidades, aunque desde fuera se les exija alguna forma de

participación

### **Objetivo Particular**

Conocer si la pauta de cultura política consiste en el conjunto de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas hacia los objetos políticos, además de las condiciones psicológicas de participación, los valores de la democracia, las características de la participación política en coyunturas específicas y los aspectos no políticos de la participación

Para consolidar estos objetivos, se realizó un marco teórico que constituye el Capítulo 1. Desde el concepto de cultura política hasta las relaciones no políticas que inciden en la formación de una cultura participante, se exponen a detalle los conceptos que le dan coherencia a la teoría almondverbiana. Se recurre a ejemplos o a reflexiones de otros autores sólo para reforzar algunos aspectos o matizarlos. Al final, se aterriza en los elementos que constituyen la cultura política, mismos que serán identificados, analizados e interpretados en el estudio de caso.

Posteriormente, se realizó un recorrido histórico en el Capítulo 2, respecto de algunas investigaciones en torno a la cultura política de los mexicanos. Si los estudiantes de Ciencias de la Comunicación poseen una cultura política que se desprende de la pauta mexicana, se esperaría que contaran con un ideal de cultura política que imitarían al momento de ingresar al sistema que representa la Facultad.

En el Capítulo 3, se analiza cada aspecto de la teoría almondverbiana de la cultura política con el fin de identificar la pauta real que prevalece entre los estudiantes. En un primer término, se abordan los problemas que se enfrentaron a la hora del levantamiento, además de las particularidades de esta fase de la investigación. Posteriormente, se realiza un análisis de contenido que permitirá identificar la presencia extendida, difusa o nula de cada uno de los elementos de la cultura política almondverbiana. Al final, se hace uso de la hermenéutica profunda para interpretar los resultados del análisis.

En el Capítulo 4 se exponen los pasos que implica la estrategia de comunicación. Para ello, se realiza primeramente un acercamiento teórico respecto del concepto mismo de estrategia de comunicación política para posteriormente exponer cada uno de los elementos de la estrategia con su respectiva teoría y metodología.

Al final, se presenta una conclusión donde el investigador expone las ideas finales de su trabajo y aconseja, entre otras cosas, exista un genuino liderazgo para con los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

# CAPÍTULO 1

## PAUTA DE CULTURA POLÍTICA

### 1.1. Definición de cultura política

La definición de cultura política de Gabriel Almond y Sidney Verba es la siguiente:

...se refiere a orientaciones específicamente políticas, posturas relativas al sistema político y sus diferentes elementos, así como actitudes con relación al rol de cada uno mismo dentro de dicho sistema. Hablamos de una cultura política del mismo modo que podríamos hablar de una cultura económica o religiosa. Es un conjunto de orientaciones con relación a un sistema especial de objetos y procesos sociales<sup>1</sup>.

Si bien existen muchas formas de definir cultura, ellos emplean “el concepto de cultura en uno solo de sus muchos significados: en el de *orientación psicológica hacia objetos sociales*. Cuando hablamos de la cultura política de una sociedad, nos referimos al sistema político que informa los conocimientos, sentimientos y valoraciones de su población”<sup>2</sup>. Esta orientación psicológica puede ser de tres tipos:

...1. “orientación cognitiva”, es decir, conocimientos y creencias acerca del sistema político, de sus roles y de los incumbentes de dichos roles, de sus aspectos políticos (“inputs”) y administrativos (“outputs”); 2. “orientación afectiva” o sentimientos acerca del sistema político, sus roles, personal y logros, y 3. “orientación evaluativa”, los juicios y opiniones sobre objetos políticos que involucran típicamente la combinación de criterios de valor con la información y los sentimientos<sup>3</sup>.

Se debe aclarar que los elementos constitutivos de una cultura política no son esos conocimientos, sentimientos y valoraciones por sí solos, es decir que los distintos tipos de cultura política no se definen a partir de ellos. La cultura política parroquial no depende de la nulidad de los conocimientos, sentimientos y valoraciones; la cultura política participante, de que sean muchos. Lo que constituye a cada una de las culturas políticas que los autores identifican en su estudio, *son las orientaciones políticas, las posturas respecto del sistema y sus elementos y las actitudes de las personas respecto del rol que juegan en la política*, que son, como se verá más adelante, las pautas de conocimiento político, los sentimientos hacia el Gobierno y la política, la lealtad política, entre otros.

Sin embargo, las orientaciones psicológicas antes mencionadas consisten, por decirlo de una forma, en la batería que dará origen a los distintos ítems (objetos políticos) a partir de los cuales se podrá identificar la pauta de cultura política de un determinado sistema. El partidismo político, por ejemplo, constituye *una postura* respecto del sistema político que se identifica a partir de la *orientación*

---

<sup>1</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, España, Fundación Foessa, 1970, p. 30.

<sup>2</sup> *Ibíd.*, p. 30.

<sup>3</sup> *Ibíd.*, p. 31.

*afectiva* que los ciudadanos tienen respecto del *partido político* de su preferencia, y que para términos del análisis desde la perspectiva almondverbiana forma parte de los *Sentimientos hacia el Gobierno y la política*. La competencia subjetiva, por otro lado, constituye *una actitud* respecto del rol del ciudadano dentro del sistema político que se identifica a partir de *varias orientaciones* respecto de su *sentido de competencia política*, y que se ubica en la categoría de *Competencia ciudadana y competencia de súbdito*.

Los objetos políticos tratan de:

...sentimientos tales como el patriotismo o el desprecio por lo propio, los conocimientos y valoraciones de una nación, tales como “grande” o “pequeña”, “fuerte” o “débil”, y de un sistema político como “democrático”, “constitucional” o “socialista”. En el otro extremo distinguimos orientaciones hacia “uno mismo” como elemento político activo: el contenido y la cualidad de normas de obligación política personal y el contenido y cualidad del sentido de competencia personal, confrontado con el sistema político<sup>4</sup>.

Existen tres tipos de objetos políticos: “1. *roles o estructuras* específicas, tales como cuerpos legislativos, ejecutivos o burocráticos; 2. *incumbentes* de dichos roles, como son monarcas, legisladores y administrativos, y 3. *principios de gobierno, decisiones o imposiciones de decisiones*, públicas y específicas”<sup>5</sup>. Cada uno de estos tipos de objetos políticos se ubica dentro del proceso político o administrativo.

Ahora bien, desde la perspectiva teórico-metodológica<sup>6</sup> de los autores —sistémica—, el sistema político es entendido como una máquina que funciona a partir de insumos, constituidos por las demandas de la sociedad y las ideas que los incumbentes tienen —se esperaría— para el beneficio de la sociedad. Posteriormente, la máquina procesa todas estas demandas e ideas, para al final entregarlas como principios de autoridad. La cultura política almondverbiana como se verá enseguida se restringe a este modelo, pues la finalidad del estudio es el mantenimiento de la estabilidad del sistema o de la máquina. Almond y Verba llaman al proceso de colecta de insumos “proceso político” (*input*) y al de entrega “proceso administrativo” (*output*).

---

<sup>4</sup> *Ídem*.

<sup>5</sup> *Ibíd.*, pp. 31-32.

<sup>6</sup> Para Jorge Lumbreras, las perspectivas teórico-metodológicas son un binomio constituido por: “1) una serie de conceptos y categorías organizados coherentemente que dan forma a un cuerpo teórico y por tanto a una manera de pensar los hechos en el mundo; y, 2) una metodología de trabajo e investigación, constituida por los diferentes instrumentos, medios y procedimientos por los cuales el investigador se aproxima y conoce al objeto de estudio” (Jorge Lumbreras, *Posturas de conocimiento de la comunicación*, México, UNAM, p. 36). El concepto de perspectivas teórico-metodológicas se equipara al de “paradigmas” en *Las revoluciones científicas* de Thomas Kuhn.

## 1.2. Tipos de cultura política

De acuerdo con los autores, existen tres tipos de cultura política. Estos son parroquial, súbdito y participante. Las culturas políticas son conceptos que hacen referencia a una pauta general de comportamiento respecto de la política en cada uno de los países que estudian, pero no se presentan de manera pura. De hecho, a pesar de que insisten en que la cultura cívica ideal es una cultura política participante, las personas no pueden tener un rol de participante todo el tiempo, pues esto generaría estabilidad.

Las diferencias entre las culturas políticas se establecen en un principio a partir de las orientaciones (cognitivas, afectivas o evaluativas) que las personas tienen respecto de los objetos políticos presentes tanto en el proceso político (*input*) como en el administrativo (*output*). Cuando las orientaciones se presentan hacia ambos procesos, es participante; cuando se presentan más dirigidas hacia el proceso administrativo, súbdito, y cuando no existen orientaciones hacia ninguno de los dos procesos o son casi nulas, parroquial.

Así, la cultura política parroquial se presenta cuando:

...no hay roles políticos especializados; el liderazgo, la jefatura del clan o de la tribu, el “chamanismo”, constituyen roles difusos de tipo político-económico-religioso y, para los miembros de estas sociedades, las orientaciones políticas hacia dichos roles no se hallan separadas de sus orientaciones religiosas y sociales [...] supone también la ausencia relativa de previsiones de evolución iniciadas por el sistema político. El individuo, en este caso, no espera nada del sistema político<sup>7</sup>.

Como su nombre lo indica, un parroquial es aquel que se limita a su parroquia, es decir, a lo que está cerca de él. Este tipo de cultura política hace referencia a los ciudadanos de aquellas naciones en las cuales los objetos políticos son casi o totalmente ajenos. Además, estos se confunden con los objetos religiosos o económicos de su comunidad, es decir, con las autoridades que son cercanas a ellos.

Por otro lado, en la cultura política de súbdito existe:

...una gran frecuencia de orientaciones hacia un sistema político diferenciado y hacia los aspectos administrativos del sistema, pero las orientaciones respecto a objetos específicamente políticos y hacia uno mismo como participante activo se aproximan a cero. El súbdito tiene conciencia de la existencia de una autoridad gubernativa especializada: está afectivamente orientado hacia ella, tal vez se siente orgulloso de ella, tal vez le desagrada; y evalúa como legítima o ilegítima. Pero la relación se da con el sistema en un nivel general y respecto del elemento administrativo [...] consiste, esencialmente, en una relación pasiva<sup>8</sup>.

El súbdito es aquel que se encuentra sometido a una autoridad, pero a diferencia del parroquial tiene orientaciones difusas hacia la política además de que tiende a una relación más estrecha con el

---

<sup>7</sup> *Ibíd.*, p. 34.

<sup>8</sup> *Ibíd.*, p. 35.

proceso administrativo, pues espera que las leyes se cumplan —sin que trabaje en su realización. En general, su relación con el sistema político es pasiva.

Por último, la cultura política participante:

...es aquella en que los miembros de la sociedad tienden a estar explícitamente orientados hacia el sistema como un todo y hacia sus estructuras y procesos políticos o administrativos [...] pueden hallarse orientados favorable o desfavorablemente hacia las diversas clases de objetos políticos. Tienden a orientarse hacia un rol activo de su persona en la política, aunque sus sentimientos y evaluaciones de semejante rol pueden variar desde la aceptación hasta el rechazo total<sup>9</sup>.

El participante, a diferencia del parroquial y súbdito, se orienta positivamente tanto al proceso político como al proceso administrativo. Como indican los autores, la orientación puede ser favorable o desfavorable. El que tengan una opinión desfavorable, no indica, como pudiera creerse, una pasividad respecto de la política, sino todo lo contrario, pues como se verá más adelante el participante busca incidir en la toma de decisiones para su beneficio o para que alguna reglamentación injusta<sup>10</sup> para él o los grupos a los que pertenece no se aplique. En este caso, la opinión desfavorable no le resta sustancia a su participación.

Almond y Verba dicen que debe existir coherencia entre cultura y estructura políticas para que se genere estabilidad. La cultura a que se refieren aquí es desde luego la cultura política, que puede ser parroquial, súbdito o participante; la estructura política por otro lado hace referencia a los roles o estructuras. Así:

...una cultura política parroquial, que fuera congruente con su estructura, tendría un elevado nivel de orientaciones cognitivas y elevados índices de orientaciones afectivas y evaluativas positivas con respecto a las estructuras difusas de una comunidad tribal o rural, una cultura política de súbdito congruente con su sistema tendría un elevado nivel de cognición y elevados índices positivos de los otros dos tipos de orientación con relación al sistema político especializado en su conjunto y con relación a sus aspectos administrativos u *outputs*; mientras que la cultura de participación congruente estaría caracterizada por índices elevados y positivos de orientación hacia las cuatro clases de objetos políticos<sup>11</sup>.

Una sociedad que tuviera como estructuras o roles aquellas autoridades religiosas o tradicionales de su comunidad, a pesar de ser eminentemente parroquial, tendría orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas elevadas respecto de su sistema político. Lo mismo sucedería con una sociedad que se comportara como súbdita, si su sistema político fuera el sistema especializado — que constituía el feudo, por ejemplo. Una sociedad estructurada como una democracia, tendría ciudadanos orientados positivamente tanto al proceso político como al administrativo.

Dadas las circunstancias históricas en que se han construido las democracias modernas, “todas

---

<sup>9</sup> *Ibíd.*, p. 36.

<sup>10</sup> Más adelante se verá que también puede apoyar una reglamentación beneficiosa.

<sup>11</sup> *Ibíd.*, p. 38.

las culturas políticas (exceptuando las que son sencillamente parroquiales) son mixtas”<sup>12</sup>. Almond y Verba utilizan el término de “culturas políticas sistemáticamente mixtas” para referirse a “aquellas en que hay proporciones importantes de ambas pautas, más simples y más complejas de orientación”<sup>13</sup>. Sin embargo, aclaran que las culturas no pueden permanecer así, porque, si esto sucede, existirían “roces inevitables entre cultura y estructura y una tendencia característica hacia la inestabilidad estructural”<sup>14</sup>.

Sin embargo, primero dicen que todas las culturas políticas son mixtas; luego, que los roces entre cultura y estructura pueden conducir a la inestabilidad, por lo que las culturas sistemáticamente mixtas no pueden permanecer así. Si sólo aquellas culturas políticas que son “sencillamente parroquiales” pueden no ser mixtas, ¿cómo se va a evitar la inestabilidad política si nunca van a dejar de ser mixtas?

Pese a lo anterior, los autores indican que existen tres tipos de culturas políticas sistemáticamente mixtas. La primera de ellas es la cultura parroquial de súbdito, que “trata de un tipo de cultura política en que una parte sustancial de la población ha rechazado las pretensiones exclusivas de una difusa autoridad tribal, rural o feudal y ha desarrollado una lealtad hacia un sistema político más complejo, con estructuras de gobierno centrales especializadas”<sup>15</sup>. La segunda es la cultura de súbdito participante, donde

...una parte sustancial de la población ha adquirido orientaciones políticas [...] (el) resto de la población continúa orientada hacia una estructura gubernamental autoritaria [...] Debido a que las orientaciones de participación se han difundido solamente entre una parte de la población, ya que su legitimidad es puesta en tela de juicio por la subcultura de súbdito [...] el estrato de la población orientado a la participación no puede constituirse en un cuerpo competente de ciudadanos, fiados en sus propias fuerzas y con experiencia. Tienden a permanecer como aspirantes a la democracia [...] inclinan a producir tendencias a la alienación entre los elementos de la población orientados en sentido democrático<sup>16</sup>.

Cuando se genera una coyuntura democrática en una sociedad con este tipo de cultura sistemáticamente mixta, “los grupos de orientación autoritaria deben competir con los democráticos, dentro de un marco formalmente democrático [...] deben desarrollar una infraestructura política defensiva propia. Si bien esto no transforma la subcultura de súbdito en otra democrática, la cambia, ciertamente, y muchas veces hasta un punto significativo”<sup>17</sup>.

En el caso particular de la cultura de súbdito participante, los autores mencionan el concepto de subcultura. Es un concepto que desde su punto de vista y sin hacer una diferencia explícita presenta

---

<sup>12</sup> *Ibíd.*, p. 39.

<sup>13</sup> *Ídem.*

<sup>14</sup> *Ibíd.*, p. 40.

<sup>15</sup> *Ídem.*

<sup>16</sup> *Ibíd.*, pp. 42-43.

<sup>17</sup> *Ibíd.*, p. 43.

distintos matices. En este caso, subcultura hace referencia a la cultura política que no es predominante en una sociedad. Así, la subcultura sería la cultura política participante<sup>18</sup>.

Por último, dentro de las culturas políticas sistemáticamente mixtas, se encuentra la cultura parroquial participante. En esta

...la cultura política es predominantemente parroquial. Las normas estructurales que se han introducido suelen ser de participación: para que exista una congruencia, por tanto, exigen una cultura de participación [...] el problema consiste en desarrollar simultáneamente orientaciones especializadas, políticas (*inputs*) y administrativas (*outputs*) [...] la mayoría de esos sistemas políticos, siempre amenazados por la fragmentación parroquial, se balanceen [...] inclinándose precariamente unas veces hacia el autoritarismo, y otras hacia la democracia<sup>19</sup>

En las sociedades parroquial participantes existe una generalizada propensión al desconocimiento, a la deslealtad respecto del sistema político y a la falta de elementos necesarios para la evaluación de las estructuras, roles y decisiones. No obstante, el sistema les exige que participen tanto en el proceso político como en el administrativo, en vías de generar congruencia con una estructura política democrática bien definida. Sin embargo, de los tres tipos de culturas políticas sistemáticamente mixtas, este es la más inestable, debido a que el sistema busca generar en ellos las orientaciones hacia los procesos que no existen de manera natural en los ciudadanos.

Las culturas políticas representan sólo una parte del espectro de participación política, pues también existen las subculturas políticas y las culturas de rol. Las subculturas son entendidas, también, como “diferencias persistentes de acción política”<sup>20</sup> como en el caso de la derecha y de la izquierda — esto a pesar de que el tipo de subcultura que más les interesa a los autores es el que se presenta en las culturas sistemáticamente mixtas. Por otro lado, las culturas de rol consisten en “centros de iniciativa e influencia en el sistema político”<sup>21</sup>, como en el caso de los roles burocráticos, militares, políticos ejecutivos, partidos, grupos de interés, medios de comunicación, entre otros.

En el libro *The civic culture revisited*, Gabriel Almond utiliza el concepto de subcultura para hacer referencia a “una explotadora y siempre acumuladora clase capitalista; una explotada, ideologizada, y forzada clase trabajadora; y una iluminada organización de revolucionarios”<sup>22</sup>. Esto complica todavía más el entendimiento del concepto de subcultura, debido a que en este caso lo adecua a los distintos tipos de clases sociales presentes en las naciones comunistas<sup>23</sup>, que si bien resultan

---

<sup>18</sup> Más adelante se verán los otros matices respecto del concepto de subcultura.

<sup>19</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 43.

<sup>20</sup> *Ibid.*, p. 46.

<sup>21</sup> *Ibid.*, p. 47.

<sup>22</sup> Gabriel Almond, “Recorrido intelectual del concepto de cultura cívica” en *The civic culture revisited*, Newbury Park, Sage, 1989, p. 8. (La traducción es del investigador)

<sup>23</sup> En el mismo capítulo, Gabriel Almond habla sobre la dificultad respecto de identificar la cultura política en las naciones comunistas.



coherentes con el concepto de subcultura dado con anterioridad, es decir, como aquella presente en una sociedad pero de forma secundaria, no se equiparan con los tres tipos de cultura política que el mismo autor presenta junto con Sidney Verba en *La cultura cívica*<sup>24</sup>.

Almond y Verba proponen un ideal de cultura cívica. Dicen que esta no consiste en la cultura política tal como se encuentra en los textos cívicos, es decir, como el comportamiento esperado de un ciudadano. Consiste, más bien, en “una cultura leal de participación. Los individuos no solamente están orientados hacia los asuntos *input*, sino que se hallan positivamente orientados hacia las estructuras y procesos *input*”<sup>25</sup>. Es decir que la cultura cívica no es igual a la cultura política, aunque una cultura política participante esté presente sin duda en la cultura cívica, tiene que ser leal al sistema, característica esta última del súbdito.

### 1.3. Pautas de conocimiento político

En las pautas de comportamiento político:

...se supone que la persona políticamente participante, es consciente y está informada del sistema político, tanto en su aspecto gubernamental como en el puramente político. El súbdito tiende a estar orientado conscientemente, en primer lugar, a hacia (sic) el aspecto *output* (administrativo) del Gobierno: el poder ejecutivo, la burocracia y el poder judicial. El parroquial manifiesta inclinación a la ignorancia, o a un conocimiento muy débil, del sistema político en todos sus aspectos<sup>26</sup>.

Consisten en una orientación política, desde la definición almondverbiana de la cultura política expuesta al principio del capítulo, donde las orientaciones, o “baterías de preguntas” están relacionadas con el conocimiento que los ciudadanos tienen respecto de determinados ítems, que son los objetos políticos. Así, se tiene que las orientaciones y objetos políticos de esta particular orientación política están divididos en cuatro categorías:

La primera de ellas consiste en descubrir el grado de importancia que se atribuye al gobierno nacional y local [...] El segundo es una medida del conocimiento de los asuntos políticos y públicos, así como de la exposición a los mismos. La tercera es un test de información política para descubrir las diferencias entre los distintos países en cuanto a la cantidad de información política que posee su población adulta. Y la cuarta es un índice de la disposición de estas poblaciones para elegir o mantener opiniones sobre los problemas y resultados políticos<sup>27</sup>.

Estas cuatro categorías se vieron reflejadas en su instrumento de medición, pero como tales se encuentran diseminadas en tres aspectos del conocimiento político: *el impacto del gobierno, la conciencia de las cuestiones políticas y los que tienen información y opiniones*.

---

<sup>24</sup> Pese a lo anterior, los autores le restan importancia al concepto de subcultura, utilizándolo de manera difusa en *La cultura cívica*.

<sup>25</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 49.

<sup>26</sup> *Ibíd.*, p. 99.

<sup>27</sup> *Ibíd.*, pp. 99-100.

*El impacto del gobierno* es medido por Almond y Verba a partir de la influencia que las actividades del gobierno tienen en la vida cotidiana de los ciudadanos, y si esa influencia resulta favorable o no para ellos. La influencia de las actividades del gobierno tiene que ver directamente con el conocimiento del trabajo de los incumbentes, junto con la calificación que le otorgan a su trabajo. El impacto del gobierno tiene repercusión en el tipo de cultura política, debido a que “aquellas personas que atribuyen importancia a los gobiernos nacional y local y que pueden presentar ejemplos de ese influjo significativo son, al menos, de la categoría de súbditos. Si se dan cuenta de la influencia del Gobierno, pero no están satisfechos de ella, podemos calificarlos de súbditos enajenados. Si no se dan ninguna cuenta, o sólo escasamente, podemos catalogarlos entre los parroquiales”<sup>28</sup>.

Es aquí en donde los autores utilizan el concepto de enajenación, desde la misma perspectiva de Adam Schaff. Este autor, ubicado en la perspectiva teórico-metodológica del marxismo, define a la enajenación —en este caso alienación política— a partir de “sentimientos, actitudes y acciones de los individuos, a quienes los problemas políticos les son «ajenos»; se trata por tanto de personas que no toman parte en la lucha por metas semejantes, a quienes les es indiferente qué sea lo que resulte de estas luchas, que —en el caso extremo— rechazan toda ocupación con la política como un «sucio asunto»<sup>29</sup>. Claro que para Schaff, la alienación política tiene otra vertiente: “personas a las cuales *estos* problemas políticos les son ajenos, pero solamente porque niegan la base del sistema, quieren obtener la caída de éste y alcanzar de esta manera metas políticas *completamente diferentes*”<sup>30</sup>. Sin embargo, para Almond y Verba esta vertiente de la alienación política no sería alienación, sino que formaría parte de la cultura política participante.

Siguiendo con las pautas de conocimiento político, el segundo aspecto a considerar es *la conciencia de las cuestiones políticas*, es decir, “el sentido de obligación de participar en las actividades políticas (*input*), lo mismo que un sentido de competencia para participar. El interesarse por los asuntos gubernamentales y políticos, así como el prestar atención a las cuestiones políticas”<sup>31</sup>. El tercero trata de *los que tienen información y opiniones*, pues “la competencia democrática está estrechamente relacionada con el hecho de poseer información válida sobre los resultados y procesos políticos y con la capacidad para utilizar dicha información en el análisis de esos resultados y en la percepción de las estrategias de influencia”<sup>32</sup>.

Se debe destacar que estos dos últimos aspectos no tienen una relación directa con el

---

<sup>28</sup> *Ibíd.*, p. 106.

<sup>29</sup> Adam Schaff, *La alienación como fenómeno social*, Barcelona, Crítica, 1979, p. 226.

<sup>30</sup> *Ídem.*

<sup>31</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 110.

<sup>32</sup> *Ibíd.*, p. 118.

conocimiento político sino de manera difusa o correlacional. En el primer caso, el conocimiento viene dado a partir de la información que poseen de la política por la exposición que tienen a esta información, ya sea de manera colectiva, grupal o interpersonal<sup>33</sup>. En el segundo caso, la información que tienen los ciudadanos respecto de coyunturas políticas específicas, como las elecciones, se relaciona con el conocimiento que tienen del resultado de las mismas, es decir, si recuerdan quién ganó y si ese conocimiento tiene alguna utilidad en su incidencia en la toma de decisiones.

El conocimiento político sólo es útil para el ciudadano cuando este le ayuda a participar en el proceso político. Si no cuenta con el conocimiento es probable que no tenga las herramientas necesarias para incidir en la toma de decisiones. Sin embargo, como se ha visto, el conocimiento no es el único elemento constitutivo de la cultura política: es uno de varios, por lo que este sólo es formativo de una cultura política cuando se mezcla con el afecto hacia el sistema, un afecto que, como se verá más adelante, tiene que presentarse de manera difusa para que exista estabilidad en el sistema.

#### **1.4. Sentimientos hacia el gobierno y la política**

Los sentimientos hacia el gobierno y la política, como una postura frente al sistema político, pueden dividirse, lo mismo que el conocimiento político, en varias categorías. La primera de ellas es el *afecto al sistema*, que se relaciona con sentimientos generales al sistema en conjunto. La segunda, *el afecto por el fenómeno administrativo*, tiene que ver con “las clases de expectativas que tiene la gente sobre el trato a recibir de manos de las autoridades gubernativas [...] las actitudes que el pueblo adopta frente a las oficinas ejecutivas o administrativas que imponen las leyes y frente a las normas que le afectan; es decir, aquella parte del sistema político con relación al cual desempeñan un papel predominantemente pasivo”<sup>34</sup>. En tercer lugar se encuentra *el afecto por el fenómeno político*, es decir, “los sentimientos que el pueblo alberga, tanto con relación a esas oficinas y procesos que se hallan involucradas en la elección de las autoridades oficiales, como respecto a la realización de los planes políticos generales”<sup>35</sup>

En cuanto al *afecto por el sistema*, los autores hacen referencia al orgullo nacional. No existe una mejor manera de saber cuáles son los sentimientos de las personas respecto de su sistema político que preguntándoles acerca del orgullo que sienten por el mismo. El problema consiste en que al responder esto pueden mezclar el orgullo que tienen por la nación en general o por algunos de sus elementos. Almond y Verba, por tanto, les preguntaron a los ciudadanos de los cinco países de qué aspectos de su país se sentían orgullosos, para de esa forma identificar si entre esos aspectos se

---

<sup>33</sup> Aquí se está hablando de los niveles de comunicación: colectivo, grupal e interpersonal, debido a que no se puede decir que las personas solamente acceden a la información política vía los medios de comunicación.

<sup>34</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 125.

<sup>35</sup> *Ídem*.

encontraban aquellos relacionados con el sistema político.

Existe una diferencia sustancial entre el afecto por el sistema en general y *el afecto por el fenómeno administrativo*, debido a que para los autores este versa sobre el fenómeno administrativo, pues “la mayor parte de la gente prefería ser tratada noble y correctamente en caso de entrar en contacto con las autoridades. Si esperaban un trato noble y considerado, podíamos suponer fundadamente que al menos en este aspecto se hallaban favorablemente dispuestos hacia las autoridades gubernativas”<sup>36</sup>. Es muy difícil, por lo menos en la actualidad, que los ciudadanos puedan entrar en contacto con los políticos que lideran en su sistema. Un ciudadano que tiene un problema no cuenta con los instrumentos necesarios para tener contacto directo con quien se supone debería tomar riendas en el asunto. Así, cuando Almond y Verba se refieren a “autoridades”, se refieren a las personas que ejecutan, por decirlo de una forma, las decisiones que ya fueron tomadas, es decir, la policía y la burocracia.

Los autores hablan posteriormente de las *pautas de comunicación política*. En este rubro indican que si las personas participan en un proceso político democrático

...deben tener la sensación de que es bueno hacerlo así, de que no se exponen a grandes peligros cuando expresan sus opiniones políticas y de que pueden estar relativamente seguros de la persona con la que hablan de dichos temas. Hasta el grado en que no existen tales expectativas, quedan suprimidos los impulsos de comunicarse políticamente, y lo que aún permanece de comunicación política tiende a ser restringido, oculto<sup>37</sup>.

Si bien no existe un acuerdo respecto de lo que es la Comunicación Política como disciplina científica, pues, al igual que la Ciencia de la Comunicación, ha tenido distintas definiciones<sup>38</sup>, su objeto de estudio puede inscribirse en la persuasión política. Giddens, en su texto *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, dice que existen tres tipos de propiedades estructurales: *legitimación*, *dominación* y *significación*. Cada una de estas puede actualizarse en una interacción, que puede ser de *sanción*, *poder* o *comunicación*, respectivamente. Para que esto pueda ser posible, debe existir una modalidad (o excusa) en la que pueda generarse esta interacción. De esta forma, las modalidades que dan pie a cada una de las interacciones antes mencionadas son la *norma*, la *facilidad* y el *esquema de comprensión*.

Una interacción de *comunicación* implica una *comunicación de sentido*: “Los agentes, por rutina, integran rasgos temporales y espaciales de encuentros en procesos de constitución de sentido

---

<sup>36</sup> *Ibíd.*, p. 134.

<sup>37</sup> *Ibíd.*, p. 141.

<sup>38</sup> Jorge Lumbreras hace un recuento al respecto en el apartado 6 del capítulo “La postura empírico analítica en las teorías acerca de la comunicación y de los medios de comunicación colectiva” en *Posturas de conocimiento de la comunicación*.

[...] el «sentido» es gobernado por el ordenamiento estructural de sistemas de signos”<sup>39</sup>. Entonces, para Giddens, la *comunicación* es sentido que se genera a en la interacción de dos o más agentes que buscan el entendimiento mutuo, utilizando, para ello, propiedades estructurales de significación. Por el contrario, el *poder* es una interacción que deviene de propiedades estructurales de *dominación*, cuya modalidad es la *facilidad*. La “excusa” para que se actualicen propiedades estructurales de dominación es, pues, la facilitación de un intercambio —que puede ser de personas, económico o simbólico.

La Comunicación Política se convierte, entonces, en una interacción secundaria dependiente de la *comunicación* y del *poder*, donde se intenta facilitar un intercambio, desde la “provocación” de un *entendimiento forzoso*, es decir, de un *convencimiento*. Este *convencimiento* funge como la modalidad que, a partir de propiedades estructurales de *significación* y *dominación*, origina una interacción de *persuasión política*.

Esta concepción es compartida por Seymour Espinoza Camacho, quien en su tesis de maestría titulada *La persuasión en el amor romántico y la política electoral: un estudio de representaciones sociales*, define a la Comunicación Política como:

...una disciplina empírico-analítica, porque busca la explicación o solución práctica de problemas reales a partir de la observación. Aun cuando suele confundirse con marketing político, la Comunicación Política no se limita a objetivos electorales, implica el establecimiento de acuerdos, de convenciones, de negociaciones, pues su objeto de estudio es la persuasión entre los actores sociales. Y es que la persuasión es el factor substancial en las negociaciones para el establecimiento de acuerdos entre los individuos en la praxis del Poder<sup>40</sup>.

Se rescata lo anterior debido a que Almond y Verba utilizan el concepto de comunicación política de una manera que por lo menos en la teoría contemporánea de la comunicación no se utiliza: el de la transmisión entre dos o más personas de información eminentemente política “estamos interesados en descubrir las diferencias en las comunicaciones políticas directas (de persona a persona) entre nuestros cinco países”<sup>41</sup>. Este concepto es extraído de los primeros estudios de Comunicación precursores a *La cultura cívica*. Si bien es válido, pues hace referencia a un aspecto del estudio de la comunicación política desde la perspectiva teórico-metodológica del funcionalismo, no abarca el fenómeno de la Comunicación Política con mayúsculas, como indica Seymour Espinoza.

Siguiendo con *La cultura cívica*, cuando los autores hacen referencia al *afecto por el fenómeno político*, hacen mención del partidismo político, aunque no de manera directa, pues no dicen que forme parte de *los sentimientos hacia el gobierno y la política*. No obstante lo anterior, el *partidismo político*

---

<sup>39</sup> Anthony Giddens, *La constitución de la sociedad*. Bases para la teoría de la estructuración, Buenos Aires, Amorrortu, 2006, p. 64.

<sup>40</sup> Seymour Espinoza, *La persuasión en el amor romántico y la política electoral: un estudio de representaciones sociales*, Tesis de Maestría, FCPyS-UNAM, 2006, p. 10.

<sup>41</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 141.

implica “decidirse por un bando, poseer convicciones y sentimientos sobre el curso apropiado de la acción política, apoyando a algunos grupos y oponiéndose a los otros. Pero supone igualmente un partidismo político limitado. Un partidismo excesivamente hostil puede poner en peligro la voluntad de aceptar la oposición y podría dar ocasión a que fuesen rechazadas o ignoradas todas las decisiones electorales [...] Un partidismo abierto y moderado, por tanto, es esencial para una democracia estable”<sup>42</sup>.

Más adelante dicen que existen varios tipos de partidismo político: el abierto, el apático, el intenso y el parroquial. Estos tipos de partidismo los obtienen a partir de la orientación afectiva de los ciudadanos respecto del objeto político del matrimonio interpartidista: ¿Cómo considerarían los seguidores de los partidos más importantes el matrimonio del hijo o de la hija dentro o a través de las fronteras del partido?

Así, el partidismo *abierto* habla de una persona para la cual no resulta importante a qué partido pertenezca la persona con la que se casen su hijo o hija, pero que se muestra emotivamente implicado en las campañas electorales; el *apático*, de una persona que votó, que expresó su indiferencia acerca de un matrimonio interpartidista y que no mostró sentimientos hacia las campañas; el *intenso*, de una persona que se siente afectada por este matrimonio, pero que se separa de quienes están en contra de su partido y se interesa emotivamente en las campañas, y el *parroquial*, de una persona, principalmente del sexo femenino, que puede reaccionar ante un matrimonio interpartidista, pero que es indiferente a las campañas electorales, además de que su partidismo no es político, sino cultural-religioso<sup>43</sup>.

### **1.5. La obligación de participar y el sentido de competencia**

En cuanto a la *obligación de participar*, los autores indican que “es en la democracia donde el rol del hombre de la calle, en cuanto partícipe en los asuntos políticos de su país, admite significación”<sup>44</sup>. A diferencia de un régimen autoritario, en una democracia los ciudadanos pueden incidir en la toma de decisiones. Así, pueden sentirse obligados a participar, debido a que las decisiones les afectan de manera directa. Pero, esta obligación varía de acuerdo a la forma en que se orientan hacia los distintos objetos políticos, por lo que existen dos tipos de competencia: de súbdito y política.

La *competencia de súbdito* implica que la persona “no tratará de influir sobre las decisiones de su Gobierno, sino que intentará que se le trate correctamente una vez tomada la decisión. [...] La ley constituye algo, a lo cual él obedece, pero no es un elemento que él contribuye a configurar. Si es

---

<sup>42</sup> *Ibíd.*, p. 151.

<sup>43</sup> *Ibíd.*, pp. 187-188.

<sup>44</sup> *Ibíd.*, p. 195.

competente, conoce la ley; sabe lo que debe hacer y lo que se le debe a él”<sup>45</sup>. A diferencia del participante, quien, según los autores, sí tiene una incidencia objetiva en la toma de decisiones y en la formulación de las leyes, el súbdito solamente exige —de ahí que se oriente primordialmente hacia el fenómeno administrativo—, que esas leyes se cumplan. El súbdito *sabe* que las leyes se van a cumplir.

Más adelante, los autores indican que el rol de súbdito no sucumbe solamente a estas “virtudes de súbdito”, sino que también participa de alguna manera en la toma de decisiones. Citando a Robert Dahl, dicen que los ciudadanos tienen cierto poder sobre los líderes<sup>46</sup>, pues estos líderes, al tomar parte en la toma de decisiones, podrían sufrir alguna “pérdida (se exponen a perder sus puestos, a ser criticados, a perder votos) si no actúan de esa manera [...] (así) puede considerarse a un grupo como políticamente influyente y participante en las decisiones. Si un individuo puede ejercer tal influencia, le consideraremos como *políticamente competente*; o si él  *cree* que puede ejercer tal influencia, será  *subjetivamente competente*<sup>47</sup>.

Así, existen dos tipos de competencia, la del ciudadano y la del súbdito. La primera está relacionada con la incidencia objetiva y explícita en la toma de decisiones; la segunda, también llamada *competencia administrativa*, está “más circunscrita y es más pasiva que la del ciudadano. Puede poner en movimiento una acción que afectará al modo en que se interprete una regla o en que sea empleada contra el individuo. No es un acto creativo de influencia que pueda afectar el contenido de las decisiones mismas, a no ser de una manera indirecta”<sup>48</sup>.

Sin embargo:

...es probable que muchos de los que dicen que podrían influir sobre el Gobierno jamás tratarían de ejercer esa influencia; y también es probable que si trataran de hacerlo no tendrían éxito. Sin embargo, semejante fe en la capacidad del hombre corriente para tomar parte puede contener consecuencias significativas [...] Si un individuo cree que posee influencia, es más probable que trate de usarla. Un ciudadano subjetivamente competente está más dispuesto, por consiguiente, para ser un ciudadano activo<sup>49</sup>.

Se supone que es ahí donde radica el control que los ciudadanos, aunque sean súbditos, pueden tener en los líderes políticos. Estos pueden tomar decisiones que afecten a los primeros y saber que perderán votos. Sin embargo, en las sociedades democráticas existen distintas posturas políticas. En el caso de los Estados Unidos, se habla de un bipartidismo, donde la izquierda es representada, teóricamente, por los demócratas, y la derecha, por los republicanos. En el caso mexicano, también teóricamente, la izquierda está representada por el Partido de la Revolución Democrática (PRD), el

---

<sup>45</sup> *Ibíd.*, p. 196.

<sup>46</sup> *Ídem.*

<sup>47</sup> *Ibíd.*, pp. 215-216.

<sup>48</sup> *Ibíd.*, p. 217.

<sup>49</sup> *Ídem.*

centro por el Partido Revolucionario Institucional (PRI) y la derecha por el Partido Acción Nacional (PAN).

Desde luego que los líderes van a actuar en favor de los ciudadanos, pero sólo en el caso que estos ciudadanos vayan a reportarle votos en futuras elecciones. Si existe una coyuntura que sea determinante para un grupo de izquierda, los líderes de izquierda van a responder por aquellos que votaron y votarían por ellos; en el caso de la derecha sucedería lo mismo. Así, la competencia política o subjetiva existe, pero restringida por el partidismo político, pues no todos los ciudadanos se ven afectados de la misma manera por todos los temas de la agenda política<sup>50</sup>.

La competencia debe entenderse como *una actitud en relación con el rol del ciudadano dentro del sistema político*, a partir de la definición de cultura política otorgada al principio del capítulo. La orientación por tanto sería *afectiva*, en cuanto la acción del gobierno le afecta directamente al ciudadano. Los objetos políticos, en última instancia, serían *los ciudadanos* mismos como partícipes de una sociedad democrática.

Por tanto, para identificar la competencia subjetiva, Almond y Verba utilizan tres preguntas: “1. ¿En qué circunstancias realizará la persona algún esfuerzo consciente para influir sobre el Gobierno? [...] 1. ¿Qué método se usará en ese intento de influencia? [...] ¿Cuál es el resultado de ese intento?”<sup>51</sup>. Para los autores, “los intentos directos por influir sobre el Gobierno se producen con mayor probabilidad en alguna situación grave, en que el individuo se da cuenta de que la actividad gubernamental se cierna amenazadora sobre él”<sup>52</sup>.

La primera de esas preguntas tiene que ver con el *si los ciudadanos de una nación democrática harían algo en contra de la aprobación de una ley injusta o beneficiosa*. Esta “acción”, no obstante, no se presenta de la misma manera en el Gobierno nacional respecto del Gobierno local. Según los autores “el sentido de la competencia subjetiva se presenta con mayor frecuencia respecto al Gobierno local que frente al Gobierno nacional. Esto confirma los puntos de vista generales sobre una relación más estrecha de los ciudadanos con sus gobiernos locales, debido a su mayor proximidad, accesibilidad y familiaridad”<sup>53</sup>. Así, aquellos ciudadanos que están dispuestos a hacer algo cuando en el Gobierno local se implemente una reglamentación injusta o beneficiosa, harán lo mismo en el Gobierno nacional: “allí donde el Gobierno local permite la participación, puede fomentar un sentido de competencia que se

---

<sup>50</sup> Un caso paradigmático de lo anterior es la aprobación de los matrimonios entre personas del mismo sexo en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, que beneficia a grupos de izquierda, pero afecta a grupos de derecha. De tal suerte que, por un lado, existe un apoyo a una medida “beneficiosa” y, por el otro, la reprobación a una medida “injusta”.

<sup>51</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, pp. 218-219.

<sup>52</sup> *Ibíd.*, p. 219.

<sup>53</sup> *Ibíd.*, p. 220.



extiende luego al nivel nacional”<sup>54</sup>.

Vale la pena hacer esa diferencia entre el Gobierno nacional y el Gobierno local, como una variable importante para identificar las diferencias en cuanto a la competencia política que tienen los ciudadanos de las cinco naciones estudiadas. Sin embargo, en el ensayo de Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius que Gabriel Almond integra en su *The civic culture revisited*, se objeta lo anterior: “La participación está restringida, también, a una pequeña minoría de la población. Como parte de las siguientes preguntas para medir la competencia, Almond y Verba preguntaron a sus entrevistados si ellos habrían hecho un intento para incidir en una regulación local que vieran injusta o perjudicial para sus intereses. Sólo el 6 por ciento indicó que habría hecho algo”<sup>55</sup>.

De hecho, estos autores alegan al principio que en el estudio almondverbiano no se tomó en cuenta a la población rural, lo que a nivel metodológico es un problema: “La exclusión de los habitantes de zonas rurales (que constituía el 63 por ciento de la población mexicana para 1960), produce un mayor hueco en los datos y requiere una cualificación seria de muchas interpretaciones, incluso en las comparaciones internacionales”<sup>56</sup>. Precisamente, en lo que respecta a la competencia política, indican que la participación de las personas de estas zonas rurales ‘en las unidades económicas (como en las sociedades de crédito) que deben lidiar con las agencias gubernamentales es mayor que en los estrictos encuentros de “gobiernos comunales”. Parece claro que ese fragmento de participación es voluntario, está probablemente más extendido en organizaciones que afectan directamente el material de interés de los individuos’<sup>57</sup>.

Lo anterior deja claro que la mera división de Gobierno nacional respecto de Gobierno local no es suficiente en lo que cabe a la competencia política o subjetiva. Es probable que, en el caso de la gente que habita las zonas rurales, exista una competencia política mayor respecto de los ejidos, debido a que su incidencia en la toma de decisiones en esas “unidades económicas” puede beneficiarles de manera directa, pues aquellos que están encomendados a retomar su opinión podrían actuar para favorecerla.

Ahora bien, independientemente de si los ciudadanos hicieran algo en el Gobierno nacional o local, para Almond y Verba también es importante *la estrategia de influencia*. Se centran en organizaciones formales y grupos informales de contacto personal. Entre los primeros se encuentran los

---

<sup>54</sup> *Ibíd.*, p. 224.

<sup>55</sup> Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius, “Cultura política en México: continuidades e interpretaciones revisionistas” en *The civic culture revisited*, Newbury Park, Sage, 1989, p. 8. *op.cit.*, p. 367.

<sup>56</sup> *Ibíd.*, p. 327.

<sup>57</sup> *Ibíd.*, p. 328. Como se verá más adelante, este problema respecto de la competencia política y subjetiva a partir de los Gobiernos nacional y local, se tomó en cuenta para el diseño del instrumento de medición. De esto se habla en las primeras páginas del capítulo “Estudio de caso”.

partidos políticos y los grupos de interés asociados; entre los segundos, la familia, los amigos, el grupo profesional y los vecinos. Son estos, según los autores, a quienes, “al llegar a la cuestión del apoyo que las personas creen poder conseguir en una situación política comprometida, piensan con mucha más frecuencia en recabar ayuda”<sup>58</sup>.

De la misma forma que en los Gobiernos nacional y local, Almond y Verba apuestan por los grupos informales como estrategia de influencia en caso de que exista una posible reglamentación injusta o beneficiosa. Son, tal vez, las mismas razones: la cercanía, la familiaridad y la confianza. La confianza es de hecho una de las variables más importantes de su estudio: donde existe confianza, existen más probabilidades de pedir ayuda a los demás para incidir en la toma de decisiones. La participación mediante las organizaciones informales no implica, como dicen, que no se acerquen a las formales, pues “aunque el individuo no utilice su organización formal como un medio para influir directamente sobre el Gobierno, su filiación misma aumenta las perspectivas de éxito en el sentido de creerse capaz de influir sobre el Gobierno, realizando de hecho alguna tentativa. Y de este modo, es posible [...] que desarrolle una mayor confianza en sí mismo y en su propia competencia política”<sup>59</sup>.

Existen dos tipos de estrategia de influencia, dependiendo del número de personas que se unan a la causa: la conducta política de cooperación y la acción individual. Como su nombre lo indica, la primera hace referencia a la cooperación con otras personas para organizarse: “la difusión de la influencia sobre las decisiones políticas, por la que definimos una democracia, implica alguna capacidad de cooperación entre los ciudadanos [...] Representa un intento muy claro de emplear su propia influencia política en las relaciones con las autoridades del Gobierno. La amenaza pronunciada por *muchos* [...] es mayor, si las demás circunstancias son iguales, que la amenaza que pueda hacer *una sola persona*”<sup>60</sup>.

La acción individual implica un intento por incidir en la toma de decisiones por parte de una sola persona. El ejemplo paradigmático es *la protesta dirigida*, que, para los autores, “parece constituir, inherentemente, una protesta de tipo más político, en cuanto comprende una amenaza velada de desposesión del cargo de aquella autoridad, si no accede —pues la pérdida del voto es la privación más corriente con que el individuo puede amenazar a una autoridad abusiva—”<sup>61</sup>.

Podría parecer, entonces, que el impacto de los muchos, como dicen, tendría como consecuencia una mayor incidencia en la decisión que se estuviera tomando, respecto de una acción individual. Pero, ¿qué pasaría si esos muchos, a pesar de ser *muchos*, no significan un peligro para las

---

<sup>58</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 226.

<sup>59</sup> *Ibíd.*, p. 229.

<sup>60</sup> *Ibíd.*, p. 232.

<sup>61</sup> *Ibíd.*, p. 237.

personas que están tomando la decisión? En el mismo tenor, ¿qué pasaría si la acción individual es realizada por un *individuo* que tuviera una reputación como “líder de opinión” de varios grupos de *muchos*? Desde luego que la acción individual tendría más peso, debido a la importancia de la persona. Por tanto, si bien lo anterior no destruye por completo la teoría almondverbiana sobre la cooperación en las estrategias de influencia, sí le da otro matiz.

Los líderes de opinión, de acuerdo con Giovanni Sartori, son las “autoridades concededoras” que “sirven de filtro y también de prisma a la comunicación de masas; pero también pueden desviarla o bloquearla al declararla poco creíble, distorsionada o, de otra manera, irrelevante”<sup>62</sup> De hecho, Sartori recalca la importancia de la transmisión de los principios de autoridad “beneficiosos” para la población a partir de los líderes de opinión, pues ‘el fenómeno de los rumores, ebulliciones y hasta estallidos de opinión —y por lo tanto de una opinión pública que emerge auténticamente y se impone desde abajo— no surge como una subespecie del movimiento en cascada, de manera inesperada, imprevista, indeseable para quien está en los estratos superiores. Entonces, surgen “mareas de opinión” que verdaderamente hacen subir el curso de las aguas’<sup>63</sup>.

Siguiendo con *La cultura cívica*, la educación desempeña un papel de primer orden tanto en la acción colectiva como en la individual. La persona que en el ejemplo anterior efectúa su acción individual tiene un determinado prestigio porque tal vez cuenta con un mayor nivel educativo. La educación, de acuerdo con Almond y Verba, “puede llevar a los individuos a creer que son capaces de influir sobre su Gobierno, *sin tener en cuenta el país en que viven*”<sup>64</sup>. Esta es una idea que corroboran al final del capítulo, cuando dicen que “la competencia política aumenta, pues, con una educación superior o con un *status* (sic) más elevado de ocupación”<sup>65</sup>. Es probable que el estatus sea independiente del nivel educativo, pero es indudable que existe una muy fuerte relación entre el estatus ocupacional y la formación académica.

La educación es tan importante para los autores que, en *The civic culture revisited*, Gabriel Almond, al hacer su recuento histórico del concepto de cultura política, insiste en su importancia dentro de la formación de una cultura cívica. Dice que tiene un “poder transformador”<sup>66</sup>, debido a que provee del conocimiento necesario para poder actuar. No obstante, como ya se vio, el conocimiento no es el único elemento integrante de la cultura política, aunque un conocimiento difuso de la política puede incidir en un fracaso en la acción política.

---

<sup>62</sup> Giovanni Sartori, *¿Qué es la democracia?*, México, Taurus, 2003, p. 97.

<sup>63</sup> *Ídem*.

<sup>64</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 245.

<sup>65</sup> *Ibíd.*, p. 249.

<sup>66</sup> Gabriel Almond, *op.cit.*, p. 10.

## 1.6. Competencia, participación y lealtad política

Independientemente de si la acción es individual o colectiva, la competencia subjetiva tiene una relación directamente proporcional a la confianza que la persona en cuanto ciudadano tiene de sí mismo respecto de su rol en la política. Así, “cuanto más competente subjetivamente se considera una persona, tanto más inclinado está a ser políticamente activo [...] el ciudadano que confía en sus propias fuerzas está más dispuesto a darse cuenta de lo que pasa en la política y a procurar que sea escuchada su voz en las discusiones de este tipo”<sup>67</sup>.

Sin embargo, a pesar de que para Almond y Verba el ciudadano que confía en sus fuerzas está más dispuesto a exponerse a la información política y a procurar incidir en la toma de decisiones, ya sea para su beneficio o para que una ley injusta no sea aplicada, la competencia subjetiva no constituye necesariamente una variable que de manera automática genere un mayor interés en el proceso político. La competencia subjetiva no va ligada solamente a la acción, ya sea individual o colectiva, para hacer “algo al respecto” sobre una reglamentación injusta, sino también para hacer algo respecto de una reglamentación beneficiosa que pudiera ser al mismo tiempo perjudicial para otros. El ciudadano, por tanto, puede actuar emotivamente, lo que no implica que a partir de ese momento el conocimiento o su nivel de participación en el proceso político aumenten. Es una variable, sí, pero no independiente.

La pregunta sería: ¿qué elemento se requeriría para que a partir de la competencia subjetiva, los ciudadanos participen de manera más contundente en el proceso político, y que esta participación sea más informada? La lealtad, como ya se vio, implica el afecto que se tiene hacia el sistema político. Esta lealtad puede verse reflejada en los sentimientos de los ciudadanos hacia las instituciones políticas. Sin embargo, la lealtad puede fomentarse cuando “aquellos que pueden tomar parte en las decisiones se encontrarán por lo mismo más satisfechos de esas mismas decisiones, y se sentirán más ligados al sistema que los que no pueden participar”<sup>68</sup>.

A pesar de lo anterior, los gobernantes no pueden tomar siempre decisiones que favorezcan a todos los ciudadanos. Se espera que actúen conforme a algo que beneficie a la generalidad, en una lógica que, de acuerdo con Alain Touraine:

...va de abajo hacia arriba, de la sociedad civil al sistema político y de allí al Estado; lo que no quita su autonomía ni al Estado ni al sistema político. Un gobierno nacional o local que estuviera al servicio directo de la opinión pública tendría efectos deplorables. Es responsabilidad del Estado defender al largo plazo contra el corto plazo, como lo es defender la memoria colectiva, proteger a las minorías o alentar la creación cultural, aun cuando ésta no corresponda las demandas del gran público<sup>69</sup>.

---

<sup>67</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, pp. 277-278.

<sup>68</sup> *Ibid.*, p. 280. También aquí se destaca la importancia de los líderes de opinión, de acuerdo con Sartori.

<sup>69</sup> Alain Touraine, “¿Qué es la democracia?”, México, Fondo de Cultura Económica, 1994, p. 65.

Estar al servicio directo de la opinión pública genera inestabilidad. Sin embargo, los gobernantes no pueden tampoco dejar de escuchar las demandas ciudadanas. Lo que proponen Almond y Verba es que el sistema produzca actividades administrativas que:

...de algún modo resultan para el individuo más beneficiosas de lo que hubieran sido sin tales actividades políticas [...] (estas actividades) conducen, a su vez, a un nivel superior de ligazón afectiva con el mismo. De este modo, si todos los demás extremos permanecen los mismos, los sistemas políticos democráticos serán, desde el punto de vista de los participantes, a la vez más efectivos (los individuos participantes estarán más satisfechos con las actividades administrativas del sistema) y más legítimos (los participantes considerarán de una manera general que el sistema político es el apropiado *per se*)<sup>70</sup>.

Aunque no les otorguen voz a los ciudadanos en todo lo que estos piden, si los sistemas son capaces de generar estas “actividades administrativas”, que implican decisiones que abarquen en un tiempo amplio a un gran número de personas, aquellos que participaron en la toma de decisiones se sentirán más satisfechos y serán más leales al sistema. Si, como se dijo, entre esas personas se encuentran líderes de opinión que tengan eco en distintos grupos, la lealtad se extenderá más, aunque de manera difusa, pues quienes pertenecen a estos grupos no fueron quienes participaron de manera directa en la toma de decisiones. Lo mismo sucedería con los *muchos*, si estos son capaces de transmitir la información respecto de su triunfo a las personas de los grupos a los cuales pertenecen.

Para los autores, esta lealtad difusa resulta de primer orden para mantener la estabilidad del sistema, pues:

...encontrarse satisfecho con el aspecto administrativo [...] del Gobierno puede llevar al individuo a prestar apoyo a su sistema político, y una gran dosis de semejante satisfacción es más apta para fomentar la estabilidad política. Por otra parte, para una estabilidad a largo plazo, puede resultar de la mayor importancia un sentimiento más difuso de entusiasmo [...] Es la clase de lealtad “con buen o mal tiempo”, que capacitará al sistema para superar las crisis en sus realizaciones<sup>71</sup>.

La confianza en los otros, como ya se ha visto, es un factor importante para la participación. Este será el argumento principal en el siguiente apartado. No obstante, “si los que se consideran más competentes para la participación tienen también en mayor estima la participación de sus conciudadanos —fe en la democracia efectiva, convicción de que el hombre de la calle debe participar—, entonces esta actitud dentro de la política aumentará el potencial democrático de una nación al incrementar la actitud de entrega de los ciudadanos a los valores democráticos”<sup>72</sup>.

La confianza, como tal, forma parte de una serie de variables no políticas que inciden, según los autores, en la participación política de las personas. Lo que los ciudadanos de una democracia realicen durante su tiempo libre tiene incidencia en su cultura política. Estas actividades pueden ser o no

---

<sup>70</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 280.

<sup>71</sup> *Ibíd.*, pp. 282-283.

<sup>72</sup> *Ibíd.*, p. 292.

políticas, pero sí tienen que ver con la sociabilidad, misma que puede generar una suerte de cooperación que, en determinadas condiciones, puede llevar a los ciudadanos a movilizarse en contra de reglamentaciones que les resultaran beneficiosas o injustas.

### 1.7. Relaciones sociales y cooperación cívica

Como ya se dijo:

...las relaciones no políticas del individuo con sus semejantes: el grado en que se halla implicado en las relaciones sociales con ellos, sus actitudes frente a los mismos. Estas actitudes frente al ambiente social e interpersonal que le rodea, así lo creemos, pueden ayudar a explicar los puntos de vista del individuo respecto a los aspectos específicamente políticos del ambiente que le rodea<sup>73</sup>.

Para descifrar esto, los autores pusieron énfasis en “la atención de la persona interrogada de estas situaciones más o menos obligadas y la dirigimos hacia el tiempo de ocio de su vida cotidiana”<sup>74</sup>. Después de analizar los resultados, confirman que “la hipótesis de que la proporción de individuos para los cuales es de importancia primordial la actividad cívica tiende a ser pequeña en todos los países. Sin embargo, no es esta la situación para las actividades de tipo social”<sup>75</sup>.

Las relaciones no políticas de los ciudadanos de una nación democrática, a partir de la definición de cultura política expuesta al principio, constituyen *actitudes con relación al rol que los ciudadanos juegan dentro del sistema*. Se identifican a partir de una orientación eminentemente *afectiva*, donde los objetos no serían específicamente políticos, pues, como se comentó antes, se trata de actividades que las personas realizan en su tiempo libre. Sin embargo, al ser actividades que implican *sociabilidad, confianza y seguridad* podrían considerarse estos últimos como los objetos políticos a identificarse.

La sociabilidad puede generar en las personas el sentimiento de confianza necesario para que se organicen con otras; de hecho, la confianza es el denominador común de todas las relaciones no políticas almondverbianas que inciden en la participación política. Si una nación tiende a la desconfianza, las posibilidades de que se organicen sus ciudadanos son menores. Por tanto, para mantener la estabilidad, una nación debería fijarse en mantener un nivel de afectividad difuso hacia el sistema político, a partir de determinadas actividades administrativas provenientes de decisiones en las que incidieron los ciudadanos participantes, y un elevado nivel de confianza.

Siguiendo con *La cultura cívica*, la primera de estas relaciones no políticas que cobra interés para los autores es la *valoración de las cualidades de carácter exterior*, pues “si una democracia de

---

<sup>73</sup> *Ibíd.*, p. 300.

<sup>74</sup> *Ídem.*

<sup>75</sup> *Ibíd.*, pp. 301-302.

funcionamiento efectivo exige un alto nivel de competencia cívica y si esta, a su vez, se basa en la capacidad de unión con otras personas para tratar de conseguir metas cívicas y políticas, entonces es de esperar que se conceda un valor primordial a las cualidades de carácter relacionadas con la cooperación y colaboración con otros individuos”<sup>76</sup>. Como ya se dijo, la confianza interpersonal es de primer orden dentro de estas relaciones.

Ahora bien, en cuanto a los *sentimientos de seguridad y confianza*, si las personas que dicen participar en actividades relacionadas con la sociabilidad, tienden a una mayor conciencia de las posibilidades de organizarse, también van a considerar “el ambiente humano que le rodea como algo seguro”<sup>77</sup>. La confianza y la seguridad van de la mano. Si los ciudadanos de una nación tienen confianza interpersonal, considerarán seguro expresarse políticamente o actuar en determinadas coyunturas, pues saben que las demás personas no atentarán en su contra.

De hecho, para las *actitudes sociales y cooperación política*:

...si uno cree que con la ayuda de los demás pueden influir sobre el Gobierno, puede que aún no confíe en que esa ayuda le será accesible en época de dificultades políticas [...] se necesita algo más que la presencia física. No debe haber tampoco severos impedimentos de comunicación entre unos y otros (por lo que) la formación de grupos sólo puede tener lugar probablemente si ya existen de antemano conductos de comunicación entre los miembros potenciales de los mismos<sup>78</sup>.

La creación de grupos informales es considerada por Almond y Verba una de las mejores estrategias de influencia. Tanto la confianza como la seguridad tienen un papel fundamental en la generación de las condiciones para la formación de estos grupos. Sin embargo, en cuanto a la acción individual, la confianza y la seguridad también tienen un papel importante. Las personas que intentan incidir en las decisiones que se toman, también deben sentir la confianza de que, por lo menos en su grupo de referencia, exista un apoyo hacia su labor, además de la seguridad de que nadie llegará a su casa a asesinarlas por haberlo hecho.

La confianza, como se puede ver, no es algo que se extienda hacia toda la población. Una confianza de esa magnitud equivaldría a una tierra de felicidad donde todos se llevaran bien con todos. Eso desde luego es una utopía. La confianza se debe tener con quienes se comparten opiniones, es decir, con el grupo de referencia específicamente político. Aquellos que comparten la misma opinión sobre los temas políticos tenderán a apoyarse en las coyunturas políticas. Esto refuerza la idea de la acción respecto de una reglamentación injusta o beneficiosa, pues si las reglamentaciones no son justas para algunos, existirá la confianza necesaria dentro del grupo de referencia al que pertenecen para organizarse y hacer algo al respecto.

---

<sup>76</sup> *Ibíd.*, p. 302.

<sup>77</sup> *Ibíd.*, p. 305.

<sup>78</sup> *Ibíd.*, p. 318.

El problema radica en que la desconfianza respecto de los otros grupos no debe llegar a ser tal que los borre por completo del mapa, pues “la democracia es imposible si un actor se identifica con la racionalidad universal y reduce a los otros a la defensa de su identidad particular”<sup>79</sup>. De hecho, el debate político como tal, es decir, la excusa respecto de la expresión de las opiniones de los ciudadanos respecto de la política, sólo es posible cuando se aceptan las posibilidades del otro para expresarse, reconociéndolo como un igual.

Además, una persona “puede poseer un amplio espectro de asociaciones informales, creyendo a la vez que no puede apoyarse en sus asociados para una conducta política de cooperación, que no puede confiar en ellos o que no es probable que le ayuden”<sup>80</sup>. Las asociaciones que los ciudadanos pueden formar no se restringen a unas cuantas. Almond y Verba creen que entre más asociaciones existan, la cultura política es mayor. Sin embargo:

...para saber si la creencia de que puede reclamarse la ayuda política de los conciudadanos está enraizada en actitudes sociales e interpersonales, será necesario descubrir: 1) que las actitudes sociales e interpersonales que favorecen la cooperación y la confianza se hallan difundidas entre aquellos que creen en la accesibilidad política de sus grupos informales, y 2) que la existencia de las actitudes personales de cooperación afecta realmente a la creencia en la capacidad personal para formar un grupo<sup>81</sup>.

Ahora bien, otro elemento dentro de las relaciones no políticas es la *intensidad del partidismo político e integración del sistema político y de la sociedad*. Como ya se vio, existen varios tipos de partidismo político: el abierto, el apático, el intenso y el parroquial. Cada uno de estos responde a la forma en que la persona se desenvuelve en la sociedad respecto de la postura política de los demás. Donde se evita a toda costa que los hijos o hijas contraigan matrimonio con alguien del partido opuesto existe una reticencia a aceptar las opiniones políticas de los demás; donde no hay ningún problema al respecto existe mayor tolerancia.

Por tanto:

...aquellos que afirman que estarían contentos si su hijo se casara con un seguidor de su propio partido están descubriendo una orientación afectiva hacia su propio partido político: están afirmando que la filiación partidista no es del todo ajena a la integración en el grupo primario. Pero mientras esta orientación positiva hacia su propio partido no se halle vinculada a una reacción negativa respecto a los del partido de la oposición, su capacidad para formar grupos políticos no parece hallarse disminuida [...] solamente cuando estos vínculos suponen al mismo tiempo el *rechazo* de los que tienen puntos de vista opuestos se impide la formación de grupos [...] Una intensa orientación afectiva hacia la política, en tanto en cuanto suponga rechazo, por motivos personales, de los del partido contrario, constituye una barrera frente a la clase de actividad de influencia cooperadora<sup>82</sup>.

El partidismo político no solamente es sano, sino también necesario dentro del marco de una

---

<sup>79</sup> Alain Touraine, *op.cit.*, p. 201.

<sup>80</sup> Gabriel Almond y Sidney Verba, *op.cit.*, p. 319.

<sup>81</sup> *Ibíd.*, p. 321.

<sup>82</sup> *Ibíd.*, p. 333.



democracia, pues donde no existen posturas políticas contradictorias permea el autoritarismo.

### 1.8. Los elementos de la pauta de cultura política almondverbiana

Variables para identificar la pauta de cultura política <sup>83</sup>		
Pautas de conocimiento político	Impacto del Gobierno	Gobierno nacional
		Gobierno local
		Otras instancias
	Conciencia de las cuestiones políticas	Sentido de obligación
	Atención a las cuestiones políticas	Exposición a las comunicaciones políticas
		Exposición a las campañas políticas
	Los que tienen información y opiniones	Gobierno nacional y local
Leyes		
Otras instancias		
Sentimientos hacia el gobierno y la política	Afecto hacia el sistema	
	Afecto hacia el fenómeno administrativo	
	Pautas de comunicación política	
	Partidismo político	
Competencia ciudadana y competencia de súbdito		
Competencia, participación y lealtad política		
Relaciones sociales y cooperación cívica	Actividades sociales o de cooperación	
Sentimientos de seguridad y confianza	Confianza interpersonal	

Elaboración propia con datos de Gabriel Almond y Sidney Verba, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*.

<sup>83</sup> No se incluyó el último apartado de *La cultura cívica* titulado “Socialización política y competencia cívica”, debido a que se consideró que era necesario cerrar la investigación a la Facultad. Si bien la participación fuera de la Facultad es una variable importante en el análisis de la conducta política, pudiera incidir en el resultado final: una persona que no participa en la Facultad puede tener una activa participación afuera, pero son sistemas diferentes —aunque no contrarios.

## CAPÍTULO 2

### CONFIGURACIÓN DE UNA CULTURA POLÍTICA

La cultura política de los mexicanos ha sido objeto de estudio de varias investigaciones realizadas desde mediados del siglo pasado. A partir del paradigmático estudio de Almond y Verba, la forma en que los mexicanos se orientan hacia los objetos de sus sistema político ha cobrado importancia tanto para los estudiosos de este tema —dadas las particularidades geográficas y socioeconómicas de la nación— como para los propios gobernantes, quienes saben que la información, y su correcta sistematización, respecto de la forma en que los ciudadanos participan o dejan de hacerlo es un componente indispensable para realizar estrategias de comunicación gubernamental e incluso electoral.

Los estudios que se han realizado sobre la cultura política de los mexicanos son generalizaciones que involucran tanto a personas que viven en las ciudades más grandes del país como a aquellas que viven en pequeñas ciudades cuyas comunidades todavía son eminentemente rurales. Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, al ser mexicanos, tienen una cultura política que puede inferirse a partir de esas generalizaciones. Son hijos, nietos o bisnietos de quienes respondieron los cuestionarios de los investigadores que realizaron esos estudios. Así, al ingresar al sistema político que representa la Facultad, poseen una pauta de cultura política que los hace orientarse de cierta forma respecto de los objetos políticos de la institución.

En este capítulo, por tanto, se intentará acceder a esta cultura política ideal que se ha ido configurando desde los inicios de las civilizaciones mesoamericanas, pero que comenzó a estudiarse de manera científica, y a gran escala, con *La cultura cívica*. Sin embargo, a pesar de que este es un texto paradigmático, muchos de los aspectos que aborda han sido reformulados por otros investigadores, quienes se han abocado a investigar el comportamiento político de los mexicanos en distintas fechas y situaciones.

Lo que a continuación se presenta es una recapitulación de los aspectos característicos de la cultura política mexicana a partir de los siguientes contextos: el siglo XX, a partir del estudio almondverbiano y sus críticos, para identificar las bases de la cultura política mexicana contemporánea; el año 2000, a partir de Jorge Buendía y Alejandro Moreno, para identificar los cambios que tuvo en la cultura política mexicana la alternancia en el poder con el triunfo del PAN; en el año 2006, a partir de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP), para identificar los elementos característicos de la cultura política mexicana a partir de las elecciones federales de 2006;

1997, a partir de un estudio sobre la cultura política de los estudiantes de la UNAM, y 2009, a partir de un estudio de cultura política de los estudiantes de Comunicación que se realiza cada año.

## **2.1. Enajenación y aspiración: Almond y Verba**

Este es el título con el que Almond y Verba presentan sus conclusiones acerca de la pauta de cultura política de los mexicanos. México se presenta como una nación enajenada de la política, pero que a la vez aspira a la democracia.

La cultura política del país, desde su perspectiva, presenta inconsistencias “lógicas”, pues tiene:

...el nivel más bajo, entre las cinco naciones, en cuanto a la frecuencia con que se atribuye importancia y significado al Gobierno en las expectativas de sus ciudadanos respecto a un trato igualitario y considerado por parte de la burocracia y la policía. Al mismo tiempo, la frecuencia con que los mexicanos expresan su orgullo por su sistema político es considerablemente superior a la de alemanes e italianos<sup>84</sup>.

Como se observa a lo largo de su estudio, los mexicanos parecen ser quienes expresan con mucho mayor énfasis su orgullo por el sistema, pero lo hacen por aspectos disímolos. Pero, muy pocos o ninguno de esos aspectos se relacionan con las instituciones políticas.

Por otro lado, los mexicanos sí presentan una cultura política participante, pero esta “parece haber superado la orientación del súbdito y el rol del participante tiende a aislarse del sentimiento de lealtad en el sentido del súbdito”<sup>85</sup>. Esto debido a que aquellas personas que mencionan incidir en la toma de decisiones, a pesar de tener un alto sentido de competencia subjetiva, no califican de manera favorable al Gobierno, aunque sí expresan un afecto general por el sistema.

De esta forma, el elemento “aspiracional” que Almond y Verba otorgan como característico de la cultura política se va delineando, pues el Gobierno no parece tener ninguna influencia en los ciudadanos; no obstante, los mexicanos se sienten altamente orgullosos tanto de su país como del sistema en general.

Para Almond y Verba esto implica:

...una tendencia a la sobreestimación de la propia competencia; una tendencia a confundir las aspiraciones con las realidades. Por otra parte, el elevado índice de movilidad social en México, las pautas discontinuas de socialización vinculadas a dicha movilidad y los conflictos de valores resultantes dan como resultado una gran frecuencia de crisis de identidad personal [...] Los aspectos personales de esta movilidad son el conflicto de valores y una frágil estimación propia que lleva a sobre e infravaloraciones típicas de la propia personalidad. Esto puede explicar la inconsistencia lógica de las respuestas mexicanas: elevada apreciación de la propia competencia, unida a inadecuación cognitiva e inexperiencia política<sup>86</sup>.

---

<sup>84</sup> *Ibíd.*, p. 467.

<sup>85</sup> *Ibíd.*, p. 468.

<sup>86</sup> *Ibíd.*, p. 469.

Se observa que para los autores existe una crisis de identidad entre los mexicanos. Además, tienden a sobreestimar su propio actuar, confundiendo realidades con aspiraciones. Esta crisis de identidad se proyecta en la propia valoración, lo que lleva consigo una sobrevaloración del actuar en la política. Esta es, a final de cuentas, la razón por la cual los mexicanos tienden a ser altamente expresivos respecto de su sentir respecto de los incumbentes y que a la vez no hagan nada para cambiar el estado de cosas presente.

No obstante, los autores rescatan que “las normas han empezado a echar raíces en gran número de mexicanos. Y el sistema político mexicano ofrece progresivamente mayores oportunidades de experiencia política, que pueden empezar a prestar solidez a esas aspiraciones”<sup>87</sup>. Es decir que para muchos mexicanos, el sistema político comienza a tomar importancia en sus vidas, muchos de ellos se ven afectados por las acciones gubernamentales y otros tantos se ven con la intención de incidir en la toma de decisiones. Estos aspectos que prevén los autores serán el germen de los movimientos sociales que marcarán no sólo la cultura política mexicana, sino la historia del país.

Debe tomarse en cuenta que el estudio Almond-Verba fue realizado en un momento en el cual la revolución mexicana, junto con la institucionalización de la política, fueron hechos históricos recientes y que de cierta forma configuraron una cultura política que se expresaba en las respuestas que los entrevistados dieron. Sin embargo, Almond y Verba, en su afán por realizar una metodología comparativa, obviaron aspectos de la participación de los mexicanos que eran de particular importancia para identificar su orientación hacia los objetos políticos nacionales. Lo anterior constituye la crítica que Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius realizan en *The civic culture revisited*.

## **2.2. Una crítica a La cultura cívica: Craig y Cornelius**

Como indica su título este ensayo ofrece una crítica profunda al estudio de Almond y Verba. Se centra en las inconsistencias que se generaron respecto de la participación política de los grupos que no fueron incluidos en *La cultura cívica*, pues vivían en ciudades con menos de 10 mil habitantes y en comunidades eminentemente rurales. También versa en torno a los aspectos metodológicos y de traducción que influenciaron altamente en las respuestas que los ciudadanos dieron y que finalmente formaron parte de la pauta de cultura política mexicana<sup>88</sup>.

La primera crítica que otorgan los autores a *La cultura cívica* tiene que ver con los lugares en los que fueron aplicados los cuestionarios. Almond y Verba indican que fueron realizados en ciudades relativamente grandes, por lo que sus entrevistados eran personas que pertenecían a comunidades

---

<sup>87</sup> *Ídem*.

<sup>88</sup> Debe tomarse en cuenta, aunque ya se comentó antes, que la traducción de todas las citas es del investigador.

urbanas. Vivir en una zona urbana implica grandes ventajas:

...en términos de acceso a los servicios básicos, educación y oportunidades de mejora económica [...] El acceso a la información política y al contacto personal con los oficiales de la política y el gobierno, especialmente afuera de la arena político-electoral, están también fuertemente asociados con la residencia urbana. Las oportunidades de involucrarse en la mayoría de los tipos de organizaciones políticas relevantes —partidos, uniones laborales, grupos de acción comunitaria, etc.— son también relativamente más numerosas en las áreas urbanas<sup>89</sup>.

Debido a estos factores es que *La cultura cívica* se presenta como un estudio sesgado, donde se privilegia a personas que ya de por sí son privilegiadas. En México, el centralismo ha existido desde antes de la Conquista, pero se acentuó más con la homogeneización que trajeron consigo los españoles, en cuanto a lengua, cultura y religión<sup>90</sup>, lo que implica que todas las actividades políticas estuvieron dadas desde el centro del país, lo que alejó a muchísimas personas del norte y del sur de la toma de decisiones.

Así, “el habitante urbano puede ser más capaz de distinguir entre los partidos políticos, las agencias gubernamentales, y los incumbentes de los roles políticos. La población rural está muy fuertemente influenciada por la Iglesia Católica”<sup>91</sup>. Se perfilan, por tanto, dos pautas de cultura política: una, urbana, donde las personas presentan rasgos de súbdito o de participante, debido a esta exposición a las comunicaciones políticas —aunque exposición no implica *per se* participación— y otra, rural, donde se presentan rasgos parroquiales, pues las personas, como indican los autores, se orientan de manera más fehaciente hacia una autoridad religiosa.

Sin embargo, como se verá más adelante, pertenecer a comunidades rurales no implica parroquialismo, en los términos de Almond y Verba. Existen formas de participación que utilizan las personas para intentar incidir en la toma de decisiones, con miras a mejorar sus condiciones de vida. Como saben que estas formas de participación tendrán cierta repercusión, existe un conocimiento acerca del poder de incidencia en el *centro* del proceso político, lo que, en términos almondverbianos, no habla de una cultura política con orientaciones *output* nulas o muy bajas.

De hecho, los autores critican este aspecto del conocimiento almondverbiano, que se relaciona con el “componente aspiracional” que según Almond y Verba contiene la cultura política mexicana, pues los mexicanos están dispuestos a expresar opiniones políticas, pero con poca o nula información. Craig y Cornelius indican que “sería más útil para medir la información política a partir del conocimiento que los ciudadanos requerirían para las más comunes o esenciales formas de

---

<sup>89</sup> Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius, *op.cit.*, p 327.

<sup>90</sup> Alan Arias, “Para una nueva mecánica del federalismo” en *Estudios Políticos*. Núm. 11. Nueva época, Abril-Junio, México, FCPyS, UNAM, 1996, p. 146.

<sup>91</sup> Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius, *op.cit.*, p. 328.

involucramiento político; esa es básica y útil información”<sup>92</sup>. Es decir, que los parámetros para medir el conocimiento a partir de la enumeración de los nombres de los incumbentes es información que se presenta inútil para la participación.

Sin embargo, a pesar de este privilegio del que gozan quienes viven en zonas urbanas, respecto del acceso a medios de información política, para el momento en que fue realizada esta crítica (1980), persistía una suerte de masculinidad dentro de la participación política, pues, según los autores, existía evidencia “sobre que ser hombre, de un contexto de clase media o alta, y residir en un área urbana contribuye a una ventaja educacional en México”<sup>93</sup>. Si, como insisten todos los autores que abordan el fenómeno de la cultura política, la educación es la principal variable que determina el nivel de participación y, a la vez, aquellos que tienen acceso a la educación son una minoría —hombres que viven en ciudades—, entonces los que tienen acceso a la información política son una minoría.

Craig y Cornelius hacen referencia a varios estudios de cultura política que se han hecho en México para comparar los datos de Almond y Verba, con la intención de complementar los resquicios que dejó *La cultura cívica*. Uno de estos estudios es el de Rafael Segovia en torno a la politización de los niños estudiantes de México<sup>94</sup>. En este estudio, Segovia “demuestra que cuando la ocupación del padre es más elevada, los niños reportan cada vez más discutir de política [...] (además) asistir a una escuela privada está asociado con una mayor frecuencia de discusión política en el hogar, con los padres, y con sus cercanos, y con altos niveles de información”<sup>95</sup>.

A pesar de que la cultura política de los niños no ha sido parte de un estudio exhaustivo con miras a identificar la potencial participación política, su expresión como forma simbólica<sup>96</sup>, respecto de la política, habla de lo que persiste en sus entornos. Si los resultados de la investigación de Segovia apuntan a que los niños de ambientes privilegiados, estatutariamente hablando, presentan mayores índices de involucramiento con la política, el estatus representa un factor de primer orden respecto de la participación en el proceso político. No obstante, como se apuntó antes, esta participación se relaciona directamente con los objetos “centralistas” del sistema político mexicano.

Por otro lado, “en el contexto mexicano, por ejemplo, votar es relativamente menos importante como una experiencia de aprendizaje político comparada con una petición, individual o grupal, para obtener beneficios por parte del gobierno, involucramiento en relaciones patrón-cliente, y con la

---

<sup>92</sup> *Ibíd.*, p. 332.

<sup>93</sup> *Ibíd.*, p. 336.

<sup>94</sup> El estudio no se cita en la presente investigación, pero se incluye la referencia: Rafael Segovia, *La politización del niño mexicano*, México, Colmex, 1975.

<sup>95</sup> Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius, *op.cit.*, p. 337.

<sup>96</sup> El concepto de “forma simbólica” se tratará más adelante.

participación en juntas de grupos patrocinados por el Gobierno para demostrar apoyo al régimen”<sup>97</sup>.

Almond y Verba obviaron formas de participación radicales que a final de cuentas son formas de actuar respecto de la toma de decisiones en el proceso político. Sin embargo, se debe hacer notar que el objetivo central, aunque encubierto, del estudio almondverbiano no radica en identificar las formas de participación de los ciudadanos, sino en *mantener la estabilidad del sistema*.

Esto parecería una contradicción, porque Craig y Cornelius hablan de que existen formas de participación alternativas que se generan en ambientes rurales. Además, dicen que quienes habitan en estas zonas poseen un conocimiento acerca del poder de incidencia en la toma de decisiones. Pero, para Almond y Verba, en el momento en que llevaron a cabo su estudio, la participación que pudiera generarse en esas zonas no resultaba de importancia, debido a que el poder político se concentraba en el centro o en las ciudades más importantes.

Entonces, resulta de primera importancia el trabajo que realizan estos autores por retomar esas formas de participación alternativas, pues entre más conocimiento exista de la forma en que se orientan las personas de todo el país hacia los objetos políticos, más posibilidades existen de generar una estabilidad democrática a largo plazo.

A pesar de lo anterior, participar no implica poseer una actitud democrática. Craig y Cornelius citan el texto *Sociopsicoanálisis del campesino mexicano* de Erich Fromm y Michael Maccoby, donde se perfila a los campesinos en México a partir de la sumisión, el autoritarismo y el tradicionalismo:

Por sumisión, los autores hacen referencia a “la falta de esperanza, y fatalismo acerca del futuro... el sentimiento de falta de poder para cambiar lo que sucede... la sumisión a la naturaleza y a la voluntad divina... la sumisión de jóvenes y viejos, mujeres y hombres, y pobres y ricos”. Individuos “autoritarios” que se caracterizan por un interés en la obediencia o desobediencia de los niños, la admiración por personas que tienen poder y que utilizan la fuerza, y una tendencia a justificar la desigualdad atribuyendo mérito a la fuerza. Fromm y Maccoby contrastan esta forma de autoritarismo con el tradicionalismo. El campesino tradicionalista pone énfasis en la costumbre y las tradiciones en su deseo por respeto y obediencia y en su aceptación de cualquier dominio<sup>98</sup>.

De esta forma, lo que caracteriza a los campesinos mexicanos es su tendencia a la sumisión, al autoritarismo y al tradicionalismo. Estas características son, de hecho, algunas de las que definen el parroquialismo en *La cultura cívica*. El parroquialismo implica un alejamiento del sistema político central, además de orientaciones hacia objetos religioso-políticos. Así, donde merma el parroquialismo, merma la inestabilidad política, pues los ciudadanos se encuentran apartados de la toma de decisiones y, por tanto, del proceso democrático.

Según los autores, otra característica de los campesinos mexicanos que incide en la forma en

---

<sup>97</sup> *Ibíd.*, p. 339.

<sup>98</sup> *Ibíd.*, p. 347.

que se orientan hacia los objetos políticos es el machismo. Sin embargo, el machismo, de acuerdo con Lola Romanucci-Ross, quien, de hecho, “escribe acerca del mismo pueblo que estudian Fromm y Maccoby [...] estaba menos extendido de lo que sugieren los mitos, y que se encuentra en menor frecuencia en las generaciones más jóvenes”<sup>99</sup>. Esto se puede relacionar con las tres características antes mencionadas, pues si el machismo es una actitud que de cierta forma depende de la sumisión, el autoritarismo y el tradicionalismo, también estas tres actitudes tienden a disminuir en las poblaciones más jóvenes.

Otro estudio en el que los autores se basaron para criticar *La cultura cívica* fue el de Richard Fagen y William Tuohy: *Politics and Privilege in a Mexican City [Jalapa]*<sup>100</sup>. En este:

...encontraron que los miembros de todas las clases en la ciudad de Jalapa acordaron (en un 90 por ciento o más en todos los ítems) que “la democracia es la mejor forma de gobierno; los oficiales públicos deberían ser escogidos por mayoría de votos; [y que] cada ciudadano debería tener la misma oportunidad de influenciar en las políticas gubernamentales.” Sin embargo, las respuestas de los jalapeños a ocho ítems acerca de los derechos de las minorías para la libertad de expresión, revelaron marcadas “tendencias antidemocráticas”, especialmente entre las clases media y baja<sup>101</sup>.

Si bien Xalapa no es una comunidad eminentemente rural, tampoco es una de las ciudades más urbanizadas de México, mucho menos en el año en que fue investigada por Fagen y Tuohy. Muchas de las actitudes políticas que privan en ella representan un fuerte parroquialismo, sobre todo por la manera en que reaccionan ante los derechos de las minorías, aunque su actitud hacia el sistema sea más de súbdito.

Los autores relacionan estas “tendencias antidemocráticas” encontradas entre los xalapeños con el *caciquismo*, como un patrón particular de liderazgo autoritario en las comunidades rurales. Haciendo referencia a un trabajo anterior del mismo Cornelius, los autores indican que “un *cacique* puede mostrar considerable atención a la movilización política dentro de una comunidad bajo su control... Los residentes con una predisposición al autoritarismo pueden ser más receptivos que otros a sus incentivos, y pueden por tanto ser conducidos más fácilmente hacia la actividad política”<sup>102</sup>.

El caciquismo es, precisamente, la figura política tradicional que le da coherencia al autoritarismo que presentan los campesinos mexicanos. El cacique no es una figura que responda a la democracia, sino a la imposición. A pesar de esto, el cacique sabe que tiene que resolver las necesidades de las personas, de tal forma que hace partícipes a los campesinos de aquellas decisiones en las que puede incidir.

---

<sup>99</sup> *Ibíd.*, p. 348.

<sup>100</sup> La referencia completa es: Richard Fagen y William Tuohy, *Politics and Privilege in a Mexican City [Jalapa]*. Stanford, 1972.

<sup>101</sup> *Ibíd.*, p. 349.

<sup>102</sup> *Ibíd.*, p. 350.



Como se pudo ver, Craig y Cornelius enfocan la primera parte de su trabajo en desentrañar las formas de participación de los campesinos mexicanos, una parte de la población mexicana que participa de manera distinta a la población urbana y que, como se dijo, fue obviada del trabajo de Almond y Verba. Sin embargo, también otorgan elementos que caracterizan la pauta de cultura política mexicana. Uno de esos elementos es la *desconfianza*, entendida como:

...una generalizada falta de confianza, asociada con la decisión de no participar y con patrones de dependencia directa y personal; una fuerte (y nada benevolente) imagen del Presidente como líder; una falta de confianza hacia los partidos políticos, como que la mayoría cree que el gobierno debería tener jurisdicción en estos; intolerancia hacia el comunismo; rechazo hacia los derechos de los disidentes; y la creencia de que las leyes debería ser tomadas como algo dado, sin la participación ciudadana en su formulación<sup>103</sup>.

Esta desconfianza es muy parecida a la enajenación que persiste, de acuerdo con *La cultura cívica*, entre los mexicanos y que asocia con una indiferencia total hacia la política. Sin embargo, lo que podría diferenciar a la enajenación respecto de la desconfianza es que en la enajenación persiste un alejamiento *radical* de la política, mientras que en la desconfianza, los objetos políticos *están ahí*, se les reconoce y llegan a tener una poca influencia. Además, la enajenación de la política no representa intolerancia hacia las posturas políticas diferentes, algo que, de acuerdo a los autores, sí se presenta en la desconfianza, sobre todo en lo que cabe al comunismo.

Posteriormente, Craig y Cornelius retoman a Segovia para explicar otra de las características de la cultura política mexicana: el presidencialismo. Apuntan que los estudiantes entrevistados describen el régimen en México como presidencialista. Desde este punto de vista,

...las decisiones gubernamentales puede estar influenciadas hasta cierto punto por poderosos grupos de interés (empresarios nacionales y extranjeros, terratenientes, trabajadores organizados y el ejército) y poderosos mediadores que se encuentran en distintas regiones del país o aquellos que se encuentran a nivel del estado, ya sea a través de intentos de influencia directa, o más frecuentemente, “preventivas” concesiones gubernamentales [...] la información debe provenir de experiencias personales, contacto con el régimen u otras privilegiadas fuentes<sup>104</sup>.

Debe recordarse que para 1980, año en que fue publicado el texto, todavía era de peso la figura presidencial; esta descripción, obtenida de las respuestas de los estudiantes, refleja los resquicios del presidencialismo que privó en México a lo largo de buena parte del siglo XX. Sin embargo, a pesar del poder de esta figura:

‘Los mexicanos parecen haber evaluado la utilidad de la participación en algunas pocas instituciones “democráticas” tal como están disponibles para ellos, y haber concluido que sus intereses están mejor representados para la abstención o participación a través de mediadores. Este patrón de participación mediada, o articulación de intereses a través de redes patrón-cliente, es extremadamente importante en México. La extendida visión de una autoridad presidencial como arbitraria y caprichosa, combinada con

---

<sup>103</sup> *Ídem.*

<sup>104</sup> *Ibíd.*, p. 351.

la conciencia de su ineficacia, corrupción e interpretación personalizada de las leyes que prevalece en la administración pública mexicana, conlleva el extendido uso de la política relacionada con intermediarios (personas con *palancas*) para facilitar el trato con las instancias gubernamentales”<sup>105</sup>.

Como ya se había comentado en el caso del caciquismo, para muchos mexicanos, ya no sólo en el campo sino también en las ciudades, existen orientaciones hacia figuras que representen una mediación entre ellos y las autoridades gubernamentales. Precisamente, esta necesidad de *mediadores* puede deberse al hecho de que los mexicanos ven al Gobierno como algo lejano, en lo que no pueden tener incidencia —algo que se comentó en párrafos anteriores respecto de la desconfianza— a menos que sea mediante personas que tengan la posibilidad de tener contacto directo con las autoridades gubernamentales.

La figura de los *mediadores* ocupa buena parte del trabajo de Craig y Cornelius, precisamente por el poder que tienen entre la población mexicana. Las *palancas*, como se les conoce popularmente, son recurrentes en todos los aspectos de la vida de los mexicanos: donde existe la posibilidad de una intermediación con los más poderosos existe la posibilidad de acceder a mejores condiciones laborales, académicas o en este caso políticas. El problema radica en que los mexicanos dependen demasiado de estas *palancas*, lo que refuerza lo dicho por Almond y Verba respecto de la sobrevaloración de la actitud política, pues se obtiene un beneficio para el cual se pudo haber trabajado de manera directa, pero para el que se prefirió que trabajara *alguien más*.

Lo anterior le da coherencia a otra de las características de la cultura política mexicana, que es la *dependencia del Gobierno*. Como Estado Benefactor, el Gobierno trabajó en pos de la población, principalmente aquella que vivía en las zonas urbanas. Todavía para el año en que fue publicado el texto prevalecía este sentimiento respecto de un Estado que proveía de todo lo necesario. De esta forma, los mexicanos “muestran bajos niveles de eficacia personal combinados con un fuerte sentimiento de dependencia en la asistencia gubernamental”<sup>106</sup>, es decir, que no muestran eficacia política en el sentido de que hagan algo para obtener lo que necesitan, sino que dependen de lo que el Gobierno haga.

Ahora bien, todas las figuras que fungen como mediadores entre la población y las autoridades gubernamentales, por representar figuras autoritarias, tienden a sancionar la pasividad o actividad política. De esta forma, las personas pueden tender a la participación política o abstenerse de la misma, con la finalidad de no ser víctimas de sanciones:

...psicológicas o económicas, o negación de futuros beneficios a la familia o la comunidad, sea por autoridades locales o las más distantes, es a veces un factor clave que limita la participación en las clases

---

<sup>105</sup> *Ibíd.*, p. 355.

<sup>106</sup> *Ibíd.*, p. 361.

bajas. Pero a veces el miedo a las sanciones negativas puede *incrementar* la participación de los pobres, si los líderes locales insisten frecuentemente en la participación de sus seguidores en algunas formas de actividad política<sup>107</sup>.

Independientemente de si la participación política sea directa o indirecta, Craig y Cornelius apuntan que “aquellos que han utilizado una estrategia particular de influencia con anterioridad y que la han encontrado útil estuvieron mucho más confiados respecto de aquellos quienes sintieron que sus acciones no habían tenido ninguna influencia”<sup>108</sup>. Esto coincide bastante con la idea almondverbiana de la *estrategia de influencia*, donde entre más personas se unan a una protesta respecto de una ley injusta —o beneficiosa— mejor será el resultado. Así, no importa si los mexicanos deciden participar directa o indirectamente mientras participen.

En la misma línea de la estrategia de influencia, Craig y Cornelius indican que la pertenencia a grupos de interés constituye, lo mismo que para Almond y Verba, la más efectiva forma de obtener decisiones favorables. La diferencia es que para los primeros, la pertenencia a estos grupos es voluntaria, además de que está “más extendida en organizaciones con efecto directo en los intereses materiales de los individuos. Lo mismo ha sido verificado en áreas urbanas, donde las organizaciones de vecinos entablan negociaciones con el gobierno para obtener títulos sobre sus tierras”<sup>109</sup>.

Se podría decir, entonces, que se genera una *participación interesada*, por encima de una participación cívica. Es decir, que los mexicanos participan políticamente para obtener algo a cambio, mas no como una responsabilidad cívica. No están interesados en ver que las cosas cambien, que su comunidad esté más preparada para afrontar una calamidad o que las condiciones de vida mejoren para todos: su principal interés está en ellos mismos.

La sociedad mexicana se perfila como una *sociedad individualista*, de personas que miran primero por sus intereses. Esto se ve reforzado por el hecho de que entre los mexicanos prevalece un sentido de desconfianza, diferente a la desconfianza que tienen hacia el sistema político, pues se trata más bien de una *desconfianza interpersonal*, es decir, la “susplicia acerca de las relaciones que tiende a prevalecer. Interactuar con los otros, fuera de los restringidos círculos de la familia y los amigos, es visto como peligroso [...] la gente ayuda a los demás no porque esté bien, sino porque es un buen negocio [...] la gente está más inclinada a ver por sus propios intereses en vez de ayudar a los demás”<sup>110</sup>. Los mexicanos sólo depositan la confianza en los demás cuando van a poder obtener algo a cambio, la entienden en términos mercantiles: de toma y daca.

---

<sup>107</sup> *Ibíd.*, p. 364.

<sup>108</sup> *Ibíd.*, p. 365.

<sup>109</sup> *Ibíd.*, p. 369.

<sup>110</sup> *Ibíd.*, p. 372-373.

A la par, los mexicanos han desarrollado una afectividad muy alta por el sistema político, que deviene en un *respeto por las instituciones*. Es decir, cuando se trata de dar una opinión acerca de la situación política o económica —lo que refuerza la idea almondverbiana de la cultura política aspiracional mexicana—, si tienen que culpar a alguien, culpan a las personas: “la culpa raramente se atribuye a la estructura política en sí misma, o a la estructura económica”<sup>111</sup>.

Este *respeto por las instituciones* se refuerza con el hecho de que los “mitos políticos”, es decir, aquellos conglomerados de historias sobre los héroes de la patria, por ejemplo,

...son ampliamente compartidos. Como regla general, la creencia en los mitos declina con la edad y tiende a variar dependiendo de si los intereses de grupo y el mito coinciden. Él atribuye la internalización extendida de los mitos nacionales y los símbolos primariamente a los esfuerzos eficientes de las escuelas. También apuntamos que estos símbolos son mencionados insistentemente en la prensa, la radio y la televisión, en las uniones de trabajadores, y virtualmente por todo político mexicano, desde el Presidente de la República hasta los líderes locales<sup>112</sup>.

A final de cuentas, los elementos característicos de la pauta de cultura política mexicana desde la perspectiva de Craig y Cornelius no varían tanto de la propuesta almondverbiana, pues la aspiración y la enajenación se encuentran presentes. Además, la participación que se genera en las zonas rurales no se distancia mucho de lo que en *La cultura cívica* se entiende como parroquialismo. No obstante, la diferencia fundamental radica en la figura de *los mediadores*, pues a pesar de que la participación política se encuentra hasta cierto punto *mediatizada*, existe un interés por incidir en la toma de decisiones, aunque sea meramente individualista.

### **2.3. La cultura política después del 2000: Jorge Buendía y Alejandro Moreno**

De 1980 al año 2000 son veinte años. Dos décadas en las cuales la cultura política se vio modificada por distintos hechos sociales que además marcaron la historia de México. Sin embargo, la mayoría de los que ahora son estudiantes de Ciencias de la Comunicación no se vieron afectados por estos sucesos. Aunque ninguno de ellos tenía edad suficiente para votar en el año 2000, la alternancia en el poder ha sido después del levantamiento del EZLN en Chiapas —aunque para ese momento todavía eran muy pequeños— el suceso político más significativo de lo que llevan de vida, aunque no lo recuerden o puedan dar cuenta de sus efectos.

En *La cultura política de la democracia en México. México en tiempos de competencia electoral*, Jorge Buendía y Alejandro Moreno se encargan de analizar los resultados de la encuesta Centro América, México y Colombia, CAM, 2004, en torno a la cultura política de varios países americanos. Si bien no se trata de un estudio en el que apliquen las categorías almondverbianas, se deja

---

<sup>111</sup> *Ibíd.*, p. 377.

<sup>112</sup> *Ibíd.*, pp. 376-377.

ver la influencia de *La cultura cívica*. Realizan una crítica a esta obra, pues en esta se trataba a México como una democracia. Sin embargo:

El consenso académico es que en realidad no lo era, y curiosamente esta apreciación se manifiesta en la frase del célebre novelista Mario Vargas Llosa, quien hacia finales de los años ochenta llamó a México la “dictadura perfecta”. Se trataba de un sistema político de control ciudadano sin competencia electoral disfrazada institucionalmente, sin represión pero sí con cooptación, y de un sistema clientelista en el que no se divisaban los límites del gobierno y los del partido gobernante. Se trataba de una relación simbiótica entre Estado y partido que permeaba a la sociedad en su conjunto<sup>113</sup>.

Los tres estudios hasta ahora citados coinciden en lo mismo: los mexicanos muestran gran apoyo hacia su sistema político: “Hoy en día, México es considerado, tanto académicamente como por la mayoría de sus propios ciudadanos, como una democracia. Los estudios recientes [...] se han enfocado a determinar el grado de apoyo a las instituciones democráticas, así como en los determinantes de tal apoyo”<sup>114</sup>. Lo anterior indica que este elemento de la pauta de cultura política mexicana se ha mantenido vigente.

Ahora bien, como ya se dijo, la alternancia política del año 2000, reconfiguró la cultura política mexicana, pues, según los autores, “cambió de la noche a la mañana la apreciación de las instituciones”<sup>115</sup>. Las estructuras anquilosadas que mantenía el PRI desde mucho tiempo atrás se vinieron abajo cuando fue derrotado después de 70 años en el poder, lo que implicó un cambio en la fisonomía política del país.

Sin embargo, este cambio que se generó a partir del triunfo del PAN en las elecciones presidenciales, no significó que se eliminarán algunos aspectos interiorizados de la cultura política, como en el caso del nacionalismo, que “se ha venido fortaleciendo durante la última década, caracterizada principalmente por una mayor apertura económica y por un discurso globalizador, lo cual sugiere que este fortalecimiento del nacionalismo refleja más bien un refugio de identidad ante la globalización, más que un regreso al nacionalismo revolucionario predominante durante los años de gobierno del PRI”<sup>116</sup>.

Así, el orgullo hacia las instituciones, que es el elemento a partir del cual Almond y Verba identifican el orgullo hacia el sistema, da un giro hacia un nacionalismo que de nuevo se basa en una proyección de la falta de identidad que permea en la sociedad mexicana. Esta proyección se finca en lo que Buendía y Moreno llaman el discurso globalizador, es decir, “la mundialización de las estrategias

---

<sup>113</sup> Jorge Buendía y Alejandro Moreno, *La cultura política de la democracia en México. México en tiempos de competencia electoral*, México, ITAM, 2004, p. 4.

<sup>114</sup> *Ibíd.*, p. 19.

<sup>115</sup> *Ibíd.*, p. 20.

<sup>116</sup> *Ídem.*

de los grupos en los diferentes sectores (económicos)”<sup>117</sup>. México se inserta en un proceso económico donde, al parecer, ya no existen las fronteras, pero en el cual se mantienen las diferencias que le dan coherencia al sistema político, como el nacionalismo.

Este nacionalismo, que deviene en apoyo al sistema político, se presenta con mayor frecuencia “entre los mexicanos de mayor escolaridad, entre los que perciben que las condiciones económicas del país son buenas, los que están satisfechos con los servicios municipales, los que están satisfechos con la democracia, los que aprueban la gestión presidencial, los que reconocen ciertas limitaciones de la democracia, y los que tienen confianza en el voto”<sup>118</sup>. Estas variables socioeconómicas que en algunos casos no resultan tan importantes para definir una cultura política vuelven a cobrar importancia.

Otro aspecto que define a una cultura política desde la perspectiva de Buendía y Moreno es la tolerancia:

‘Una cultura política y democrática también requiere cierto nivel de tolerancia, la cual refleja el potencial de “coexistencia de la diversidad”, a decir de Giuseppe DiPalma, dentro de ese marco de reglas y procedimientos. La tolerancia es contraria a la violencia, y aunque una democracia debe tener la características jurídicas y el marco institucional para evitarlo más posible esta última, también es cierto que se requiere de valores y normas de respeto a la diversidad’<sup>119</sup>.

Vivir en una democracia implica aceptar las posiciones políticas de los demás, el debate respecto de las ideas y la evitación de la violencia. Donde existen reglas y procedimientos para una convivencia política armoniosa entre las personas que tienen perspectivas políticas diferentes —que no por eso implica un consenso a nivel político *per se*—, las posibilidades para que se genere una estabilidad en el sistema político son mayores.

La tolerancia es un tema que como se recordará Almond y Verba tratan con el matrimonio interpartidista. Preguntan a los ciudadanos de las cinco naciones en que realizaron el estudio cómo se sentirían si su hijo o hija contrajera nupcias con una persona del partido contrario al que profesan preferencia. A partir de esta pregunta, los autores obtienen distintos tipos de partidismo que van desde el intenso hasta el parroquial. Sin embargo, en ningún momento abordan otro tipo de tolerancia que aunque no tenga relación directa con la política como en el caso de la aprobación o rechazo de personas que provienen de grupos minoritarios, es un elemento integrante de la cultura política que se relaciona directamente con la confianza interpersonal y la cooperación cívica.

Cuando hablan de tolerancia, Buendía y Moreno tampoco trabajan el aspecto relacionado con los grupos minoritarios —aunque sí lo hacen cuando hablan del Estado de Derecho—, pero indican que

---

<sup>117</sup> José Miguel de Bustos, *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona, Bosch, 1993, p. 126.

<sup>118</sup> Jorge Buendía y Alejandro Moreno, *op.cit.*, p. 25.

<sup>119</sup> *Ídem*.

los mexicanos son más tolerantes que intolerantes, aunque poseen niveles de tolerancia relativamente bajos. Esto parece una contradicción, pero “se trata de una sociedad a la que la mayoría concede estos derechos, pero que no son aceptados de manera unánime. Si bien se tolera la disidencia pública, lo cierto es que hay segmentos importantes de la sociedad mexicana entre los que no se manifiesta esa tolerancia [...] los mexicanos sufren de un déficit de tolerancia al comenzar a vivir en su incipiente democracia”<sup>120</sup>.

Sin embargo, esta *pauta de tolerancia* no se presenta de manera uniforme en todo el país:

La única categoría regional significativa es el norte, una región más industrializada y donde, de hecho, ha habido el mayor número de alternancias a nivel ejecutivo estatal en los últimos quince años. El norte del país es donde más favorables son las actitudes hacia la democracia estable. Del otro lado de la moneda, el factor que más inhibe el apoyo a la democracia estable es la percepción de corrupción entre los funcionarios públicos. A mayor percepción de corrupción, menor es la probabilidad de apoyar la democracia estable<sup>121</sup>.

Por tanto, la hipótesis de los autores parte del hecho de que el nivel de tolerancia es directamente proporcional al nivel de alternancia: donde existe alternancia en el poder, existe una sociedad más proclive a la tolerancia, por lo menos en un nivel político.

Sin embargo, destaca un dato que los autores arrojan cuando hablan de la tolerancia política: “Alrededor de una quinta parte de los mexicanos estarían dispuestos a avalar un sistema de gobierno autoritario o incluso militar”<sup>122</sup>. Buendía y Moreno no hacen referencia a un grupo específico de personas, ni siquiera a una región del país en particular. Esto indica que esas personas proclives a la dictadura se encuentran diseminadas a lo largo del país y en distintos grupos socioeconómicos.

Como se mencionó antes, un aspecto que dentro de un sistema político va de la mano con la tolerancia es el Estado de Derecho. El Estado de Derecho implica:

...el establecimiento del imperio de la ley y que todos los ciudadanos, sin importar su condición social, tengan acceso al sistema de justicia [...] Muchas veces el Estado de Derecho (ED) está en contraposición con los principios democráticos de la regla de la mayoría. El ED presupone que los derechos de las minorías estén respetados y garantizados [...] las democracias contemporáneas son sustancialmente diferentes a las democracias de la antigüedad. Hoy en día, el gobierno de la mayoría debe ir acompañado por el respeto a las minorías [...] una de las principales fallas del Estado de Derecho en América Latina es que el acceso a la justicia está distribuido inequitativamente<sup>123</sup>.

Lo rescatable es que, como mencionan los autores, el acceso a la justicia en México está distribuido inequitativamente. Esto se relaciona con el siguiente aspecto de la cultura política que no trabajan Almond y Verba, y que Craig y Cornelius trabajan de manera superflua: la corrupción. Como

---

<sup>120</sup> *Ídem*.

<sup>121</sup> *Ibíd.*, p. 30.

<sup>122</sup> *Ibíd.*, p. 31.

<sup>123</sup> *Ibíd.*, p. 43.

se recordará, Craig y Cornelius hablan de la utilización de *mediadores* como una forma de participación política. Estos mediadores son popularmente conocidos como *palancas*. Aunque para ellos la utilización de *palancas* es una forma de participación, implica también una “aplicación inequitativa de la justicia”, pues se privilegian aspectos como la familiaridad o la amistad, por sobre las necesidad o capacidades.

Para Buendía y Moreno, la corrupción es antidemocrática, debido a que:

...hay una fuerte relación negativa entre corrupción y democracia, o entre corrupción y las actitudes democráticas. Pero la corrupción no se limita únicamente a lo que hacen las élites políticas, sino también la permisividad y propensión de los mismos ciudadanos a incurrir en acciones ilegales que procuran el beneficio propio. La corrupción mina la confianza, la cual es indispensable para un mejor funcionamiento democrático e incluso, como Francis Fukuyama y otros académicos han ilustrado, para lubricar mejor las relaciones interpersonales y económicas de una sociedad<sup>124</sup>.

Como se puede observar, la corrupción es un elemento indisociable de la cultura mexicana en general, no sólo de la cultura política. Es, sin embargo, un flagelo que contamina varios aspectos de una cultura cívica en los términos que la plantean Almond y Verba, pues como indican Buendía y Moreno permea en las relaciones interpersonales, generando una mayor desconfianza, lo que imposibilita aún más la cooperación cívica. De hecho, existe un grupo específico de personas que son proclives a la corrupción: “hombres, jóvenes, urbanos [...] de clase media, del centro y sur del país”<sup>125</sup>.

Ejemplifican la pérdida de confianza con un hecho significativo que se dio durante el mandato de Fox: los videoescándalos. Los actos de corrupción entre los altos funcionarios públicos casi siempre se mantenían en secreto; sin embargo, con los videoescándalos se “pudieron ver los actos de corrupción de altos funcionarios directamente con imágenes, comprobando lo grotesco que la impunidad puede llegar a ser”<sup>126</sup>. Si bien la corrupción afecta de manera directa el nivel de cooperación cívica, y por tanto las posibilidades de que se genere una cultura política participante, no afecta de manera directa la afectividad hacia el sistema. Aquellos que muestran un nivel de afectividad mayor son quienes están conformes con el estado de cosas presente tanto política como económicamente.

Además, aunque no es un aspecto que retomaran Buendía y Moreno, los mexicanos se encuentran satisfechos con el sistema político porque tienden a culpar a las personas y no a las instituciones. En el caso de los videoescándalos, por ejemplo, se puede pensar que los mexicanos culparon de estos actos a quienes los ejecutaron, mas no al sistema político en general. La corrupción, por tanto, afecta, pero no de tal manera que se le quite la lealtad al sistema. De hecho, a pesar de que las personas más educadas son, de acuerdo con los autores, quienes se muestran más dispuestas a expresar una afectividad hacia el

---

<sup>124</sup> *Ibíd.*, p. 33.

<sup>125</sup> *Ibíd.*, p. 38.

<sup>126</sup> *Ibíd.*, p. 34.



sistema político, son quienes presentan menos confianza hacia las instituciones de justicia. Esto no implica, sin embargo, que no respeten la ley, pues “los menos educados tienen una menor propensión a obedecer la ley que los más educados”<sup>127</sup>.

Es a partir de este punto que entran en discusión las variables socioeconómicas, que se muestran un tanto contradictorias respecto de la información recabada hasta el momento. De acuerdo con Buendía y Moreno, “las personas de mayor edad y las más educadas son quienes más participan”<sup>128</sup>. Esto quiere decir que quienes se encuentran en estatus más elevados tienden a tener una incidencia mayor en el proceso político. Estas personas son entonces las que muestran mayor afinidad hacia el sistema, quienes tienden a confiar menos en las instituciones de justicia y las que tienen una participación política más activa.

En contraparte, son las personas de clase media quienes son más proclives a la corrupción y las de clase baja las que obedecen menos las leyes. En México, las personas con un estatus más elevado son las portadoras de la cultura cívica, en los términos planteados por Almond y Verba. Estos aspectos no estaban tan claros en el trabajo de Craig y Cornelius, pero como se recordará para ellos existen formas de participación que no se reducen al *input* y *output* almondverbianos.

Se presentan, entonces, dos panoramas: o bien el estudio de Buendía y Moreno se presenta también sesgado, al no proveer de la información necesaria sobre la participación política de los mexicanos en general, incluyendo tanto personas que habitan en zonas urbanas y rurales, o el trabajo de Craig y Cornelius aporta información sobre participación que si bien es política no resulta de importancia para la estabilidad del sistema.

En el mismo tenor, de acuerdo con Buendía y Moreno, existe una diferencia de sexo en cuanto a la participación. De acuerdo con ellos, existen dos tipos de participación: “la profesional y la comunitaria. Una, la primera, parece atraer más a los mexicanos hombres y a los de mayor edad, mientras que la otra, la segunda, representada por la participación en iglesias y actividades de la escuela como las juntas de padres de familia, atrae más a un público femenino y generalmente joven”<sup>129</sup>. La diferencia entre sexos no es un aspecto fundamental de análisis en los estudios sobre cultura política. Si la educación es el principal factor —y por ende el estatus— que incide en el nivel de cultura política, la variable masculino/ femenino carece de importancia.

Cuando surge, lo hace para conformar el hecho de que la participación política es eminentemente masculina, como se observa en el caso anterior. De hecho, para Almond y Verba sucede

---

<sup>127</sup> *Ibíd.*, p. 47.

<sup>128</sup> *Ibíd.*, p. 58.

<sup>129</sup> *Ibíd.*, p. 77.

de la misma manera. Aunque no ahondan en el tema, en el caso del partidismo político mencionan el partidismo parroquial, que se da principalmente en las mujeres que tienen un partidismo “cultural-religioso”, es decir, las mujeres son parroquiales, los hombres no.

El último aspecto de la cultura política que Buendía y Moreno toman en cuenta es el del Gobierno local. Contrario a lo que exponen Almond y Verba, en torno a que las personas tienden a acercarse de manera más frecuente al Gobierno local debido a la cercanía que tienen con él, para Buendía y Moreno, aproximadamente 6 de cada 10 personas “cree que las autoridades no le hacen caso a sus peticiones o a sus quejas sobre problemas locales [...] resulta improductivo asistir a reuniones donde las demandas ciudadanos tienen una alta posibilidad de ser ignoradas”<sup>130</sup>. De hecho, más adelante afirman que “la población mexicana no considera que los gobiernos locales escuchan y responden a sus quejas y peticiones”<sup>131</sup>.

Lo anterior indica que si bien no se generó una diferencia sustancial respecto de la afectividad de los mexicanos hacia el sistema político en general, sí se modificó la percepción que tenían respecto del Gobierno local. El sistema político, entendido como el conjunto de todas las instituciones —exceptuando las que son eminentemente de justicia— parece ser percibido como efectivo y eficiente. Los municipios, en cambio, no parecen estar dando los resultados que deberían, por lo que los ciudadanos se muestran insatisfechos con ellos.

#### **2.4. La cultura política después del 2006: la ENCUP**

La pauta de cultura política de los mexicanos se vio afectada en fechas recientes por otro suceso que cambió de manera drástica la fisonomía política del país: las elecciones federales de 2006. Fue este un suceso que además les tocó vivir a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de manera mucho más cercana, pues ya tenían edad suficiente como para formarse un criterio acerca del proceso mismo, además de que muchos de ellos tuvieron la oportunidad de votar, sobre todo los que se encontraban, a la hora del levantamiento, en séptimo y noveno.

La Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) es un levantamiento que se ha realizado en los años 2001, 2003, 2005 y 2008 y que ha tenido la siguiente finalidad, como se indica en la “Introducción” del *Informe ENCUP 2008*:

...ofrece información sobre las percepciones, el conocimiento, las actitudes y el comportamiento de los mexicanos en torno al funcionamiento de su sistema político. Esta encuesta se levanta con dos finalidades principales: aportar elementos que permitan enriquecer la toma de decisiones en materia de política pública y ofrecer información empírica a investigadores de diversas ramas de las

---

<sup>130</sup> *Ibíd.*, p. 60.

<sup>131</sup> *Ibíd.*, p. 64.

ciencias sociales<sup>132</sup>.

Se trata de un documento donde se exponen gráficas de los resultados de esta encuesta además de una sucinta explicación de las mismas. Con la finalidad de que no se piense que los datos se encuentran manipulados, se realiza un somero análisis comparativo entre los resultados de la ENCUP y los de otras encuestas respaldadas por organismos internacionales.

Así, este informe se presenta como un documento que provee de información oficial sobre la forma en que las personas se orientan hacia los objetos políticos. Si bien existen documentos en los cuales sí se analizan los resultados de estas encuestas, no se trata de textos que provean de un análisis oficial como tal. Un ejemplo se puede ver en *Cultura política y participación ciudadana den México antes y después de 2006*, donde varios estudiosos de la cultura política se dedican a analizar los resultados de la encuesta de 2005, uno de los cuales (Víctor Manuel Durand Ponte) se cita en la presente investigación. Lo importante de este trabajo, no obstante, es que permite obtener datos sobre el comportamiento político de las personas a partir de una investigación de campo y no de la percepción de un grupo de expertos<sup>133</sup>.

Un primer elemento que contrasta con la investigación de Buendía y Moreno, es el siguiente: “la iglesia y el ejército son las instituciones con los porcentajes más altos de confianza. También se puede notar un contraste en el caso de la política, que en México es una de las instituciones que registra los menores niveles de confianza”<sup>134</sup>. Como se recordará, los investigadores del ITAM llegaron a la conclusión de que existía un alto índice de desconfianza hacia las instituciones de justicia, sobre todo entre las personas de estatus elevado. Sin embargo, como se observa aquí, el ejército es la institución que tiene los mayores niveles de confianza. Existe, por tanto, una diferenciación dentro del imaginario colectivo de los mexicanos respecto a las instituciones de justicia y el ejército.

La desconfianza interpersonal es un elemento de primera importancia dentro de la crítica al estudio almondverbiano que realizan Craig y Cornelius. A pesar de la diferencia de años, es una actitud política que persiste, pues la ENCUP arrojó el resultado de que alrededor del “84 por ciento de los ciudadanos mexicanos opina que si no se cuida a sí mismo la gente se va a aprovechar”<sup>135</sup>. En el texto de Craig y Cornelius se habla, no obstante, de una desconfianza por parte del “emisor”, pues los

---

<sup>132</sup> Informe ENCUP 2008, p. 7.

<sup>133</sup> Se encontraron textos sobre cultura política, en los cuales varios estudiosos del tema se dedicaban a hablar sobre distintos aspectos alrededor de esta temática, en forma de ensayo. El problema es que estos textos reflejaban un “trabajo de escritorio” que poca relación tenía con una investigación que implicara conocer las actitudes “reales” de las personas respecto de los objetos políticos de su sistema. Es por esta razón que, en la presente investigación, se hace alusión exclusivamente a trabajos que tengan como respaldo una investigación de campo.

<sup>134</sup> Informe ENCUP 2008, p. 30. Cuando se habla de la política como “institución”, se está haciendo referencia a los incumbentes como instituciones, pues se sabe que la política no es una institución en ningún caso.

<sup>135</sup> *Ibíd.*, p. 31.

mexicanos tienden a la suspicacia en las relaciones interpersonales, excepto cuando se pueda sacar algún provecho de estas. En la ENCUP se observa una desconfianza por parte del “receptor”, pues las personas tienden también a la desconfianza, pero por temor a que los demás se aprovechen de ellas.

El *interés en la política* es un elemento de la pauta de cultura política que Almond y Verba trabajaron de manera superficial cuando investigaron sobre la atención a las cuestiones políticas. Sin embargo la exposición a las comunicaciones políticas no es directamente proporcional al interés en la política. De acuerdo con la ENCUP, “en México alrededor de la tercera parte de los encuestados en 2008 dijo interesarse *mucho o algo* en la política”<sup>136</sup>. Por tanto, cerca de un 35% de mexicanos se interesa en la política.

Como se verá más adelante con otros aspectos de la cultura política a partir de la ENCUP, es que este dato no hace referencia a qué tipo de interés en la política tienen los mexicanos. Es decir, su interés en la política, ¿se relaciona con la participación en los procesos político y administrativo, con las campañas político-electorales o con la información política que se observa en los medios de comunicación? Existe un interés, en términos generales, hacia la política, mismo que no permite hacer un análisis más profundo al respecto.

Ahora bien, se presentan dos problemas cuando se habla acerca del orgullo de los mexicanos. El primero de estos es que la ENCUP se enfoca hacia el orgullo que proporciona la nacionalidad: “Un porcentaje muy alto de ciudadanos mexicanos se sienten orgullosos de su nacionalidad. De los entrevistados [...] 98 por ciento respondieron que estaban *muy orgullosos o algo orgullosos*”<sup>137</sup> Sin embargo, este dato no habla de la cualidad del orgullo, es decir, del aspecto de la nacionalidad del cual se sienten orgullosos. Este puede ser desde uno no político, como el paisaje del país, hasta uno eminentemente político, como cualquier institución gubernamental.

El segundo problema de esta pregunta es que identificar el orgullo de los mexicanos a partir los sentimientos que tienen hacia su propia nacionalidad es algo que tanto Almond y Verba como Buendía y Moreno considerarían inadecuado. Los primeros hablan de una proyección identitaria debido a la falta de una identidad; los segundos, también hablan de una proyección, pero debida al discurso globalizador que ha prevalecido en México durante las últimas décadas. De esta forma, los datos que proporciona la ENCUP se vuelven a mostrar incompletos respecto del comportamiento político de los mexicanos.

Otro aspecto de la cultura política mexicana que se rescata es el de la tolerancia. Como ya se vio, los mexicanos presentan un elevado índice de intolerancia, algo que se confirma en la ENCUP,

---

<sup>136</sup> *Ibíd.*, p. 33.

<sup>137</sup> *Ibíd.*, p. 34.

pues “ocho de cada diez personas en México no estarían dispuestas a vivir con una persona drogadicta [...] La misma proporción de personas [...] mencionaron que no les gustaría tener como vecino a un drogadicto [...] alrededor de dos de cada diez personas no estarían dispuestas a vivir [...] (con) una persona de diferente religión”<sup>138</sup>. En este caso, la tolerancia se relaciona más bien con lo que Buendía y Moreno llaman Estado de Derecho, es decir, el respeto a las minorías. El problema es que no sitúan a la tolerancia por regiones del país, lo que podría ser un indicador de la forma en que se percibe a personas con una postura política diferente.

De acuerdo con la ENCUP, existen dos tipos de *estrategia de influencia*: la petición y la manifestación. Por un lado, “el porcentaje de gente que ha firmado cartas o que ha juntado firmas es de apenas 6 por ciento, mientras que el porcentaje de ciudadanos que ha juntado firmas con sus vecinos es de 14 por ciento [...] uno de cada cinco entrevistados dijo haber firmado una petición”<sup>139</sup>, y por otro “en lo que se refiere a la participación en manifestaciones [...] 8 por ciento de los entrevistados [...] afirmaron haber participado en manifestaciones”<sup>140</sup>.

Así, las estrategias de influencia, de acuerdo a este informe, sólo pueden ser de los dos tipos antes mencionados. Cualquier otra forma de participación, incluidas aquellas que se mencionan en el trabajo de Craig y Cornelius, muchas de las cuales, como se vio, tampoco se incluyen en *La cultura cívica*, son omitidas. Aunque se relacionen directamente con la participación en el proceso político, las dos formas de participación propuestas por la ENCUP representan apenas dos formas residuales dentro del abanico de posibilidades.

De hecho, tampoco se diferencia de aquellas formas de participación individuales —que en *La cultura cívica* consistía en la petición por escrito— y las grupales —que para Almond y Verba resultan ser las estrategias que tienen mayor peso. En este informe sólo se hacen válidas las que se realizan con dos o más personas. De nuevo, se presenta un sesgo en la información. Por tanto, el grave problema de este estudio, que dice ser su principal objetivo, es que no se pueden tomar decisiones, pues la información se presenta incompleta.

La satisfacción con la democracia es un tópico recurrente dentro de los estudios de cultura política. En la ENCUP, la satisfacción se dividió en dos: por un lado, la satisfacción con la propia vida, donde “el 38 por ciento de los entrevistados —aproximadamente uno de cada tres— dijo estar *muy satisfecho*”<sup>141</sup> con ella y por otro, la satisfacción con la democracia: “entre 4 y 5 por ciento de los entrevistados dijeron estar muy satisfechos con la democracia, mientras que uno de cada tres están

---

<sup>138</sup> *Ibíd.*, p. 35.

<sup>139</sup> *Ibíd.*, p. 36.

<sup>140</sup> *Ibíd.*, p. 37.

<sup>141</sup> *Ibíd.*, p. 39.

*insatisfechos o poco satisfechos*”<sup>142</sup>.

Al cruzar esta información se obtiene que los mexicanos que dicen estar satisfechos con su vida se encuentran insatisfechos con la democracia. Esto no quiere decir que los unos sean los mismos que los otros. Pero, dado que no existe más información con la que se pueda corroborar la información de la ENCUP, se puede inferir eso. Lo que prevalece, entonces, es un sentimiento de satisfacción respecto de las propias acciones en contraposición a un sentimiento de insatisfacción respecto de la acción gubernamental.

Esta visión respecto de la democracia, se ve reforzada con otra pregunta de la ENCUP. Esta pregunta se relaciona ya no con la afectividad, sino con la evaluación, es decir, ya no se les pregunta cómo se sienten respecto de la democracia, sino cómo evalúan a la democracia mexicana. Así, “en 2001 y 2008 aproximadamente uno de cada dos ciudadanos creía que México vivía en una democracia. Estos resultados contrastan con las respuestas registradas en 2003 y 2005 a la pregunta sobre si México vive o no en una democracia, en donde se observa que aproximadamente 1 de cada 3 ciudadanos respondió afirmativamente”<sup>143</sup>.

Es decir que para 2006, año paradigmático en lo que cabe a la historia política mexicana, la percepción de los mexicanos respecto a si México era una democracia es bajísima. Sin embargo, dos años después de 2006, la situación cambia: la mitad de los mexicanos creen que sí se vive en una democracia. El problema de nuevo sería, ¿qué consideran los mexicanos que es una democracia?, ¿cuáles son los parámetros que tienen para considerar al país como democrático?

Esta información puede cruzarse con aquella referente a la filiación política de los ciudadanos, pues “alrededor de uno de cada seis [...] se identifica con la izquierda [...] alrededor de la tercera parte de los encuestados respondió que se identifica con la derecha [...] sólo 12 por ciento de la gente se identificó con el centro”<sup>144</sup>. Así, se deja claro que la mayoría de los encuestados, que son alrededor del 35%, se identifican con la derecha, que en México está representada por el PAN.

Puede inferirse el siguiente panorama: si en 2001 se encontraban satisfechos con la democracia era porque el candidato del PAN, Vicente Fox, había obtenido el triunfo en las elecciones. Para 2005, la situación para la derecha se vislumbraba difícil, debido a que el candidato puntero no era el del PAN sino del PRD —es decir, Andrés Manuel López Obrador. Después de 2006, pese a los señalamientos de fraude que se hicieron, Felipe Calderón Hinojosa se convirtió en Presidente de la República. Es así como en 2008, la mayoría de los encuestados, que, de hecho, se inclinan por la derecha, pueden decir

---

<sup>142</sup> *Ibíd.*, p. 40.

<sup>143</sup> *Ibíd.*, p. 50.

<sup>144</sup> *Ibíd.*, pp. 46-47.

que México se encuentra en una democracia, pues el candidato panista se encuentra en el poder. Se trata, entonces, de una percepción que está influenciada inequívocamente con la preferencia política de los encuestados.

La confianza, como factor determinante para la cooperación cívica, es indispensable dentro del trabajo de Almond y Verba. En la ENCUP, la confianza abarca varios aspectos. El primero de ellos, es la confianza hacia el Gobierno, donde “por lo menos cuatro de cada diez ciudadanos mexicanos opinaron que estamos más cerca de un gobierno que se impone”<sup>145</sup>.

La variable “un gobierno que se impone” se compara con la variable “un gobierno que consulta”, es decir que también podría hablar de la predisposición de los mexicanos hacia el autoritarismo. Comparando la información de la ENCUP con la proporcionada por la investigación liderada por Buendía y Moreno, se tiene que el autoritarismo ha permeado todavía más en los mexicanos, pues en la ENCUP *cuatro de cada diez ciudadanos* cree que el Gobierno impone —y, a la par, ellos no hacen nada para impedirlo—, mientras que en 2004 la proporción era de una quinta parte del total de la población, es decir, *dos de cada diez personas*.

En segundo lugar se encuentra la confianza hacia los empresarios y los medios de comunicación, pues “alrededor de la tercera parte de los ciudadanos mexicanos afirmaron confiar en las empresas privadas y en los empresarios [...] (y) alrededor de la mitad de las personas confían *mucho* o *algo* en los medios de comunicación, aunque la confianza en la radio es ligeramente superior a la confianza en la televisión y en los diarios”<sup>146</sup>.

La confianza interpersonal, que desde la perspectiva almondverbiana lleva consigo el temor a expresarse políticamente, es el tercer aspecto de la confianza que se maneja en la ENCUP: “el porcentaje de ciudadanos mexicanos que participan en conversaciones sobre política es bajo: entre 20 y 30 por ciento”<sup>147</sup>. Este dato confirma la pauta de desconfianza interpersonal que se había estado manejando. Si se infiere que sólo el 20 por ciento de las personas hablan de política, aunado al hecho comentado por Almond y Verba de que la comunicación política se genera principalmente en el hogar, la desconfianza para con las demás personas prevalece.

El último aspecto de la confianza implica a los partidos políticos:

La mayor parte de los ciudadanos mexicanos —siete de cada diez— no tiene confianza o tiene poca confianza en los partidos políticos [...] Además, tres de cada cuatro ciudadanos opinan que al elaborar las leyes, lo que los diputados y senadores toman más en cuenta son sus propios intereses o los de sus partidos. Solamente uno de cada diez ciudadanos cree que lo que estos funcionarios públicos toman más

---

<sup>145</sup> *Ibíd.*, p. 56.

<sup>146</sup> *Ibíd.*, pp. 44-45.

<sup>147</sup> *Ibíd.*, p. 52.

en cuenta son los intereses de la población<sup>148</sup>.

En el mismo tenor:

Dos de cada tres ciudadanos mexicanos opinan que los partidos políticos tienen *mucho* o *algo* de poder para cambiar las cosas en México [...] Uno de cada diez ciudadanos opina que los partidos políticos no son necesarios para que el gobierno funcione. La gran mayoría de los entrevistados —ocho de cada diez— cree que los partidos son *poco*, *algo* o *muy necesarios* para que el gobierno funcione [...] 11 por ciento —aproximadamente uno de cada diez— cree que estos tienen mucho poder para cambiar las cosas. Solamente 2 por ciento de los ciudadanos cree que los partidos no son necesarios para que el gobierno funcione y que no tienen ningún poder para cambiar las cosas en México [...] solamente 7 por ciento de los ciudadanos dice formar o haber formado parte de algún partido político<sup>149</sup>.

Los datos proporcionados anteriormente dan cuenta de una contradicción: por un lado, los mexicanos no le tienen nada de confianza a los partidos políticos, pero, por el otro, la mayoría cree que estos pueden “hacer algo” para cambiar el estado de cosas presente. De nuevo, la falta de información permea en la interpretación que se pueda hacer al respecto, pues no se menciona el aspecto a partir del cual se pregunta sobre la confianza que se deposita en los partidos. Siguiendo en la línea de Craig y Cornelius, la confianza en el partido como institución permanece vigente, mientras que la confianza en las personas que representan esos partidos es lo que merma en la desconfianza.

Esta idea se refuerza con la respuesta que los mexicanos dan en la siguiente pregunta, pues dicen que “los partidos políticos” tienen mucho o algo de poder para cambiar las cosas en México. Los ciudadanos —o por lo menos aquellos que fueron encuestados— todavía tienen la esperanza de que los partidos políticos sean los motores del cambio en el país.

El último aspecto que se rescata de la ENCUP es el relativo a la postura de los mexicanos respecto de las elecciones, que refleja la fisonomía política del país después de 2006:

...seis de cada diez afirmaron haber votado en todas las elecciones federales y locales que se han organizado desde 2000 y sólo uno de cada diez manifestó haberse abstenido de votar en todas las elecciones mencionadas [...] tres de cada cuatro dijeron haber votado en las elecciones federales de 2000 y 2003, así como en las elecciones locales de su entidad; y cuatro de cada cinco en las elecciones federales de 2006 [...] En cuanto a la confianza en las elecciones, la mayoría de los encuestados no está de acuerdo con la frase: *las elecciones en nuestro país son limpias*; sólo 16 por ciento lo está [...] dos de cada tres ciudadanos mexicanos afirmaron tener *mucha* o *algo* de confianza en el IFE. Cabe destacar que el IFE es una de las instituciones públicas, junto con el ejército, que gozan de la confianza de la mayor parte de la ciudadanía<sup>150</sup>.

Se observa que persiste la desconfianza hacia las elecciones, después de un proceso electoral que se vio afectado por la actuación de los candidatos de los tres principales partidos, pero, sobre todo por la de Felipe Calderón y Andrés Manuel López Obrador. Sin embargo, pese a que el IFE fue la institución más cuestionada por estar alineada con el gobierno, persiste en cuanto a credibilidad en la

---

<sup>148</sup> *Ibíd.*, p. 67.

<sup>149</sup> *Ibíd.*, pp. 69-72.

<sup>150</sup> *Ibíd.*, pp. 73-76.



población mexicana. Todos estos aspectos, aunque relacionados de manera directa con la cultura política, no competen a la presente investigación.

## 2.5. La cultura política en la UNAM: Víctor Manuel Durand Ponte

El estudio de Víctor Manuel Durand Ponte, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, fue publicado en 1998. Este año presenta dos principales problemas en lo que respecta a la presente investigación. El primero es que es un retroceso respecto de la continuidad de los estudios analizados anteriormente (2004-2008-1998); el segundo gran problema es que la publicación de este libro habla de una cultura política precedente a la que se gestó en la UNAM después de la huelga de 1999. Si bien en el presente parecen no haber vestigios de este suceso histórico, la percepción de los estudiantes respecto de la UNAM es diferente.

Sin embargo, este estudio es el único —aparte de los que se realizan cada año en la Cátedra de Teoría del Comportamiento Político del Mtro. Ricardo Magaña Figueroa, pero que sólo abrazan a la población de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales— que da cuenta de la forma en que los estudiantes de la UNAM se orientan hacia los objetos del sistema político mexicano. Su objetivo era conocer:

...la cultura política de los estudiantes para saber el papel que podrían jugar en las elecciones de julio de 1997. Dicho papel no se refería a su elección partidaria, sino al cómo podrían desempeñarse dentro del proceso de transición y cambio político que vive el país [...] Se encontró que en su mayoría los alumnos entrevistados son portadores de una cultura política moderna: democrática y crítica<sup>151</sup>.

Así, otro antecedente histórico en el cual se vieron involucrados los estudiantes de la UNAM fue el de la transición democrática en el Distrito Federal, pues fue en 1997 cuando los habitantes del DF pudieron elegir libremente representantes ante la Asamblea Legislativa, delegados y Jefe de Gobierno.

En primer lugar, se debe tomar en cuenta el *compromiso con la democracia*. Así, los datos de Durand reflejan “que ya existe un compromiso de la mayoría de los estudiantes con los valores democráticos, pero aún hay un grupo muy significativo que no asume a la democracia como un valor”<sup>152</sup>. Para complementar estos datos, el autor los cruza con las siguientes variables:

El paso del bachillerato a la licenciatura es muy significativo en la adopción de los valores. En cambio, las llamadas variables socioeconómicas, como sexo, edad, ingreso familiar o escolaridad del padre no introducen variaciones significativas. Pareciera que una vez dentro de la UNAM los individuos tienden a adoptar los mismos valores independientemente de su origen socioeconómico. La UNAM parecer ser

---

<sup>151</sup> Víctor Manuel Durand Ponte, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, México, Miguel Ángel Porrúa, 1998, p. 11.

<sup>152</sup> *Ibíd.*, p. 25.

una poderosa agencia socializadora de los valores democráticos<sup>153</sup>.

Se debe aclarar que el estudio abarcó a toda la población de la UNAM, es decir que se incluyó también a los estudiantes de bachillerato. Estos se orientan de manera distinta hacia los objetos políticos respecto de los que ya cursan la universidad. De esta forma, la transición del bachillerato a la universidad se convierte en el principal aspecto que modifica unos valores que se infiere aumentan cuando se entra a la carrera. En cambio, otras variables socioeconómicas, que en los estudios precedentes marcaban de manera tajante la forma de participación de los mexicanos, son poco importantes para los estudiantes de la UNAM.

Un aspecto importante en la cultura política de los estudiantes, es la tolerancia. Durand se enfoca en la mujer y en los homosexuales, en cuanto al papel tradicional de la primera y la aceptación de los segundos como cualquier otra persona. Así, los estudiantes:

...muestran una población heterogénea, deferente, plural en sus opiniones, lo cual es un indicador de tolerancia, de convivencia pacífica entre grupos con posiciones muy disímiles. A diferencia de los indicadores anteriores, en este caso el estar a favor o en contra no significa ser o no tolerante, puede ser indicador de ser liberal o conservador, pero no de intolerancia. Para nuestro análisis lo importante es justamente la heterogeneidad en las respuestas lo cual consideramos un producto de la tolerancia y de la libertad de pensamiento<sup>154</sup>.

Durand, entonces, le imprime una nueva cualidad a la tolerancia. Desde su perspectiva, no importa el nivel de tolerancia de los estudiantes: lo importante es que existan distintas opiniones y que estas reflejen la heterogeneidad de la población de la UNAM. Sin embargo, hace mención de algo determinante respecto de la cultura política universitaria: la diferencia entre la liberalidad y el conservadurismo. Así, la heterogeneidad de opiniones es determinante en el conservadurismo de los estudiantes.

Ahora bien, con el paso del tiempo los mexicanos han mostrado una tendencia al autoritarismo: la comparación entre los datos ofrecidos por Buendía y Moreno respecto de los de la ENCUP dan cuenta de esto. Así, los estudiantes de la UNAM también dejan ver rasgos de esta tendencia: “En el caso del respeto a las autoridades el indicador apunta a otra dirección, a la sumisión a la autoridad de manera acrítica, a una falta de independencia individual. En este caso el resabio autoritario es claro”<sup>155</sup>.

No obstante lo anterior, cuando el autor habla del “estatismo”, es decir, el reflejo de “un valor tradicional, autoritario; considera que el Estado debe tener el derecho de limitar los derechos básicos de los individuos y grupos sociales”<sup>156</sup>, esta tendencia hacia el autoritarismo decrece, pues los resultados

---

<sup>153</sup> *Ibíd.*, p. 26.

<sup>154</sup> *Ibíd.*, p. 33.

<sup>155</sup> *Ibíd.*, p. 34.

<sup>156</sup> *Ídem.*

muestran que “los entrevistados rechazan mayoritariamente que el Estado tenga derecho a limitar el derecho de huelga, el derecho de asociación política, el derecho a la información y el derecho al sufragio libre. El curso de los contenidos de la educación apunta en otra dirección”<sup>157</sup>.

Los estudiantes de la UNAM, si bien reflejan una suerte de tendencia al autoritarismo al obedecer de manera acrítica a las autoridades, una actitud que como se ha visto no es sino el reflejo de lo que sucede en la sociedad mexicana en general, también muestran una aspiración hacia una libertad plena, algo que esperan se genere en una sociedad autodenominada democrática, donde las decisiones tomadas por los incumbentes inciden de manera directa en el actuar de los ciudadanos, pero no lo limitan.

Durand les preguntó a los estudiantes qué personajes de la historia de México admiraban. Su intención era relacionar actitudes y perspectivas de la política a partir de las características más importantes de esos personajes. De esta forma, “los estudiantes de la UNAM incluidos en la encuesta se inclinan más por los valores ligados a la igualdad que a los relacionados al desarrollismo. Esta información es coherente con la autoidentificación de los alumnos en la izquierda, posición identificada con la igualdad social contra el individualismo de la derecha”<sup>158</sup>.

A pesar de que en cuanto a la tolerancia, existe una multiplicidad de opiniones con respecto al lugar que la mujer debe tener en la sociedad y en relación al trato igualitario de las personas homosexuales, prevalece una aspiración hacia la igualdad. Si bien esta igualdad se relaciona más con el aspecto político, pues los personajes a partir de los cuales se hicieron las preguntas son en su mayoría políticos (por ejemplo, Benito Juárez y Ernesto Zedillo), se infiere que una actitud positiva hacia la igualdad puede permear hacia las demás esferas de la vida de las personas.

Lo anterior se relaciona con lo que Durand menciona acerca de que persiste entre los estudiantes de la UNAM una autoidentificación con los valores “igualitarios” de la izquierda, respecto de los valores “individualistas” de la derecha. La búsqueda de una equidad no sólo en el ámbito político es una característica de estos valores igualitarios, pues implicaría el acceso de todos los derechos a todas las personas, no sólo a unas cuantas o a aquellas que “lo merecen” —estas últimas características también de los valores de la derecha.

Otro aspecto importante dentro del análisis de Durand recae en el conocimiento respecto de los objetos políticos. Como ya lo habían mencionado Craig y Cornelius, lo importante del conocimiento no es lo que para Almond y Verba *eran la información y opiniones*, pues este conocimiento del nombre de los incumbentes puede no ser útil para la participación política. Durand apunta que:

---

<sup>157</sup> *Ibíd.*, p. 35.

<sup>158</sup> *Ibíd.*, p. 38.

...se puede argumentar que existen conocimientos inútiles para el individuo, quizá el saber los nombres de políticos sea un ejercicio poco útil a los ciudadanos. Muestra de ello es su conocimiento del significado de la sigla IFE, que todos conocen y que está relacionado con su vida cotidiana por la credencialización que además de posibilitar la participación en las elecciones, otorga la única identificación libre de sospecha en la sociedad mexicana<sup>159</sup>.

La participación de los estudiantes en el proceso político es significativa, pues según Durand “más de la mitad respondieron tener interés en la política”<sup>160</sup>. Esta participación, se relaciona con el nivel de información política que poseen los estudiantes, debido a que “destacan que la participación vía la información es amplia y relevante”<sup>161</sup>.

De esta forma, los estudiantes de la UNAM se presentan como individuos que participan dentro del proceso político, pero que lo hacen teniendo información sobre ese mismo proceso. En muchas ocasiones se participa sin saber si esa participación tendrá algún efecto, lo que no implica que carezca de intencionalidad. Pero, de acuerdo con Durand los universitarios tienen conciencia de las cuestiones políticas y es por esta conciencia —igualitaria— que participan.

Ahora bien, el antecedente de coyuntura electoral más reciente fue el de 1994, donde se eligió al Presidente de la República y donde resultó victorioso Ernesto Zedillo Ponce de León. De acuerdo con Durand, “a pesar de la fragilidad de los indicadores nos parece que es posible pensar que los estudiantes entrevistados tuvieron un nivel elevado de participación en las elecciones”<sup>162</sup>. Esto quiere decir que aparte de poseer el conocimiento y de participar en la toma de decisiones, los estudiantes de la UNAM tienen un elevado compromiso cívico.

El problema principal, y Durand lo marca de manera insistente, es que sí existe un compromiso cívico, pero es un compromiso cívico que, a pesar de la identificación hacia la izquierda que tienen los estudiantes, tiende al *conservadurismo*: “existe un rechazo de la mayoría de los estudiantes a las formas de participación no convencional o más radicales, lo cual denota una cierto (sic) carácter conservador”<sup>163</sup>.

De acuerdo con Craig y Cornelius, estas formas no convencionales de participación forman parte también del espectro de participación política, y fueron obviadas por Almond y Verba en *La cultura cívica*. La hipótesis al respecto es que estas formas de participación no fueron tomadas en cuenta porque no se relacionan de manera directa con la incidencia en la toma de decisiones, es decir, con el proceso político *central*, en una cultura que tiende al centralismo. Sin embargo, para Durand también son formas de participación legítimas. Así, ‘llama la atención el conservadurismo de los

---

<sup>159</sup> *Ibíd.*, p. 45.

<sup>160</sup> *Ibíd.*, p. 48.

<sup>161</sup> *Ibíd.*, p. 49.

<sup>162</sup> *Ibíd.*, p. 52.

<sup>163</sup> *Ibíd.*, p. 54.

estudiantes, pues incluso en el segundo tipo “participar en manifestaciones autorizadas”, que es una participación muy convencional, fue rechazada por casi una cuarta parte de los estudiantes<sup>164</sup>.

Por otro lado, el compromiso con la democracia que muestran los estudiantes no se relaciona de forma directamente proporcional al compromiso hacia el sistema político. De hecho, la visión que los estudiantes tienen de este es negativa:

La cultura política de los estudiantes parece acompañar el proceso de transición, estando más adelantada que la transición institucional o que la llamada reforma del Estado. Ahora bien, dentro de esta transición de su cultura hay ciertos elementos básicos o valores importantes, como son la democracia y las instituciones republicanas, que si bien aún no conforman un consenso democrático, ya hay una mayoría superior al 60 por ciento que las defiende<sup>165</sup>.

La cultura política de los estudiantes, como se ha dicho en varias ocasiones, se desprende de la cultura política generalizada, por lo que esta falta de compromiso hacia el sistema deviene de la falta de compromiso hacia las instituciones políticas que prevalece entre los mexicanos —aunque, según el autor, se debe a la transición política por la que atravesaba el país en esos momentos. Sin embargo, los valores democráticos que presentan los estudiantes, parecen ser un refuerzo de las aspiraciones democráticas mexicanas, relacionadas en este caso con el fortalecimiento de instituciones republicanas.

El aspecto de la corrupción, que se encuentra de manera fehaciente en Buendía y Moreno y de manera tangencial en Craig y Cornelius, vuelve a tener importancia en el caso de la cultura política de los estudiantes de la UNAM. Se relaciona de manera directa con este rechazo al sistema político que se mencionó antes, pues “no sólo se manifiesta como producto de sus políticas, sino también por su forma genérica de funcionar en favor de algunos y con expectativas negativas de que pueda hacer lo correcto. Es necesario recalcar que hay una minoría, de cerca del 10 por ciento, que piensa lo contrario y que apoya al gobierno”<sup>166</sup>.

El rechazo al Gobierno, por parte de los estudiantes de la UNAM depende, por tanto, de la corrupción que se genera en las altas esferas políticas. Como se ha visto en todos los estudios sobre cultura política mexicana, existe un rechazo hacia los políticos, mas no hacia las instituciones políticas. De esta forma, para los estudiantes de la UNAM, las instituciones están bien como están —por esta razón participan en ellas— y lo que está mal son las personas que representan a esas instituciones, debido a los actos de corrupción en que se ven envueltas.

A pesar de que los estudiantes dan signos de una participación en el proceso político que además es informada, no consideran que sus acciones tengan efecto alguno en las decisiones que se toman: “la conciencia de la eficiencia de la mayoría de los alumnos entrevistados frente al sistema es

---

<sup>164</sup> *Ibíd.*, p. 55.

<sup>165</sup> *Ibíd.*, p. 66.

<sup>166</sup> *Ibíd.*, p. 68.

baja, una proporción muy alta no ve posibilidades de influir en lo que el gobierno hace, o incluso de ser tomados en cuenta”<sup>167</sup>. Existe, por tanto, una ambigüedad respecto de su participación y lo que esperan del Gobierno:

...siempre se ha manejado a la ambigüedad, o cinismo político, como un rasgo característico del ciudadano mexicano, el cual se produce cuando se critica el desempeño del sistema y, al mismo tiempo, el ciudadano se siente eficaz políticamente hablando, a esta ambigüedad también se le denominó “factor esperanza”. En el caso de los estudiantes existe, al menos en una alta proporción, una visión entre la coherencia entre la visión del sistema y la de él mismo como ciudadano, no hay cinismo ni esperanza<sup>168</sup>.

Este “factor esperanza” que menciona Durand, tiene relación con la esperanza de los ciudadanos entrevistados en la ENCUP respecto de los partidos políticos como motores del cambio. Es probable que no sólo entre los estudiantes de la UNAM, sino entre la mayoría de los mexicanos, exista esta aspiración —lo que confirma que la aspiración es un elemento indisociable de la cultura política mexicana— respecto de un futuro mejor a partir de las instituciones políticas.

La desconfianza interpersonal, como otro de los elementos característicos de la cultura política mexicana, también cobra importancia entre los universitarios. Como se dijo antes, la desconfianza está tan extendida que es poco probable que se generen lo que Almond y Verba llaman comunicaciones políticas, a menos que las personas se encuentren en el ambiente familiar. Los estudiantes de la UNAM reaccionan de la misma manera, pues “la familia es un ancla que merece toda la confianza, parecer ser que en esa institución se cimienta (sic) la estructura social, fuera de ella los niveles de confianza decaen drásticamente, el resto de los espacios institucionales son menos confiables”<sup>169</sup>.

Pero, contrariamente a lo que se obtuvo en la ENCUP, “en el caso de las instituciones relacionadas con el sistema político y con los actores económicos, empresarios y sindicatos, vemos niveles altos de desconfianza, de franca lejanía”<sup>170</sup>, es decir que se desmiente, por lo menos en este grupo, la confianza hacia los empresarios. Sin embargo, en lo que cabe a los medios de comunicación, aunque no con la misma intensidad con la que se maneja en el informe de la encuesta, esta confianza se mantiene: “En medio se encuentran instituciones como la televisión, la iglesia y las asociaciones de barrio que presentan tanto índices medios de confianza, como de desconfianza, los espacios igual atraen a parte de los entrevistados que rechazan a todos”<sup>171</sup>.

## **2.6. La cultura política en Ciencias de la Comunicación: Olgún y Samaniego**

Cada año, en la Cátedra de Teoría del Comportamiento Político del Mtro. Ricardo Magaña Figueroa se

---

<sup>167</sup> *Ibíd.*, p. 74.

<sup>168</sup> *Ídem.*

<sup>169</sup> *Ibíd.*, p. 78.

<sup>170</sup> *Ídem.*

<sup>171</sup> *Ídem.*

realiza un estudio de cultura política que tiene como población objetivo a los estudiantes de todas las carreras de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Por tanto, se genera una monografía anual respecto de la forma en que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación se comportan respecto de los objetos políticos. Estos objetos políticos, no obstante, fluctúan entre el sistema que representa la Facultad y el que representa la UNAM.

Son más de 10 años de diferencia los que separan a los estudiantes entrevistados por Durand, respecto de los que son entrevistados por Olguín y Samaniego —este trabajo fue realizado en 2009. Además, a estos dos grupos de estudiantes los separa un gran suceso histórico en la historia de la Universidad: la huelga de 1999. Sin embargo, no existe, como se dijo antes, otro antecedente más cercano respecto de la cultura política de los universitarios.

De esta forma, se exponen algunos hallazgos de su investigación, además de la conclusión a la que llegan respecto de la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Para ello, debe exponerse el objetivo de su trabajo que difiere un poco respecto de los objetivos que se plantearon otros estudiosos de la cultura política mexicana:

Los tipos de ciudadanos políticos a encontrar son: participantes, súbditos, parroquiales o la combinación entre alguno de los anteriores, y ello es a través de la contextualización de las siguientes categorías a saber en la carrera de Ciencias de la Comunicación: orientación política, pautas entrecruzadas, pautas acumulativas, partidismo político, tipos de ciudadano/estudiante, tipos de competencia política, cultura cívica y asociación, fuentes de actitud política, cultura política y cultura cívica<sup>172</sup>.

Contrariamente a lo que hacen Almond y Verba en *La cultura cívica*, es decir, darle a una sociedad en su conjunto un valor de acuerdo a cada uno de los tipos de cultura política, lo que Olguín y Samaniego llevan a cabo es un estudio en el que intentan encontrar cuáles de los integrantes de esa sociedad —que en este caso son los estudiantes de Ciencias de la Comunicación— se comportan como parroquiales, cuáles como súbditos y cuáles como participantes.

En lo que cabe al conocimiento, concluyen que:

Esto nos lleva a considerar dos opciones, o bien la información referente a la facultad no es suficiente y efectiva para comunicarse a toda la comunidad, o bien los sujetos tienen poco interés en informarse al respecto. En realidad, la opción más viable es la mezcla de ambas, pues al llegar a la pregunta respecto a la claridad con la que la política y servicios de la facultad se llevan a cabo, la mayoría contestó que ésta ‘no les parece clara’ o en el mejor de los casos, les resulta desconocida a la mayoría; siendo congruente con la respuesta más frecuente de los encuestados respecto al seguimiento que le dan a los órganos de consejería y de la institución, que en general es poca<sup>173</sup>.

---

<sup>172</sup> Fabiola Olguín y Andrea Samaniego, *Cultura política y cívica: estudiantes de Ciencias de la Comunicación*, (mimeografiado).

<sup>173</sup> Dado que es un trabajo escolar, no se incluyen referencias. Lo único que se hace para darle crédito a su trabajo es entrecomillar o separar del texto aquello que se toma del mismo.

Ya se mencionó que el trabajo de Olguín y Samaniego, a diferencia de todas las demás investigaciones mencionadas aquí, versa en torno de los objetos políticos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Cuando se hace referencia al conocimiento, afectividad o valoración, se está hablando específicamente de los incumbentes del Gobierno nacional y local de la Facultad. Así, en el caso del conocimiento, las autoras no inclinan la balanza en favor o en contra de los estudiantes. Indican que sí existe este desinterés de su parte, pero también la Facultad no provee de la información suficiente respecto de la toma de decisiones.

Ahora bien, pese a que se sienten cómodos en su ambiente: “la desinformación y la falta de interés son prominentes dentro de la comunidad. Estas características, no son sólo de los estudiantes, sino de su entorno político, principalmente porque al ser el voto el menos legitimado como un mecanismo efectivo para incidir en la toma de decisiones”. Es decir, prevalece una falta de interés reflejada en que no esperan que el voto redondee en una mejora de sus condiciones académicas.

Almond y Verba apuntan que la pauta de cultura política mexicana tiene como uno de sus principales elementos la enajenación política. De esta forma, el hecho de votar, como la forma más concreta de participación política dentro de una democracia, no tiene sentido para los ciudadanos, pues estos no creen que modifique el estado de cosas presente. Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, que cada dos años se ven inmersos en un proceso electoral, piensan lo mismo respecto del sistema que representa la Facultad.

Ahora bien, Olguín y Samaniego encuentran que existe una “pequeña” subcultura participante dentro de la Facultad, aunque “dista mucho de ser sustancial e informada”. A pesar de que no existe interés por la política de la Facultad, un grupo de personas posee las características de participante, es decir, que es leal, se interesa en el proceso político y administrativo y es competente. Sin embargo, como dicen, se trata sólo de una pequeña parte de la población estudiantil.

Otro aspecto que toman en cuenta las autoras es la cooperación cívica, aspecto fundamental dentro del trabajo de Almond y Verba:

Por medio de estas preguntas nos damos cuenta que, en general, los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación tienen un sentimiento de cooperación restringido, llegando a casos de intolerancia inclusive, como se nota con la afirmación de “aceptar que a los demás les repugne lo que a mi me apasiona”, los estudiantes no se muestran empáticos con los otros y lo que pudieran sentir y pensar. Con esto nos damos cuenta que su cooperación existe siempre y cuando sea algo que a ellos les afecte, de lo contrario muy rara vez se preocuparán por tomar parte.

Como apuntan, la tolerancia y la cooperación cívica van de la mano. Esto es algo que ninguno de los autores antes mencionados había tomado en cuenta. Donde existe el respeto a las formas de pensar de los demás, existen mayores posibilidades de unión respecto de regulaciones injustas o



beneficiosas. El problema es que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación no se muestran tolerantes ni mucho menos cooperativos, pues prevalece entre ellos la falta de empatía con los demás.

Un aspecto que caracteriza a un súbdito respecto de un parroquial y un participante es el conocimiento que tiene de las leyes y la forma en que espera que éstas sean cumplidas. De acuerdo a Olgún y Samaniego, los estudiantes de Ciencias de la Comunicación no muestran rasgos de súbdito, pues “conforme preguntamos sobre la claridad de las leyes y la manera de hacer política, nuevamente vemos que conocen del tema, pues saben que existen estas normas y en muchos de los casos las cumplen, pero no por ello dejan de parecerles confusas, hasta ajenas y sin embargo no hacen nada (no se muestran activos frente al problema) dejando que continúe como tal”. Es decir que su cultura política no parece ser de súbdito.

Encuentran una contradicción en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, pues “vemos con este conjunto de preguntas que existen dudas sobre los canales de participación y también con la manera de hacer política dentro de la Facultad. Hay una contradicción entre lo que dicen que es lo efectivo y lo que en verdad hacen, el voto (considerado entre los menos efectivo) es el medio más utilizado para hacer política”. Esta aparente contradicción en lo que dicen los estudiantes, tiene una interpretación más profunda. Según las autoras, el voto no representa una forma de incidir en la toma de decisiones, pero lo consideran el medio más efectivo para hacer política. Se supone que si no creen que se pueda hacer algo al respecto al votar por uno u otro de los candidatos a Consejeros Estudiantiles, no pueden esperar que sea el medio más efectivo para solucionar sus problemas.

Dicen que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación no son súbditos, pues una de las características de quienes poseen este tipo de cultura política es que presentan un elevado conocimiento sobre las leyes, además de que esperan su cumplimiento todo el tiempo. Pero, no dan cuenta de otro aspecto característico de los súbditos: se orientan positivamente hacia el voto. De tal forma que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación tienen más cualidades de súbdito de las que Olgún y Samaniego les otorgan.

Por otro lado, debe recordarse que un elemento característico de la cultura política de los mexicanos es que tienden a culpar a las personas por sobre las instituciones. Es posible que los estudiantes de Ciencias de la Comunicación consideren que los Consejeros Estudiantiles no vayan a darle cause a sus peticiones, pero en específico los Consejeros Estudiantiles que obtuvieron el triunfo en las elecciones de 2009. Es decir que los estudiantes pudieran tener una elevada afectividad hacia la figura de los Consejeros independientemente de sus incumbentes.

Más adelante, resaltan las características que Olgún y Samaniego les dan a los estudiantes que presentan más características de parroquiales:

Este tipo de preguntas hacen ver que la gente joven y aquellos que bien pueden estar desalentados con la Facultad, los ya grandes, comprenden a la política y sus actores como personas que tienen el poder, muy al estilo mágico-religioso. Este pensamiento nos indica que le pueden otorgar al director o a los consejeros poderes cuasi sobrehumanos, como de gran conspirador y que puede afectar a placer la vida de los estudiantes. No logran distinguir los subsistemas que conforman a la Facultad y las actividades inherentes a cada uno.

Para las autoras, los estudiantes que son parroquiales le otorgan a los incumbentes de la Facultad poderes sobrehumanos, mágicos, con los cuales pueden incidir en la toma de decisiones a su antojo. Sin embargo, para Almond y Verba la cultura política parroquial no deposita estas características mágico-religiosas en las autoridades centrales, sino que las autoridades que son ya de por sí mágico-religiosas (los hechiceros o sacerdotes) tienden a tomar las decisiones políticas.

Al final de su trabajo, Olguín y Samaniego llegan a la siguiente conclusión:

En general, podemos hablar de que los estudiantes en cuanto a orientaciones, se sienten muy desapegados de su sistema político así como de su entorno. La mayoría no sigue una orientación parroquial, ya que las relaciones familiares, a pesar de declarar apego, no se confirman en el resto de las preguntas, la mayoría son personas desconfiadas e individualistas que no buscan, necesariamente, la aprobación del grupo. Tampoco son una categoría de súbdito competente a pesar de que esa es la autopercepción, ya que no existe un conocimiento efectivo de las cuestiones administrativas así como de sus derechos y obligaciones como estudiantes de la facultad.

De esta forma, aunque no lo indiquen de manera clara, la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación es parroquial.

## 2.7. La pauta de cultura política esperada en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación

Autor (es)	Características de la cultura política mexicana
Almond/ Verba	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Enajenación</li> <li>2. Aspiración</li> <li>3. Crisis de identidad</li> <li>4. Sobrevaloración de la actuación política</li> </ol>
Craig/ Cornelius	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Centralismo</li> <li>2. Participación masculinizada y relacionada con un estatus elevado</li> <li>3. Sumisión, autoritarismo y tradicionalismo en zonas rurales</li> <li>4. Desconfianza hacia el sistema</li> <li>5. Intolerancia hacia las posturas políticas ajenas</li> <li>6. Afectividad hacia una figura presidencialista</li> <li>7. Necesidad de mediadores</li> <li>8. Dependencia del Gobierno</li> <li>9. Participación interesada</li> <li>10. Individualismo</li> <li>11. Respeto por las instituciones</li> </ol>

Autor (es)	Características de la cultura política mexicana
Buendía/ Moreno	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apoyo al sistema</li> <li>2. Elevado nacionalismo</li> <li>3. Nacionalismo basado en la proyección en el discurso globalizador</li> <li>4. Tolerancia política regional</li> <li>5. Disposición al autoritarismo</li> <li>6. Predisposición a la corrupción</li> <li>7. Se culpa a las personas, no a las instituciones</li> <li>8. La cultura cívica se presenta en personas de mayor estatus</li> <li>9. Participación masculinizada</li> <li>10. Insatisfacción hacia el gobierno local</li> </ol>
ENCUP	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elevada confianza en el ejército</li> <li>2. Desconfianza interpersonal</li> <li>3. Interés en la política</li> <li>4. Orgullo nacional</li> <li>5. Intolerancia social</li> <li>6. Participación mediante peticiones y manifestaciones</li> <li>7. Satisfacción con las propias acciones</li> <li>8. Insatisfacción respecto de las acciones del gobierno</li> <li>9. Consideran que viven en una democracia</li> <li>10. Predisposición hacia el autoritarismo</li> <li>11. Desconfianza interpersonal</li> <li>12. Confianza partidista</li> <li>13. Desconfianza hacia las elecciones</li> </ol>
Durand	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Compromiso con la democracia</li> <li>2. Pluralidad de opiniones</li> <li>3. Tendencia al autoritarismo</li> <li>4. Tendencia al igualitarismo</li> <li>5. Conservadurismo</li> <li>6. Visión negativa respecto del sistema político</li> <li>7. Se culpa a las personas, no a las instituciones</li> <li>8. Aspiración de un futuro mejor vía las instituciones políticas</li> </ol>
Olguín/ Samaniego	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poco interés en la política</li> <li>2. Elevados sentimientos hacia el sistema</li> <li>3. Baja confianza hacia los incumbentes</li> <li>4. Intolerancia</li> <li>5. Incapacidad de cooperación cívica</li> <li>6. Bajo conocimiento de las leyes</li> <li>7. Confianza en el voto</li> <li>8. Visión de las autoridades como mágico-religiosas</li> </ol>

Elaboración propia con datos de Gabriel Almond y Sidney Verba, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius, "Cultura política en México: continuidades e interpretaciones revisionistas" en *The civic culture revisited*, Jorge Buendía y Alejandro Moreno, *La cultura política de la democracia en México. México en tiempos de competencia electoral*, Informe ENCUP 2008, Víctor Manuel Durand Ponte, *La cultura política de los alumnos de la UNAM* y Fabiola Olguín y Andrea Samaniego, *Cultura política y cívica: estudiantes de Ciencias de la Comunicación*, (mimeografiado).

## CAPÍTULO 3

### ESTUDIO DE CASO

#### 3.1. Metodología

Se aplicó un total de 356 cuestionarios. Para obtener esta muestra se recurrió a la fórmula de las poblaciones finitas, con un nivel de confianza de 95.5% +/-5 errores muestrales, a partir de una población de 3029 estudiantes del semestre 2010-1 (este dato fue proporcionado por la Secretaría de Servicios Escolares de la FCPyS). Posteriormente, se aplicó la fórmula de la distribución muestral, de la que se obtuvieron los siguientes datos:

Semestre	Cuestionarios/ Total	Cuestionarios/ Grupo	Materia	Cuestionarios aplicados
1°	77	6	Matutino: Taller de Expresión Oral y Escrita  Vespertino: Estado, Sistema y Poder Político	77
3°	75	6	Matutino: Semiótica  Vespertino: Metodología de la Investigación en Comunicación	75
5°	71	5	Matutino: Teorías de la Comunicación III  Vespertino: Teorías de la Comunicación III	72
7°	69	4	Diferentes grupos de acuerdo a la opción terminal	69
9°	63	2	Seminario de Titulación II	60

En general, no se presentaron muchos problemas en la aplicación de los cuestionarios, aunque sí existen algunos detalles dignos de mencionar. En el caso de quinto semestre del turno vespertino, algunos profesores impidieron que el investigador aplicara los cuestionarios; dado que el tiempo para la aplicación se había extendido demasiado, se realizó un muestreo por cuotas<sup>174</sup> tomando en cuenta que

<sup>174</sup> “Cuando por diferentes motivos no se puede armar una muestra representativa, existe, sin embargo, la posibilidad de achicar los márgenes de error manteniendo ciertas proporciones que se sabe que existen en el universo del cual se quiere,

los estudiantes no se conocieran entre sí y que pertenecieran a grupos de amigos diferentes. En lo que respecta a séptimo semestre, en el caso de Producción Audiovisual del turno vespertino sólo un estudiante quiso participar en la encuesta. En Seminario de Titulación II de noveno semestre, muchos de los alumnos sólo asisten a citas para revisión, por lo que en algunos casos, sobre todo en Periodismo y Comunicación Política, también se hizo uso del muestreo por cuotas.

Ahora bien, se utilizó la encuesta como técnica de recopilación, el análisis de contenido como técnica de análisis y la hermenéutica profunda como técnica de interpretación. Así, se recurrió a Federico Ray Lennon y a Alejandro P. Piscitelli Murphy, en lo que cabe a la encuesta; a Laurence Bardin y Klaus Krippendorff, al análisis de contenido, y a John B. Thompson, a la hermenéutica profunda.

### 3.2. Recopilación

Ahora bien, se sabe que la encuesta como técnica de investigación a pesar de ser una técnica de largo alcance presenta limitaciones. Algunas de estas fueron enfrentadas por el investigador a la hora de aplicar los cuestionarios. Sin embargo, para intentar que no afectaran de manera grave la validez de los datos, se llevó a cabo lo siguiente:

1. Se sabía que el investigador no puede hacer las entrevistas, debido a que ‘corre el riesgo del temido “oído selectivo” [...] Es preferible que cientos de entrevistadores anoten las respuestas con ideas preconcebidas en diversas direcciones a que sólo lo haga una persona, sea investigador o encuestador. Éste es uno de los pocos principios del método demoscópico inmediatamente evidente’<sup>175</sup>. Sin embargo, dado que en este caso el investigador no cuenta con recursos para pagar encuestadores, fue él quien tuvo que aplicar los cuestionarios. La solución para esto fue que casi todas las preguntas del cuestionario eran cerradas (ver cuestionario anexo), además de que se llevó a cabo un pilotaje de las mismas para cerrar todavía más aquellas preguntas que tenían un “otro” u “otra” como respuesta.
2. Se recomienda que el científico no sea el encuestador, pues “no puede utilizar sus cualidades de científico en este tipo de entrevistas”<sup>176</sup>, pero, dada la cantidad de cuestionarios que debían realizarse (355), lo mejor era que el investigador mismo —añadiendo a esto la falta de recursos— aplicara los cuestionarios.

---

precisamente, obtener dicha muestra” en Federico Ray Lennon y Alejandro P. Piscitelli Murphy, *Pequeño manual de encuestas de opinión pública*, Argentina, La Crujía, 2003, p. 33.

<sup>175</sup> Federico Ray Lennon y Alejandro P. Piscitelli Murphy, *Pequeño manual de encuestas de opinión pública*, Argentina, La Crujía, 2003, p. 25.

<sup>176</sup> *Ídem*.

3. Es preferible que las encuestas no sean autoadministradas, es decir, cuando “el encuestador o los encuestadores reparten los formularios escritos entre un grupo de personas para que ellas mismas los contesten. En algunas circunstancias, según sea el caso, el o los encuestadores se quedan aguardando en el propio lugar como fuente de consultas ante las dudas de los encuestados; y en otras, se retiran y pactan con el encuestado día y hora para retirar la encuesta”<sup>177</sup>. Algunas de las desventajas de este tipo de encuestas son las siguientes: “Nunca queda la certeza de quién contestó la encuesta, si fue la persona a quien se la dirigió, si fue otra persona o si fueron varias [...] no podemos saber el nivel de influencia de los que rodean al encuestado [...] no se pueden incluir preguntas filtro, tampoco se pueden incluir las de control, pues el encuestado tiene la posibilidad de leer todo el formulario antes de comenzar a responder [...] No se puede brindar ningún tipo de ayuda o explicación complementaria frente a las preguntas. Obviamente tampoco se puede mostrar ningún refuerzo gráfico”<sup>178</sup>, además del retraso en el trabajo. Sin embargo no existían los recursos necesarios para llevar a cabo una encuesta “cara a cara”, de tal forma que se seleccionaron a los estudiantes a partir de los puntos cardinales, intentando con esto que no se conocieran entre sí; además, el entrevistador permaneció todo el tiempo en el salón, poniendo especial atención en que la persona seleccionada fuera aquella que contestara el cuestionario; si bien no se pudo evitar que las personas de alrededor del encuestado influyeran en sus respuestas, esto sólo se dio en algunos casos y se consideró que, por lo menos en el caso de las preguntas que hacían referencia al nivel cognitivo, reflejaban el conocimiento de un grupo de personas respecto de los objetos políticos. El gran problema fue el retraso que se generó, pues, a pesar de que existió un cronograma de aplicación, algunos profesores invitaron al investigador a esperar hasta la siguiente clase, por lo que se retrasaba la aplicación en otro semestre y así consecutivamente.

La adecuación del estudio de Almond y Verba a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM parecería ser una tarea imposible, dado que el sistema político que representa la mencionada institución no se compara con el sistema que representa el país. Esto sobre todo a que la Facultad es un sistema que pertenece a otro sistema, como lo es la UNAM, y que esta última es una institución integrante del sistema político mexicano. Sin embargo, existen aspectos a partir de los cuales se puede inferir que es un sistema político democrático, con muchas más similitudes respecto del sistema político en general.

En primer lugar, se debe tomar en cuenta que la Facultad es un sistema político democrático, debido a que se llevan a cabo elecciones de Consejeros Estudiantiles cada dos años. Es un proceso en el

---

<sup>177</sup> *Ibíd.*, p. 57.

<sup>178</sup> *Ibíd.*, p. 52.

que se dejan ver varias de las actividades que se realizan en las elecciones a nivel nacional. El sólo hecho de que existan campañas electorales y que estas emulen las que se observan en el ámbito nacional —y que inclusive se hable de fraude o de acarreo de votos—, ofrece una idea del parecido que tiene este sistema con el nacional, por lo menos a nivel electoral.

Por otro lado, la Facultad es una instancia pública. Esto le da otro cariz a la participación política, debido a que es un organismo que depende enteramente del Estado, es decir, su presupuesto proviene del dinero de los contribuyentes. Además, no tiene como fin trabajar en favor del Gobierno, sea este local o federal, sino que es una institución de educación superior en cuyo seno se forman analistas y científicos de lo social. Si fuera una institución privada, se asumiría la premisa “pago porque las cosas estén bien”.

Ahora bien, lo importante respecto de la postura almondverbiana, es la participación de los ciudadanos en el proceso político y administrativo. El primero tiene que ver con la toma de decisiones y la transformación de esas decisiones en principios de autoridad; el segundo, con la aplicación de esos principios. Con respecto a la forma en que se toman las decisiones en la Facultad se cuenta con dos autoridades: el Director y el Consejo Técnico<sup>179</sup>. El primero siempre tiene la última palabra respecto de las decisiones que se toman en el segundo, debido a que, además de que es elegido por las autoridades de la UNAM, cuenta con la siguiente facultad otorgada por el Estatuto General de la Universidad en su art. 42: “Cuando el director de una facultad o escuela no esté de acuerdo con algún dictamen del consejo técnico, pondrá el caso en conocimiento del Rector, quien lo turnará al Consejo Universitario o a la Junta de Gobierno según la naturaleza del asunto”.

Lo anterior implicaría un grave problema, pues los miembros del Consejo Técnico que son elegidos por los estudiantes representan apenas una fuerza en contra de las decisiones del Director. Sin embargo, el Director no puede simplemente pasar por encima del Consejo Técnico, por lo que existe cierto grado de incidencia en las decisiones. Los integrantes del Consejo Técnico pueden negociar con él, en vistas de darle cauce a las iniciativas de los estudiantes —en el caso de que representen legítimamente sus intereses.

Otra cuestión a considerar dentro de la adecuación es lo correspondiente a los gobiernos nacional y local. Pudo haberse tomado como gobierno nacional a las autoridades centrales de la UNAM y al local como las autoridades de la Facultad. Sin embargo, la estrategia tendrá como público meta a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, a partir de la incidencia que tienen en la toma de decisiones respecto de su labor como estudiantes. Los gobiernos nacional y local que se consideraron

---

<sup>179</sup> Según el Art. 12, Fracciones V y VI, del *Estatuto General de la Universidad*.

fueron las autoridades, a quienes no eligen de manera directa, y los representantes, que sí son elegidos por ellos.

Así, en el gobierno nacional se encuentran:

1. El Director de la Facultad,
2. El Coordinador del Centro del Estudios en Ciencias de la Comunicación,
3. El Secretario Académico del Centro del Estudios en Ciencias de la Comunicación y
4. El Secretario Técnico del Centro del Estudios en Ciencias de la Comunicación,

y en el gobierno local:

1. Los Consejeros Universitarios,
2. Los Consejeros Académicos y
3. Los Consejeros Técnicos.

Debe tomarse en cuenta que, aparte de revisar el texto de *La cultura cívica* de Almond y Verba, también se consultó el de *The Civic culture revisited*, en el que recuperan las críticas que algunos estudiosos del tema le hacen a su trabajo. En el capítulo “Cultura política en México: continuidades e interpretaciones revisionistas”, Ann L. Craig y Wayne A. Cornelius indican que el estudio almondverbiano se concentró casi exclusivamente en poblaciones urbanas y en las instituciones políticas centrales. Es así como de último momento, y para no obviarlas, se incluyeron otras instancias a las cuales podían acercarse los estudiantes con la finalidad de incidir en la toma de decisiones.

Estas instancias fueron las siguientes:

1. Los grupos de poder,
2. Los colectivos,
3. El sindicato,
4. Los profesores y
5. Los adjuntos.

Se tenía que ubicar alguna instancia que respondiera a las características que los autores otorgaban para los incumbentes dentro del fenómeno administrativo. Se consideró que los estudiantes conciben a los trabajadores de cualquier instancia como un solo grupo, es decir que para ellos no existe diferencia entre los trabajadores sindicalizados y los no sindicalizados. Por tanto, la diferencia que se planteó en este proceso fue respecto de los trabajadores en general, del sindicato —como una fuerza política que además de incidir en la toma de decisiones, afecta de manera directa el trabajo diario de los estudiantes— y de Vigilancia UNAM.

Ahora bien, la educación para Almond y Verba es el elemento clave para la cultura política de las personas. En *La cultura cívica revisited*, Gabriel Almond insiste en su importancia a lo largo de su



ensayo recopilatorio sobre lo que se ha estudiado acerca del comportamiento político de las personas. Por tanto, se consideró que debía existir una forma de identificar el nivel educativo de los estudiantes, para que existieran unos *más* educados respecto de otros *menos* educados. Así, el factor diferenciador fue el semestre en el que se encontraban los estudiantes.

Sin embargo, como se podrá corroborar en el análisis, existe otra diferencia fundamental entre los estudiantes, que se relaciona de manera directa con sus intereses personales y laborales: la opción terminal. No se comportan políticamente de la misma manera aquellos que pertenecen a Comunicación Política respecto de los que pertenecen a Producción Audiovisual, pues la relación con el fenómeno político es diferente. Así, esta diferencia se planteó también como definitoria dentro del nivel educativo.

### 3.3. Análisis

Para el análisis de la información se hizo uso del análisis de contenido. Se recordará que, de acuerdo a Laurence Bardin, el análisis de contenido tiene dos funciones: *heurística* y de *administración de la prueba*. La primera se relaciona con la exploración; la segunda, con la comprobación de hipótesis, pues el análisis de contenido sirve “para probar”<sup>180</sup>. En el caso de la presente investigación, el análisis de contenido que se lleva a cabo es para probar, debido a que cada una de las preguntas responde a una “hipótesis estadística” que se desprendió del manual de variables que se realizó antes de la aplicación del cuestionario.

Por otro lado, el análisis de contenido, como indica Klaus Krippendorff, debe tomar en cuenta los siguientes elementos<sup>181</sup>: los datos, el contexto, el conocimiento del analista, el objetivo, la inferencia y la validez. En el caso de la presente investigación, los datos son aquellos que provienen de las tablas obtenidas de SPSS que se presentan en los Anexos; el contexto está determinado por el contexto mismo de los estudiantes —que se analizará en la interpretación— respecto del semestre y la opción que cursan; el conocimiento del analista se sujeta al marco teórico de la investigación; el objetivo está dado por el objetivo planteado en cada una de las hipótesis estadísticas del manual de variables, y la inferencia y validez serán proporcionadas con la interpretación, mediante la hermenéutica profunda.

Enseguida se muestra un cuadro en el que se aclara cuáles preguntas se utilizaron para cada uno de los elementos de la cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación:

---

<sup>180</sup> Laurence Bardin, “Definición y relación con otras ciencias”, en *El análisis de contenido*, Madrid, Akal, 1996, p. 22.

<sup>181</sup> Klaus Krippendorff, “Fundamentos conceptuales”, en *Metodología del análisis de contenido*, México, Paidós, 1990, p. 36.

Variable		Pregunta	
Pautas de conocimiento político	Impacto del Gobierno	Influencia	17. ¿Qué tanto te acercarías a las siguientes instancias para hacer algo al respecto?
		Influencia favorable	10. Calificación del trabajo
	Conciencia de las cuestiones políticas	Sentido de obligación	23. ¿Qué tan importante es para ti votar en las elecciones de Consejeros Estudiantiles?
	Atención a las cuestiones políticas	Exposición a las comunicaciones políticas	3. ¿Regularmente te informas de lo que sucede en la Facultad?
		Consejeros Universitarios	28. Si recuerdas alguna de sus propuestas, ¿podrías escribirla en el siguiente renglón?
		Consejeros Académicos	31. Si recuerdas alguna de sus propuestas, ¿podrías escribirla en el siguiente renglón?
		Consejeros Técnicos	34. Si recuerdas alguna de sus propuestas, ¿podrías escribirla en el siguiente renglón?
	Los que tienen información y opiniones	Gobierno nacional y local	10. Escribe el nombre...
		Leyes	11. De acuerdo con la Ley Orgánica, ¿Cuáles son las dos autoridades que toman decisiones dentro de la Facultad?
		Grupos de poder	12. ¿Podrías escribir el nombre de alguna de las personas que incide en la toma de decisiones de la Facultad sin ser representantes ni autoridades?
		Colectivos	13. ¿Podrías escribir el nombre de uno de los colectivos de la Facultad?
	Sentimientos hacia el gobierno y la política	Afecto hacia el sistema	5. Si en las noticias dijeran que en la Facultad hay un bajo nivel académico, ¿qué harías?
		Afecto hacia el fenómeno administrativo	Trabajadores
Vigilancia UNAM			8. ¿Cómo ha sido el trato que has recibido por parte de Vigilancia UNAM?
Sindicato			9. ¿Apoyas al sindicato de la UNAM en sus exigencias?

Variable		Pregunta
	Pautas de comunicación política	Estando en la Facultad, ¿qué tan peligroso resulta para ti hablar sobre la grilla que existe dentro de ella?
	Partidismo político	20. ¿Qué tan de acuerdo estarías con que un Consejero Estudiantil perteneciera a los siguientes partidos políticos?
Competencia ciudadana y competencia de súbdito		14. Si participas políticamente en la Facultad, ¿de qué forma lo haces?
Competencia, participación y lealtad política		21. ¿Qué tan de acuerdo estarías con que en la Facultad se decidiera instaurar cuotas para el beneficio de los estudiantes?
Relaciones sociales y cooperación cívica	Actividades sociales o de cooperación	1. ¿Qué actividades realizas en tu tiempo libre?
Sentimientos de seguridad y confianza	Confianza interpersonal	6. Si te pasara un accidente en la Facultad, y ninguno de tus amigos estuviera cerca, ¿alguien más te ayudaría?

Entonces, el análisis se presenta en las siguientes tablas, tanto en lo que respecta al semestre como a la opción terminal. Lo importante del análisis contenido es dejar claro cómo se utilizaron los indicadores o unidades de medición. Si bien “en el análisis cuantitativo lo que sirve de información es la *frecuencia* de aparición [...] (mientras que) en el análisis cualitativo es la *presencia* o *ausencia* de una característica de contenido dada, o de un conjunto de características”<sup>182</sup>.

En la presente investigación lo que se llevó a cabo fue la identificación de la frecuencia de repetición numérica respecto de cada uno de los aspectos de la cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, otorgándole a cada una de sus respuestas un valor que va del 0 al 2, si la variable se presenta de manera nula, difusa o extendida, y -2 y -1, si se presenta una alta ausencia o baja ausencia, como se muestra en la siguiente tabla:

<sup>182</sup> Laurence Bardin, op.cit., p. 15.

			Alta ausencia	Baja ausencia	Nula	Difusa	Extendida	
			-2	-1	0	1	2	
Tipos de pregunta	Escala de Likert	Influencia (por frecuencia)			Nada - Poco	Poco - Algo	Algo - Mucho	
	Intervalo	Influencia favorable (por frecuencia)			1 - 4	5 - 7	8 - 10	
	Escala de Likert	Positiva				Nada - Poco	Poco - Algo	Algo - Mucho
		Negativa	Algo - Mucho	Poco - Algo		Nada - Poco		
		Resultado de una ley injusta				Algo - Mucho	Poco - Algo	Nada - Poco
		Miedo para hablar de la grilla				Algo - Mucho	Poco - Algo	Nada - Poco
	Sí	Positiva			1% - 30%	31% - 70%	71% - 100%	
	No	Negativa	71% - 100%	31% - 70%	1% - 30%			
	Sí	Conocimiento			1% - 30%	31% - 70%	71% - 100%	
	No	Desconocimiento	71% - 100%	31% - 70%	1% - 30%			
	Intervalo	Pauta de partidismo (por frecuencia)			1 - 4	5 - 7	8 - 10	
	En negritas	Cuando el total de frecuencias o porcentajes es igual en dos opciones se eligen la moda o la kurtosis						

Como se podrá observar en las tablas, hay un subtotal que responde a la sumatoria de las frecuencias obtenidas en el análisis. Al ser esta una investigación cuantitativa, lo que se toma en cuenta es el número como evidencia, que en este caso da cuenta de la presencia extendida, difusa o nula, además de la baja o alta ausencia, de cada uno de los elementos de la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Al final de la tabla se encontrará la sumatoria total por semestre y opción terminal. Esta es la que los que se interpretará haciendo uso de la hermenéutica profunda.

### 3.3.1. Análisis por semestre

					1°	3°	5°	7°	9°		
Pautas de conocimiento político	Impacto del Gobierno	Gobierno nacional	Director	Influencia	2	2	2	2	2		
				Influencia favorable	2	2	2	2	2		
			Coordinador	Influencia	2	2	2	2	2		
				Influencia favorable	1	2	2	2	2		
			Secretario Académico	Influencia	2	2	2	1	2		
				Influencia favorable	2	2	2	2	2		
			Secretario Técnico	Influencia	1	1	1	1	2		
				Influencia favorable	0	1	2	1	2		
			Gobierno local	Consejeros Universitarios	Influencia	2	2	2	2	2	
					Influencia favorable	2	2	1	2	1	
				Consejeros Académicos	Influencia	2	2	2	2	2	
					Influencia favorable	2	2	1	2	1	
		Consejeros Técnicos		Influencia	2	2	2	2	2		
				Influencia favorable	2	2	1	1	2		
		Otras instancias	Colectivos	Influencia	1	0	2	0	0		
			Sindicato	Influencia	1	0	0	0	0		
			Profesores	Influencia	2	2	2	2	2		
			Adjuntos	Influencia	2	2	2	2	2		
		<b>Subtotal</b>					30	30	30	28	30
		Conciencia de las cuestiones políticas	Sentido de obligación			2	2	2	1	1	
			<b>Subtotal</b>					2	2	2	1
		Atención hacia	Exposición a las comunicaciones		Positiva	1	1	1	1	1	

				1°	3°	5°	7°	9°	
	las cuestiones políticas	políticas	Negativa	-1	-1	-1	-1	-1	
		Consejeros Universitarios	Conocimiento		0	1	0	0	
			Desconocimiento		-2	-1	-2	-2	
		Consejeros Académicos	Conocimiento		0	0	0	0	
			Desconocimiento		-2	-2	-2	-2	
		Consejeros Técnicos	Conocimiento		0	1	1	0	
	Desconocimiento			-2	-1	-1	-2		
	<b>Subtotal</b>				0	-6	-2	-4	-6
	Los que tienen información y opiniones	Gobierno nacional	Director	Conocimiento	0	0	0	1	1
				Desconocimiento	-2	-2	-1	-1	-1
			Coordinador	Conocimiento	0	1	2	2	1
				Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2
Secretario Académico			Conocimiento	0	0	0	0	0	
			Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2	
Secretario Técnico			Conocimiento	0	0	1	0	0	
			Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2	
Gobierno local			Consejeros Universitarios	Conocimiento	0	0	0	0	0
				Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2
			Consejeros Académicos	Conocimiento	0	0	0	0	0
				Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2
		Consejeros Técnicos	Conocimiento	0	0	0	0	0	
			Desconocimiento	-2	-2	-1	-2	-2	
Leyes		Ley Orgánica	Conocimiento	0	0	0	0	0	
			Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2	
Otras instancias		Grupos de poder	Conocimiento	0	0	0	0	0	
			Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2	
		Colectivos	Conocimiento	0	0	0	1	0	
			Desconocimiento	-2	-2	-2	-1	-2	

			1°	3°	5°	7°	9°	
<b>Subtotal</b>			-20	-19	-15	-14	-17	
Sentimientos hacia el gobierno y la política	Afecto hacia el sistema		Positivo	2	2	2	2	2
			Negativo	0	0	-1	0	0
	Afecto hacia el fenómeno administrativo	Trabajadores		1	1	1	1	1
		Vigilancia UNAM		1	1	1	1	1
		Sindicato		1	1	0	0	0
	Pautas de comunicación política			2	1	2	2	2
	Partidismo político	Partidismo hacia el partido contrario	Convergencia	1	0	0	0	0
			Nueva Alianza	0	0	0	0	0
			Partido Acción Nacional	0	0	0	0	0
			Partido de la Revolución Democrática	0	0	0	0	0
			Partido Revolucionario Institucional	0	0	0	0	0
			Partido del Trabajo	0	0	0	0	0
			Partido Verde Ecologista de México	0	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>			8	6	5	6	6	
Competencia ciudadana y competencia de súbdito	Competencia política		Positiva	0	0	0	0	0
			Negativa	-2	-2	-2	-2	-2
	Competencia subjetiva		Positiva	2	2	2	2	2
			Negativa	0	0	0	0	0
	Estrategia de influencia	Con mis compañeros	Positiva	2	2	2	2	2
		Yo solo	Negativa	0	0	0	0	0
	Esperanza del resultado			1	1	1	1	1
<b>Subtotal</b>			3	3	3	3	3	

					1°	3°	5°	7°	9°
Competencia, participación y lealtad política	Lealtad política				1	1	1	1	1
<b>Subtotal</b>					1	1	1	1	1
Relaciones sociales y cooperación cívica	Valoración de las cualidades de carácter exterior	Actividades sociales o de cooperación	Cívico políticas	Positiva	0	0	0	0	0
				Negativa	-2	-2	-2	-2	-2
			De beneficencia	Positiva	0	0	0	0	0
				Negativa	-2	-2	-2	-2	-2
			Sociales	Positiva	1	1	1	1	1
				Negativa	-1	-1	-1	-1	-1
<b>Subtotal</b>					-4	-4	-4	-4	-4
Sentimientos de seguridad y confianza	Confianza interpersonal				2	2	2	2	2
<b>Subtotal</b>					2	2	2	2	2
<b>TOTAL</b>					22	15	22	19	16

### 3.3.2. Análisis por opción terminal

					CO	CP	PE	PA	PU
Pautas de conocimiento político	Impacto del Gobierno	Gobierno nacional	Director	Influencia	2	2	2	2	2
				Influencia favorable	1	2	2	1	2
			Coordinador	Influencia	2	2	2	2	2
				Influencia favorable	2	2	1	2	2
			Secretario Académico	Influencia	2	1	2	1	1
				Influencia favorable	2	2	2	1	2
			Secretario Técnico	Influencia	1	1	2	1	1
				Influencia favorable	0	1	0	2	1



					CO	CP	PE	PA	PU		
		Gobierno local	Consejeros Universitarios	Influencia	2	2	2	2	2		
				Influencia favorable	0	1	2	2	1		
			Consejeros Académicos	Influencia	2	2	1	2	2		
				Influencia favorable	2	1	1	1	2		
			Consejeros Técnicos	Influencia	2	2	1	1	2		
				Influencia favorable	0	1	2	2	1		
		Otras instancias	Colectivos	Influencia	0	0	0	2	0		
			Sindicato	Influencia	0	0	0	0	0		
			Profesores	Influencia	2	2	2	2	2		
			Adjuntos	Influencia	2	2	2	2	2		
		<b>Subtotal</b>					24	26	26	28	27
		Conciencia de las cuestiones políticas	Sentido de obligación			2	2	2	0	1	
	<b>Subtotal</b>					2	2	2	0	1	
	Atención hacia las cuestiones políticas	Exposición a las comunicaciones políticas	Positiva	1	2	2	1	1			
			Negativa	-1	0	0	-1	-1			
		Consejeros Universitarios	Conocimiento	0	1	0	0	0			
			Desconocimiento	-2	-1	-2	-2	-2			
		Consejeros Académicos	Conocimiento	0	1	0	0	0			
			Desconocimiento	-2	-1	-2	-2	-2			
		Consejeros Técnicos	Conocimiento	0	2	0	0	1			
Desconocimiento			-2	0	-2	-2	-1				
<b>Subtotal</b>					-6	4	-4	-6	-4		
Los que tienen información y opiniones	Gobierno nacional	Director	Conocimiento	0	1	1	0	1			
			Desconocimiento	-2	-1	-1	-2	-1			
	Coordinador	Conocimiento	0	1	0	0	1				

					CO	CP	PE	PA	PU				
				Desconocimiento	-2	-1	-2	-2	-2				
				Secretario Académico	Conocimiento	0	0	0	0	0			
					Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2			
				Secretario Técnico	Conocimiento	0	0	0	0	0			
					Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2			
				Gobierno local	Consejeros Universitarios	Conocimiento	0	1	0	0	0		
						Desconocimiento	-2	-1	-2	-2	-2		
					Consejeros Académicos	Conocimiento	0	0	0	0	0		
						Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2		
					Consejeros Técnicos	Conocimiento	0	1	0	0	0		
						Desconocimiento	-2	-1	-2	-2	-2		
				Leyes	Ley Orgánica	Conocimiento	0	0	0	0	0		
						Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2		
				Otras instancias	Grupos de poder	Conocimiento	0	0	0	0	0		
						Desconocimiento	-2	-2	-2	-2	-2		
					Colectivos	Conocimiento	0	1	0	0	0		
						Desconocimiento	-2	-1	-2	-2	-2		
				<b>Subtotal</b>					-20	-10	-18	-20	-17
				Sentimientos hacia el gobierno y la política	Afecto hacia el sistema			Positivo	2	2	2	1	1
								Negativo	0	0	0	-1	-1
Afecto hacia el fenómeno administrativo		Trabajadores			1	1	1	1	1				
		Vigilancia UNAM			1	1	1	1	1				
		Sindicato			0	0	0	0	0				
Pautas de comunicación política					2	2	2	2	2				
Partidismo político		Partidismo hacia el partido contrario	Convergencia		1	0	0	0	0				
			Nueva Alianza		1	0	0	0	0				
			Partido Acción Nacional		1	0	0	0	0				

					CO	CP	PE	PA	PU
				Partido de la Revolución Democrática	0	0	0	0	0
				Partido Revolucionario Institucional	1	0	0	0	0
				Partido del Trabajo	1	0	0	0	0
				Partido Verde Ecologista de México	1	0	0	0	0
<b>Subtotal</b>					12	6	6	4	4
Competencia ciudadana y competencia de súbdito	Competencia política			Positiva	0	1	0	0	0
				Negativa	-2	-1	-2	-2	-2
	Competencia subjetiva			Positiva	2	2	2	2	2
				Negativa	0	0	0	0	0
	Estrategia de influencia	Con mis compañeros		Positiva	2	2	2	2	2
		Yo solo		Negativa	0	0	0	0	0
	Esperanza del resultado				1	1	1	1	1
<b>Subtotal</b>					3	5	3	3	3
Competencia, participación y lealtad política	Lealtad política				1	0	1	1	1
<b>Subtotal</b>					1	0	1	1	1
Relaciones sociales y cooperación cívica	Valoración de las cualidades de carácter exterior	Actividades sociales o de cooperación	Cívico políticas	Positiva	0	0	0	0	0
				Negativa	-2	-2	-2	-2	-2
			De beneficencia	Positiva	0	0	0	0	0
				Negativa	-2	-2	-2	-2	-2
			Sociales	Positiva	1	1	1	0	1
				Negativa	-1	-1	-1	-2	-1
<b>Subtotal</b>					-4	-4	-4	-6	-4

		CO	CP	PE	PA	PU
Sentimientos de seguridad y confianza	Confianza interpersonal	1	1	2	2	2
<b>Subtotal</b>		1	1	2	2	2
<b>TOTAL</b>		13	30	14	6	13

### 3.3.3. Resultados de los análisis por semestre y opción terminal

Variables para identificar la pauta de cultura política		1°	3°	5°	7°	9°	CO	CP	PE	PA	PU
Pautas de conocimiento político	Impacto del Gobierno	30	30	30	28	30	24	26	26	28	27
	Conciencia de las cuestiones políticas	2	2	2	1	1	2	2	2	0	1
	Atención a las cuestiones políticas		-6	-2	-4	-6	-6	4	-4	-6	-4
	Los que tienen información y opiniones	-20	-19	-15	-14	-17	-20	-10	-18	-20	-17
Sentimientos hacia el gobierno y la política		8	6	5	6	6	12	6	6	4	4
Competencia ciudadana y competencia de súbdito		3	3	3	3	3	3	5	3	3	3
Competencia, participación y lealtad política		1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Relaciones sociales y cooperación cívica		-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-4	-6	-4
Sentimientos de seguridad y confianza		2	2	2	2	2	1	1	2	2	2
<b>TOTALES</b>		22	15	22	19	16	13	30	14	6	13

Como se observa en la tabla, se separaron exclusivamente los datos referentes a las pautas de conocimiento político debido a que es donde se encuentran las diferencias más extremas en los resultados. No así, por ejemplo, en la competencia subjetiva, donde se observa que existe coherencia respecto de una virtual acción respecto de una reglamentación injusta o beneficiosa.

A continuación se muestra la interpretación de los datos obtenidos en el análisis de contenido. Se buscará identificar cuál es la pauta cultura política en cada uno de los semestres y opciones terminales para, posteriormente, agruparlas en una sola: la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

### 3.4. Interpretación

Para llevar a cabo el trabajo interpretativo, se utiliza la técnica de la hermenéutica profunda, propuesta por John B. Thompson. Existe un primer problema para poder llevar a cabo esta interpretación: ¿cómo unos números pueden ser considerados como las *formas simbólicas* que el autor marca como punto de arranque para su metodología? Como indica en su *texto Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, las formas simbólicas “son construcciones significativas que requieren una interpretación; son acciones, expresiones y textos que se pueden comprender en tanto construcciones significativas”<sup>183</sup>.

El código que se le asignó a la presencia de frecuencias en cada una de las variables responde a la teoría de la cultura cívica que Almond y Verba presentan en *La cultura cívica*. Este código proviene de la sistematización de las respuestas que se hizo con el paquete estadístico SPSS, respuestas que no son otra cosa que *la expresión de una determinada actitud de los estudiantes respecto de los objetos políticos* de la Facultad, es decir, una construcción significativa sobre la percepción que tienen de la política dentro de esta institución.

Ahora bien, el marco metodológico de la hermenéutica profunda tiene tres pasos. El primero de ellos es el *análisis sociohistórico*, cuyo objetivo es “reconstruir las condiciones sociales e históricas de la producción, la circulación y la recepción de las formas simbólicas”<sup>184</sup>. El segundo, es el *análisis formal o discursivo*, que “se relaciona fundamentalmente con la organización interna de las formas simbólicas, con sus rasgos, patrones y relaciones estructurales”<sup>185</sup>. El tercero, de la interpretación/reinterpretación, es una “explicación interpretativa de lo que se representa o se dice”<sup>186</sup>.

El análisis sociohistórico contiene en sí mismo varios elementos. Estos son los escenarios temporales, los campos de interacción, las instituciones sociales, la estructura social y los medios de transmisión. El análisis formal contiene los análisis discursivo, sintáctico, de la estructura narrativa y el argumentativo. Por último, la interpretación/ reinterpretación incluye lo que representa, se refiere y lo que dice.

La aplicación de la hermenéutica profunda en la presente investigación se llevará a cabo así:

---

<sup>183</sup> John B. Thompson, *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México, UAM, 1993, p. 394.

<sup>184</sup> *Ibíd.*, p. 409.

<sup>185</sup> *Ibíd.*, p. 413.

<sup>186</sup> *Ibíd.*, p. 421.

#	Análisis sociohistórico	Análisis formal	Interpretación/ Reinterpretación
45	Escenarios temporales	El dato forma parte de un análisis formal previo, por lo que no se realizarán los análisis que menciona el autor, aparte de que no hay cabida para el mismo	¿Qué representa?
	Campos de interacción		¿A qué se refiere?
	Instituciones sociales		
	Estructura social		
	Medios de transmisión		¿Qué dice?

Lo más importante dentro de esta hermenéutica profunda es el último paso: la interpretación/ reinterpretación. Se llama así porque las formas simbólicas “ya están interpretadas por los sujetos que constituyen el mundo sociohistórico [...] estamos reinterpretando un campo preinterpretado”<sup>187</sup>. Así, la interpretación/ reinterpretación se presenta como la reinterpretación, a partir de la teoría almondverbiana, de aquello que los estudiantes interpretan de la realidad del sistema político que representa la Facultad.

<sup>187</sup> *Ibíd.*, p. 421.

### 3.4.1. Primer semestre

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
22	Escenarios temporales	Los estudiantes que se encuentran ahora en segundo semestre son los únicos que tienen una “excusa” por tener un bajo nivel de cultura política, debido a que cuando se aplicó el cuestionario acababan de ingresar a la Facultad
	Campos de interacción	A pesar de no contar con los recursos suficientes, buscan la forma de informarse acerca de los incumbentes de la Facultad, pues sus conocimientos son bajos, pero no alcanzan el nivel de los de Comunicación Organizacional o Producción. Se debe destacar que los de primer semestre han sido los únicos que no se han enfrentado a unas elecciones de Consejeros Estudiantiles; sin embargo, aunque alcanzaran el nivel más bajo de atención a las cuestiones políticas, su nivel de conocimientos seguiría siendo alto
	Instituciones sociales	La labor institucional debería estar encaminada a que los estudiantes de primer semestre estuvieran informados no sólo de todos los incumbentes de la Facultad, sino también de todos los procesos políticos en los que se ven inmersos los estudiantes. Sin embargo, como se observa en los resultados de esta investigación, no existe tal labor institucional. Los estudiantes, por tanto, hacen lo que está en sus manos para informarse sobre lo que sucede en su sistema político y aunque no lo hicieran de cualquier forma se sienten afectivamente orientados hacia él
	Estructura social	La pauta de cultura política se va modificando conforme los estudiantes van cambiando de semestre, así hasta noveno donde cae a niveles más bajos incluso que en primero. Lo anterior indica que conforme pasa el tiempo, los estudiantes se van haciendo cada vez más conscientes de su importancia dentro de la institución, además de que cambia la importancia que le dan a la Facultad en su vida diaria
	Medios de transmisión	No existen medios adecuados para la transmisión de la información política de la Facultad. Por tanto, no hay fijación, ni tipo de reproducibilidad, ni grado de participación. Probablemente existan formas de comunicación de cara a cara o indirectas —las asambleas por ejemplo—, pero no resultan de importancia para los estudiantes
	<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Se puede observar en el resultado del análisis que no son los estudiantes de primer semestre los que presentan el nivel más bajo de cultura política, a pesar de que son quienes menos relación tienen con la institución. De hecho, su nivel de afectividad hacia el sistema es alto en comparación con los demás semestres. Es así como su cultura política que pudiera ser parroquial, debido a los bajos conocimientos, es más bien de súbdito por el elevado nivel de sentimientos que manejan	

¿A qué se refiere?	Lo anterior indica que los estudiantes de primer semestre están preparados para empaparse acerca de la política de la Facultad. No ingresan con una actitud de alienación política, sino al contrario: saben que es importante la política y que deben saber sobre ella. Además, es en primer semestre donde cursan una de las dos materias relacionadas teóricamente con la política: Estado, Sistema y Poder Político
¿Qué dice?	De cierta forma, la afectividad que tienen los estudiantes de primer semestre se pierde conforme van avanzando en su carrera, a diferencia del conocimiento que sí aumenta conforme pasa el tiempo. Esto deja ver que no existe una política dentro de la Facultad orientada a consolidar la afectividad entre los estudiantes. A fin de cuentas, llegan a noveno semestre y la Facultad como institución política ya no significa nada para ellos

### 3.4.2. Tercer semestre

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
15	Escenarios temporales	Los estudiantes de tercero se enfrentaron a la coyuntura de las elecciones de Consejeros Estudiantiles. Su cultura política está marcada por este hecho, pues fueron quienes recibieron mayor atención por parte de los candidatos de ese entonces —al igual que los de quinto semestre. Su estancia en la Facultad ha sido mayor de los de primero, pero al verse involucrados en esa coyuntura se esperaría que tuvieran un nivel más alto de conocimiento; sin embargo, es todavía más bajo que del que se observa en quinto. Además, como la Facultad no fomenta un sentimiento hacia el sistema político, su afectividad hacia el mismo es menor que en primero
	Campos de interacción	En este caso, los estudiantes han contado con una mayor cantidad de recursos para informarse acerca de lo que sucede en la Facultad. Sin embargo, no parecen haberlo hecho, pues tienen el mismo nivel de conocimiento que los de primero
	Instituciones sociales	La falta de una labor institucional que debería existir en primer semestre para mantener la afectividad de los estudiantes se deja ver en tercer semestre: la afectividad se reduce hasta alcanzar uno de los niveles más bajos
	Estructura social	No existe una diferencia sustancial entre la pauta de cultura política observada en tercer semestre respecto de la que existe en primero. Pero, se supone que esa diferencia debería existir, dado que se llevan un año de diferencia. Además, en comparación con los de primero, algunos de los estudiantes de tercero se inmiscuyeron de manera directa en el proceso electoral del año pasado, lo que se esperaría influyera en su nivel de cultura política, aunque no sucede así en la mayoría de los casos



Medios de transmisión	En tercero tampoco existen medios adecuados para la transmisión de la información política. Por tanto, no hay fijación ni tipo de reproducibilidad ni grado de participación. Pudiera hablarse de que existen formas de comunicación de cara a cara o indirectas, pero no resultan de importancia para los estudiantes
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Este dato representa la falta de una política que permita mantener la afectividad que tienen los estudiantes de primer semestre. Presentan un alto nivel de competencia subjetiva, pero su cultura política tiende al parroquialismo. Sin embargo, a diferencia de primero, donde el interés por la política dado el imaginario colectivo respecto del campo laboral en las Ciencias de la Comunicación es todavía difuso, en tercero comienza a perfilarse ese grupo de estudiantes con un elevado interés por la política nacional y de la Facultad, cuya cultura política es sistemáticamente mixta de parroquial participante
¿A qué se refiere?	No existe continuidad en el plan de estudios de la carrera en lo que cabe a la cuestión política. Esto se recupera un poco en Opinión Pública y Propaganda, que es una materia de cuarto semestre, pero aún así la política no tienen ninguna influencia en los estudiantes. Además, si los de primer semestre resultaron ser poco importantes para la institución en general, al no proveer esta de una política que les permita conocer cuáles son los incumbentes, sus funciones y de qué manera se verán afectados por las decisiones que tomen, los de tercero tampoco parecen ser el centro de la atención
¿Qué dice?	Este dato indica que si bien la cultura política aumenta de nivel conforme avanzan en los semestres, al no existir una política institucional que permita elevar el nivel de conocimientos y mantener la afectividad, los estudiantes se separan de la toma de decisiones y sólo se informan o en determinado caso participan en grupos reducidos, que serán los que terminen por ingresar a las opciones terminales de Comunicación Política y Periodismo

### 3.4.3. Quinto semestre

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
22	Escenarios temporales	Tienen el nivel más elevado de cultura política dentro de los tres primeros semestres. Esto se debe a que conforme avanzan en su carrera se van adentrando de manera natural en el sistema. Así, tienen más información que los de primero y los de tercero, además de que afectivamente están más relacionados con el sistema que estos últimos. Son quienes prestan mayor atención a las campañas políticas, lo que indica que existe un involucramiento mayor con el proceso político a nivel procedimental

Campos de interacción	Están tan inmiscuidos en su sistema porque tienen acceso a los recursos de información necesarios para participar en los procesos político y administrativo. Así, ese grupo de estudiantes que se perfila para la opción terminal de Comunicación Política es más coherente, está más informado y es más competente que en tercer semestre
Instituciones sociales	Es a partir de quinto semestre que los estudiantes se perfilan de acuerdo a sus aspiraciones profesionales. La función de la institución en este caso es de importancia vital, pues se genera una fragmentación entre los estudiantes de acuerdo con sus perfiles que no debería existir, debido a que no dejan de ser estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Además, se le hace pensar que son opciones irreconciliables entre sí, cuando en realidad no lo son. Esto deriva en que se reduzcan las posibilidades de cooperación en términos de una reglamentación injusta o beneficiosa, que es uno de los aspectos más importantes dentro de la teoría almondverbiana
Estructura social	Quinto semestre es en ocasiones la última oportunidad que existe para generar una convivencia generacional coherente. A pesar de que las diferencias entre la formación de grupos informales no es tan radical entre un semestre y otro, sí lo es el aumento en el nivel de cultura política. Si la cultura política aumenta con el semestre, también aumentan las posibilidades de cooperación cívica. Por tanto, si existiera algún tipo de unión entre los estudiantes de séptimo y noveno podría evitarse en parte el parroquialismo que se observa entre los de noveno
Medios de transmisión	Tampoco en este semestre existen los medios necesarios para la transmisión de la información política, pero la exposición a la misma es mayor, pues se vieron involucrados en el proceso de elección de Consejeros Estudiantiles. De ahí que su conciencia respecto de las cuestiones políticas sea mayor que la de cualquier otro semestre. No existe la información, pero la exposición es suficiente para formarse un criterio
<b>Interpretación/ Representación</b>	
¿Qué representa?	Es en quinto semestre donde existen mayores posibilidades de motivar a los estudiantes con miras a generar en ellos las cualidades de un ciudadano participante: están más unidos que nunca y tienen un elevado nivel de conocimiento de los procesos político y administrativo de la Facultad; el problema es que tienen los más bajos sentimientos hacia el sistema. Así, en vez de aprovechar las condiciones positivas, se desechan en pos de la fragmentación de intereses. Entre estos intereses se encuentran los intereses políticos, debido a que ese grupo de estudiantes que desde tercero se muestra interesado en la política, ya está seguro de que ingresará a Comunicación Política o en último caso a Periodismo. Este grupo además se encuentra más informado respecto de los procesos político y administrativo de la Facultad, por lo que presenta muchos más rasgos de participante. Así, la cultura política en este semestre, también se presenta como sistemáticamente mixta, pero de súbdito participante

	¿A qué se refiere?	Si bien la pauta de cultura política se perfila de súbdito participante, existen las condiciones para que se consolide como participante. De hecho, como indican Almond y Verba, no es necesario que todos sean participantes o que todo el tiempo se muestren interesados en el proceso político y administrativo. Sin embargo, para cambiar el estado de cosas se requiere de líderes que sepan organizar a los grupos. Si la situación de esos grupos es de un mayor conocimiento, de una mayor afectividad, además de una mayor competencia subjetiva, las posibilidades de generar ese cambio son mayores
	¿Qué dice?	No existe una política institucional que fomente la información y la afectividad. Pero a pesar de esto los estudiantes están enterados de lo que sucede, aunque sea de manera difusa. Tal vez sean sólo aquellos que se perfilan para las opciones de Comunicación Política como de Periodismo. Pero, como se verá más adelante, en séptimo semestre no son sólo los estudiantes de estas opciones quienes se encuentran inmiscuidos en la política, por lo que la cultura política participante está más extendida de lo que parece

#### 3.4.4. Séptimo semestre

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
19	Escenarios temporales	La fragmentación que se genera cuando los estudiantes de quinto semestre ingresan a la opción terminal afecta de manera directa su nivel de cultura política. En este momento, los estudiantes ya están seguros de la decisión que tomaron. También, se encuentran un poco más inmiscuidos con el mercado laboral. Así, la influencia de la opción terminal es tan grande que determina su cultura política. Aparte, los estudiantes de este semestre atravesaron las coyunturas democráticas de 2007 y 2009. Su cultura política está influenciada por este último proceso en el que varios de ellos participaron como candidatos o equipos de campaña
	Campos de interacción	A diferencia de quinto semestre, donde los recursos para acceder a la información política son todavía escasos, para los de séptimo los recursos están más al alcance de la mano. Si bien formaron parte de dos procesos electorales, en el segundo de estos incidieron de manera directa, lo que deriva en que su conocimiento de los incumbentes sea mayor. Sin embargo, este conocimiento no va acompañado de una relación afectiva hacia el Gobierno local. Esto se debe en parte a que el candidato que obtuvo la mayoría de votos en el incumbente más importante para los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, es decir, el Consejero Técnico, no era de su semestre, sino de uno más arriba
	Instituciones sociales	La labor institucional cobra una importancia mayor en séptimo semestre respecto de cualquier otro, pues son quienes dicen conocer en mayor medida de la incidencia de los grupos de poder en la toma de decisiones

Estructura social	Es claro que son los de Comunicación Política quienes tienen el mayor conocimiento, la mayor afectividad y la más alta competencia
Medios de transmisión	En este semestre tampoco existen los medios de transmisión de la información política. Sin embargo, muchos de ellos ya se encuentran trabajando como adjuntos o en alguna instancia de la Facultad, por lo que la información circula de manera más fluida, aparte de que esta información es de primera mano pues muchos de estos estudiantes se encuentran ligados tanto a los incumbentes como a los grupos de poder
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Los estudiantes tienen un conocimiento elevado de las cuestiones políticas y se sienten relacionados afectivamente con la Facultad. Así, su cultura política sistemáticamente mixta de súbdito participante se orienta en buena medida hacia lo participante
¿A qué se refiere?	En séptimo semestre se encuentran las personas con el mayor interés de incidir en la toma de decisiones. Esto a pesar de que gran parte de la población todavía se encuentra orientada hacia un gobierno autoritario
¿Qué dice?	Si existiera el interés por diseñar una política encaminada a fortalecer la cultura política participante, no se generaría el parroquialismo que impera en noveno semestre

### 3.4.5. Noveno semestre

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
16	Escenarios temporales	Si el nivel de cultura política aumenta con el nivel educativo, noveno debería ser el semestre con el mayor nivel de conocimientos, afectividad y competencia de todos, pero no sucede así: es el semestre en el que menos afectividad tienen los estudiantes. Si el nivel educativo determina una mayor inserción en el sistema político, ¿por qué noveno semestre presenta este parroquialismo? A diferencia de primero, los estudiantes de noveno ya van de salida. Esto significa que su inserción al mercado laboral es inminente — en este momento ya salieron de la carrera, están recursando o realizando su servicio social—, por lo que su visión de la Facultad es diametralmente opuesta respecto de la de cualquier otro semestre. Eso es precisamente lo que los caracteriza: el hecho de que se encuentran a punto de ingresar a un mercado laboral competido que no les ofrece las oportunidades que todavía veían tangibles en séptimo semestre. Las posibilidades de acceder a los trabajos de ensueño que presuponían en los primeros semestres se ven mermadas por la falta de coherencia entre el imaginario colectivo de la carrera y la realidad laboral

Campos de interacción	En noveno se debe pensar qué se va a hacer para subsistir. La información política de la Facultad resulta de poco interés. Los estudiantes de este semestre tienen un bajo nivel de conocimientos a pesar de haber estado casi cinco años en la Facultad. Es probable que aún teniendo el conocimiento — el actual Consejero Técnico es de esa generación— no tengan la disposición para expresarlo, lo que habla de alienación política
Instituciones sociales	En este semestre la institución vuelve a cobrar una importancia vital. Son los de noveno semestre quienes van a presentarse en las empresas, en las instituciones de gobierno o ante clientes particulares, representando a la UNAM y a la Facultad. Donde sea que se paren seguirán siendo parte de la institución y estarán representándola. Si ellos dicen no estar orgullosos de la misma por la razón que sea implicará un descrédito para la institución. Almond y Verba dicen que la estabilidad de un sistema parte de una lealtad difusa, pero en este caso no es difusa sino casi inexistente
Estructura social	Los estudiantes de Comunicación Política son quienes muestran rasgos de una cultura política participante
Medios de transmisión	La información política de la Facultad fluye de manera más rápida debido a que muchos de los estudiantes de este semestre son adjuntos. El problema es que aunque existiera la posibilidad de transmitir información de relevancia en torno a la toma de decisiones a muchos no les interesa
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Su cultura política pudiera tender hacia la alienación política; sin embargo, dado que existe un alto componente de participación, sobre todo entre los estudiantes de Comunicación Política, además de una elevada lealtad entre los de Comunicación Organizacional, su cultura política es más bien sistemáticamente mixta parroquial participante
¿A qué se refiere?	Se refiere a la falta de interés por parte de las autoridades por generar las condiciones necesarias para que los estudiantes que se encuentran a punto de egresar no pierdan la afectividad hacia la Facultad
¿Qué dice?	Indica que se necesita que tanto el Gobierno nacional como el local se integren con la intención de generar las condiciones para que los estudiantes de noveno semestre se sientan parte de la Facultad y nunca la abandonen

### 3.4.6. Comunicación Organizacional

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
13	Escenarios temporales	Se encuentra en tercer lugar en lo que toca al nivel de cultura política; de hecho, son quienes se muestran más tolerantes y mejor relacionados afectivamente con la Facultad. Esto se debe a que necesitan ser institucionales, pues su trabajo lo requiere

Campos de interacción	La cuestión de los recursos no resulta tan relevante para el caso de los estudiantes de esta opción terminal, pues su labor no tiene que ver directamente con la política. Sin embargo, al estar tan afectivamente relacionados con ella, lo que sobresale es esa disposición para calificar positivamente a todos los incumbentes a pesar de no saber quiénes son
Instituciones sociales	Como en todos los demás casos, la institución no ha hecho lo suficiente por equiparar el conocimiento con la afectividad
Estructura social	No existen muchas diferencias entre séptimo y noveno semestres en lo que cabe a esta opción terminal. En general, presentan bajo nivel de conocimientos, además de un alto nivel de afectividad, lo mismo que bastante tolerancia respecto del partidismo ajeno
Medios de transmisión	Los medios de transmisión de la información política son escasos, al igual que en las otras opciones terminales
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Se observa una cultura política de súbdito, donde no existe un elevado conocimiento respecto de los incumbentes, pero sí una lealtad bien arraigada
¿A qué se refiere?	Pese a que no existe un interés institucional por fomentar la cultura política participante, los estudiantes de esta opción son leales al sistema, lo que confirma que el perfil profesional determina parte de la pauta de cultura política
¿Qué dice?	En esta opción lo importante es fomentar el conocimiento sobre la política y los sentimientos de seguridad para hablar de la grilla de la Facultad, que es alta respecto de las otras opciones

### 3.4.7. Comunicación Política

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
30	Escenarios temporales	Por obvias razones, Comunicación Política es la opción que cuenta con los estudiantes que tienen el más alto nivel de cultura política. Como se había comentado, desde los primeros semestres, pero sobre todo a partir de quinto, es que ese grupo de personas que participan, se organizan y profesan una vocación para la política son quienes terminan ingresando a esta opción terminal

Campos de interacción	Los estudiantes de Comunicación Política son quienes tienen más a la mano los recursos necesarios para acceder a la información política, pues además de interesarse en los procesos político y administrativo de la Facultad, tienen un elevado conocimiento de la cuestión política externa, tanto local como nacional, por lo que les resulta más sencillo no sólo acceder a la información sino analizarla y asimilarla de una forma que les permite utilizarla en su participación política
Instituciones sociales	Los Consejeros Técnicos Titulares de Comunicación, han provenido de esta opción terminal. La incidencia en la toma de decisiones es directa, lo que le permite a los estudiantes tomar parte en el proceso político, además de contar con las actividades administrativas que Almond y Verba mencionan como indispensables para la estabilidad del sistema
Estructura social	En lo que difieren los estudiantes de séptimo y noveno de Comunicación Política es la afectividad —los de séptimo presentan sentimientos más elevados hacia el sistema que los de noveno
Medios de transmisión	Los estudiantes de Comunicación Política no necesitan medios de transmisión de la información política porque en la mayoría de los casos están enterados de lo que sucede en la Facultad, pues se encuentran altamente orientados hacia la política
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	La cultura política de los estudiantes de esta opción terminal es participante
¿A qué se refiere?	Lo que queda es fomentar la afectividad en los estudiantes de noveno semestre
¿Qué dice?	El trabajo de fomento de una cultura política participante es casi innecesario, excepto en lo que toca a los sentimientos hacia la Facultad

### 3.4.8. Periodismo

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
14	Escenarios temporales	Los estudiantes de Periodismo se encuentran en medio de todas las opciones terminales en lo que toca a su cultura política
	Campos de interacción	Los recursos con los que cuentan son mayores de lo que tienen los estudiantes de otras opciones terminales. Se esperaría que de acuerdo con su labor fueran los más instruidos respecto de los procesos administrativo y político de la Facultad, pero no es así
	Instituciones sociales	Al parecer tampoco existe interés por parte de la institución para acercar a los estudiantes de esta opción terminal a la política interna de la Facultad

Estructura social	No existen muchas diferencias entre los estudiantes de séptimo y de noveno: casi todos presentan un nivel medio de conocimientos y sentimientos hacia el sistema que representa la Facultad
Medios de transmisión	Podrían tener un mayor acceso a fuentes información política, pero el acceso no es directamente proporcional al interés por la misma
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Existió una preocupación respecto de la labor del periodista en la modificación del plan de estudios anterior y se le cambió el nombre a la opción de Periodismo a Periodismo en los Medios, además de que se incluyeron materias optativas que tuvieran más relación con la práctica profesional. Sin embargo, al parecer esto no produjo un cambio en la cultura política de los estudiantes y esta se tambalea entre lo parroquial y lo súbdito, aunque no cuenta con tan bajas orientaciones como para considerarse parroquial
¿A qué se refiere?	Los estudiantes de esta opción podrían ser quienes estuvieran más enterados de lo que sucede en los procesos político y administrativo de la Facultad. El problema es que no hay tanto interés de su parte por hacerlo
¿Qué dice?	Es necesario que los estudiantes de Periodismo se inmiscuyan en la política de la Facultad. A fin de cuentas, son ellos quienes tienen más posibilidades de trabajar en medios de comunicación, y quienes tendrán en sus manos la difusión de una imagen positiva de la Facultad.

### 3.4.9. Producción Audiovisual

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
6	Escenarios temporales	Su labor no tiene nada que ver con la política. De hecho, apenas en la modificación del plan de estudios de 2007 se incluyó como obligatoria una materia que antes era optativa: Regulación de los Medios Electrónicos, por lo que no sólo la política de la Facultad les parece ajena, sino también la política nacional. Además, pasan casi todo el tiempo en los estudios de radio, de televisión y en las cabinas de edición del edificio "F": no sólo se sienten poco relacionados con la política de la Facultad, sino con la Facultad misma. El problema es que en su caso las decisiones que tomen los incumbentes son de vital importancia para su trabajo, debido a que uno de los mayores descontentos que existen entre los estudiantes de esta opción es la falta de actualización de los aparatos electrónicos que utilizan. Si se organizaran para intentar modificar estas condiciones, las posibilidades de que lo consiguieran por la vía de la presión serían más altas, debido a que Producción Audiovisual es una de las dos opciones con mayor número de estudiantes. Sin embargo, otro factor que merma en esta falta de organización es su individualismo, pues son quienes menos interés tienen en la cooperación cívica



Campos de interacción	En lo que cabe a la información política, son quienes menos acceso tienen a estos recursos, pues pasan la mayor parte del tiempo en el edificio “F”, lo que los aleja no sólo de la política de la Facultad sino de la Facultad en general
Instituciones sociales	La Facultad se ha preocupado por dotar a los estudiantes de esta opción con los aparatos electrónicos necesarios —que al parecer no ha sido suficientes—, pero no se ha preocupado por interesarlos en incidir en la toma de decisiones o aumentar su nivel de afectividad
Estructura social	No existen muchas diferencias entre los estudiantes de séptimo y noveno, pues, al parecer, la alienación política es generalizada en esta opción terminal
Medios de transmisión	Tampoco existe un acceso a medios de transmisión de la información política, pues pasan la mayor parte del tiempo en el edificio “F”
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Esta opción terminal tiene a los estudiantes con el nivel más bajo de cultura política, que se tambalea entre el parroquialismo y la alienación política
¿A qué se refiere?	La política de la Facultad no parece generar interés en los estudiantes de Producción Audiovisual, pero en parte se debe a que la política nacional tampoco tiene relación con su trabajo
¿Qué dice?	Deben existir los medios necesarios para que los estudiantes de Producción Audiovisual se acerquen a la Facultad y desarrollen una mayor afectividad hacia el sistema, pues ellos también tienen posibilidades de trabajar en los medios de comunicación, un espacio donde la imagen de la Facultad se encuentra por los suelos

### 3.4.10. Publicidad

#	<b>Análisis sociohistórico</b>	
13	Escenarios temporales	Si la labor de los estudiantes de Publicidad tampoco tiene una relación directa con la política, ¿por qué no tienen un nivel de cultura política tan bajo como los de Producción Audiovisual? Esto se debe a que un grupo de estudiantes de Publicidad tuvo una incidencia directa en las pasadas elecciones de Consejeros Estudiantiles: alcanzaron a desarrollar un mayor número de orientaciones cognitivas y afectivas hacia la Facultad
	Campos de interacción	Es así como tienen acceso a recursos de primera mano, pues el grupo al que pertenecieron (el PUE) obtuvo el triunfo en casi todos los incumbentes

Instituciones sociales	Es probable que este nivel medianamente elevado de cultura política no sea algo que perdure entre los estudiantes de esta opción terminal, pues como se dijo su trabajo no tiene relación directa con la política
Estructura social	Existe una diferencia sustancial entre los estudiantes de Publicidad de séptimo y de noveno, porque los de séptimo participaron de manera directa en las elecciones de Consejeros Estudiantiles, mientras que los de noveno no lo hicieron
Medios de transmisión	No existen medios de transmisión de la información política, excepto aquellos que como se dijo son de primera mano y que existen sólo en séptimo semestre
<b>Interpretación/ Reinterpretación</b>	
¿Qué representa?	Este dato representa la diferencia sustancial que se deriva de una experiencia directa con la política. A pesar de que la publicidad no implica un trabajo en la política <i>per se</i> , algunos de los estudiantes de esta opción decidieron participar en las elecciones de Consejeros Estudiantiles y lograron hacer que varios de sus compañeros obtuvieran la victoria, por lo que desarrollaron ciertas orientaciones cognitivas y afectivas; sin embargo, no alcanzan a ser determinantes para que su cultura política sea participante, por lo que esta se presenta como sistemáticamente mixta de parroquial participante, pues una parte de ellos se orienta hacia los procesos político y administrativo, pero para la mayoría la política es algo totalmente ajeno
¿A qué se refiere?	Este dato hace referencia a que los estudiantes de Publicidad de séptimo semestre realizan esas actividades administrativas que indican Almond y Verba como importantes para que los ciudadanos desarrollen una lealtad difusa hacia el sistema político
¿Qué dice?	No importa cuál sea la opción terminal que elijan los estudiantes, lo importante es que tengan una experiencia directa con la política que les permita desarrollar orientaciones cognitivas y afectivas hacia los objetos políticos de la Facultad

### 3.5. La pauta de cultura política

Así, se tiene que cada uno de los semestres y opciones terminales cuenta con una pauta de cultura política; sin embargo, existe una cultura política general que resulta de la síntesis de las pautas de cultura política de todos los semestres y opciones terminales:

Semestre/ Opción	Pauta particular	Pauta general
1°	Súbdito	Súbdito participante
3°	Parroquial participante	
5°	Súbdito participante	
7°	Súbdito participante	
9°	Parroquial participante	
Comunicación Organizacional	Súbdito	
Comunicación Política	Participante	
Periodismo	Parroquial	
Producción Audiovisual	Parroquial	
Publicidad	Parroquial participante	

Elaboración propia.

De acuerdo con Almond y Verba, una cultura política sistemáticamente mixta debe modificarse para procurar la estabilidad del sistema. En este caso, se presenta **una cultura política mixta de súbdito participante**: una parte de la población ha adquirido orientaciones políticas, mientras que otra parte se orienta hacia un sistema autoritario. Se requiere por tanto que se pase a una cultura de súbdito o a una participante, para que exista una estabilidad a largo plazo.

## CAPÍTULO 4

### ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

#### 4.1. El concepto de estrategia de comunicación política

El término *planeación estratégica de la comunicación*, hace alusión a un proceso de planeación que tiene como fin —o medio— a la comunicación; sin embargo, como tal no se encuentra en la bibliografía. En cambio, si se habla de *planeación estratégica* o de *estrategia*, la situación es diferente. En el primer caso, casi todos los libros versan en torno a la planeación dentro y fuera de las empresas, y casi ninguno sobre la estrategia en el ámbito de la *comunicación*; en el segundo caso, el problema es que el término no contiene en sí mismo el elemento comunicacional en cuanto a una *planeación estratégica* —aunque ontológicamente sí lo tiene, pues no puede existir un proceso de dominación, ni siquiera a nivel de planeación, sin que exista la *Comunicación*.

El concepto tiene su origen en un ámbito estrictamente político. Como apunta Ricardo Magaña Figueroa (en su Tesis de Maestría *Entre la historia, la fortuna y los fines: reflexiones críticas sobre el concepto de estrategia*), “el término estrategia —y esto nadie lo cuestiona— tiene su origen en el ámbito militar”<sup>188</sup>. Dice que la idea de *estrategia*, desde esta perspectiva militar, se concebía desde los griegos y que fue construyéndose a lo largo de la historia de la Humanidad en el vaivén de los grandes conflictos bélicos que configuraron la civilización contemporánea —aunque como *idea* se utilizó también en otros ámbitos, como el del comercio.

En ese tenor, Karl Von Clausewitz en *De la guerra* indica que existen dos elementos primordiales para la obtención de la victoria en un conflicto armado: “preparar y conducir individualmente estos encuentros aislados y combinarlos unos con otros para alcanzar el objetivo de la guerra. La primera es llamada *táctica*, la segunda, *estrategia*”<sup>189</sup>. Donde existe una estrategia, entonces, existe una táctica. No puede existir una estrategia sin el conjunto de tácticas que la constituyen y una táctica no tiene sentido sin el objetivo —o estrategia— que la contiene. En términos bélicos, “la táctica enseña el uso de las fuerzas armadas en los encuentros, y la estrategia el uso de los encuentros para alcanzar el objetivo de la guerra”<sup>190</sup>.

El término se ha ido forjando y actualizando hasta utilizarse en todos los ámbitos de la vida humana. Existe planeación o estrategia en todas las actividades que el hombre realiza, pues en todas

---

<sup>188</sup> Ricardo Magaña Figueroa, *Entre la historia, la fortuna y los fines: reflexiones críticas sobre el concepto de estrategia*, Tesis de Maestría, FCPyS-UNAM, 2006, p. 15.

<sup>189</sup> Karl Von Clausewitz, *De la guerra*, México, Colofón, 2006, p. 66.

<sup>190</sup> *Ídem*.

estas actividades se plantean objetivos a cumplir. En el ámbito político, por tanto, también existe la planeación, pues donde existe un objetivo de dominación existe la necesidad de cuidar con precisión y cálculo los pasos que permitirán acceder a él.

En el ámbito que compete a la Comunicación Política como disciplina científica —cuyo objeto de estudio se ubica en la persuasión política— también existe la estrategia. El problema radica en que no hay bibliografía que haga referencia a los pasos específicos de una *estrategia de comunicación política*, independientemente del objetivo que se tenga. Sin embargo, no sucede lo mismo con el concepto *estrategia de comunicación*.

Después de realizar un recorrido histórico en torno al concepto de estrategia, Rafael Alberto Pérez González, en su libro *Estrategias de comunicación*, plantea varios significados para este concepto. De todos, el más operativo para los propósitos de esta investigación es el siguiente: es “el método o conjunto de métodos que sigue el comunicador y su equipo para seleccionar, estructurar y difundir su comunicación para el mejor logro de los objetivos asignados, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones de los otros jugadores (competidores, cooperadores), de sus audiencias (públicos-objetivo) y/o de la naturaleza (cambios del entorno)”<sup>191</sup>.

Se debe recordar que la presente investigación desde el marco teórico tiene como fundamento epistemológico la teoría de sistemas. Desde esta perspectiva teórico-metodológica, la comunicación es vista como un proceso en el que se involucran un emisor y un receptor en la transmisión de un mensaje. Por tanto, cuando se hace referencia al término *estrategia de comunicación*, se está hablando de un intento por incidir en este proceso, de tal manera que la respuesta del receptor sea la que le convenga al emisor.

Ahora bien, una estrategia en comunicación abarca tantos ámbitos como disciplinas existen, en los términos de Jorge Lumbreras<sup>192</sup>, es decir que pueden existir estrategias de Comunicación Política, de Comunicación Organizacional, de *Marketing* político, de Relaciones Públicas, etc. Por tanto, lo que diferencia una estrategia de cualquiera de estas disciplinas respecto de una estrategia de comunicación política es el objetivo que persigue, relacionado indiscutiblemente con el objeto de estudio de la Comunicación Política como disciplina científica, es decir, la persuasión política.

En su Tesis de Maestría, *La mercadotecnia política en la campaña presidencial de Vicente Fox y sus primeros 100 días de gobierno*, Anna Laura Montiel indica que existen dos tipos de estrategia de

---

<sup>191</sup> Rafael Alberto Pérez González, *Estrategias de comunicación*, Ariel, España, 2001, p. 560.

<sup>192</sup> Una disciplina “está constituida por los trabajos de estudio e investigación sobre un objeto de conocimiento relativamente sistematizado y definido. Las disciplinas suponen campos de conocimiento específicos cuyo objeto de estudio, si bien forma parte de otras teorías, disciplinas, y perspectivas teórico metodológica (sic), ha sido ubicado en el tiempo y en el espacio” en Jorge Lumbreras, op.cit., p. 37.

comunicación política: la comunicación mediática y la negociación. Divide a la primera en comunicación mediática y mercadotecnia política. Cuando habla de esta “subestrategia”<sup>193</sup> de comunicación mediática, hace referencia al uso que hacen los gobernantes de los medios para “el buen ejercicio del gobierno”<sup>194</sup>, para generar algo en la “opinión pública”, pues esta:

...se alimenta de múltiples factores, uno de ellos es la información que las personas reciben a través de los medios de comunicación, ésta es una más de las razones por las cuales los medios tienen un papel importante en el desarrollo de la política. El otro origen de la opinión pública es el contacto directo que tienen las personas con los asuntos o problemas, por ello es fundamental el contacto directo de quienes gobiernan y quienes son gobernados. Existen temas que son capaces de movilizar a la opinión pública y otros que no<sup>195</sup>.

Claro que Anna Laura Montiel está haciendo referencia a una comunicación mediática en un nivel colectivo, donde entran en juego medios como la radio y la televisión. Pero su clasificación no se limita a este nivel, debido a que puede abarcar cualquier sistema político en el que existan una o varias “opiniones públicas” en las que se pueda generar algo, a partir del uso de medios de comunicación — que no necesariamente deben tener un alcance colectivo—, en vías de preservar el buen ejercicio del gobierno.

Para lograr esto, se requiere que entre los ciudadanos exista la percepción de que el sistema funciona, de que lo hace para su bienestar y de que ellos tienen un rol que cumplir en ese funcionamiento. *Una estrategia de comunicación política para CONVENCER a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación sobre la importancia de la participación en los procesos político y administrativo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.*

## 4.2. Elementos de la estrategia

### 4.2.1. Objetivo

El primer elemento de la estrategia es *el objetivo*. Al hablar de comunicación política dentro de las instituciones, Claudia Velazco Flores indica (en su Tesis de Licenciatura *Estrategia de comunicación política para un plebiscito*), que:

Su finalidad consiste en ejercer el poder, distribuir el poder y realizar el bien público. Las técnicas de comunicación de las instituciones son un conjunto de reglas (principios) y procedimientos (aplicaciones específicas) de la comunicación de intensión persuasiva que, con recursos psicológicos e informativos,

---

<sup>193</sup> Se utiliza este término sólo para diferenciarlo de la “macroestrategia” de comunicación mediática, pero, en lo subsecuente, cuando se hable de estrategia de comunicación mediática, se estará haciendo referencia a esta “subestrategia”.

<sup>194</sup> Anna Laura Montiel, *La mercadotecnia política en la campaña a la presidencial de Vicente Fox y sus primeros 100 días de gobierno*, Tesis de Maestría, FCPyS-UNAM, 2004, p. 17.

<sup>195</sup> *Ibíd.*, p. 22.

llevan a cabo las instituciones para influir en los destinatarios con el fin de conseguir en estos una adhesión permanente para ejercer y distribuir el poder, y realizar el bien público”<sup>196</sup>.

Toda estrategia debe partir de un *algo* al que se busca llegar a partir de las tácticas propuestas. Sin un objetivo claro, la estrategia carece de *sentido*.

#### **4.2.2. Características ideales de los receptores**

*Las características ideales de los receptores* responden a lo que los estudiantes contestaron en la segunda pregunta, aquella que versaba sobre cuáles eran las tres principales características de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Estas se relacionan con su imaginario en tres niveles: inconsciente, preconscious y consciente. De esta forma, la primera palabra da cuenta de su inconsciente colectivo respecto del estudiante ideal de Ciencias de la Comunicación, pues son verbalizaciones que responden a lo que ellos piensan de sí mismos como parte de ese universo poblacional.

#### **4.2.3. Análisis FODA**

En el *Análisis FODA*, según Édgar García Turincio, “tanto las Fortalezas como las Debilidades, responden a elementos y factores estrictamente internos del factor a analizar (empresa, individuo, etc.); en tanto que Oportunidades y Riesgos son elementos aplicables del entorno y no dependientes de nosotros”<sup>197</sup>. En el caso de la presente estrategia, el Análisis FODA se desprende de la interpretación de los resultados presentada en el capítulo precedente. Dentro de cada semestre y opción terminal existen fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que deben ser aumentadas o disminuidas, según corresponda.

#### **4.2.4. Eje rector de comunicación**

El *eje rector de comunicación*, que consiste en “un concepto de armas en el diseño de la estrategia; un concepto que engloba las ejecuciones de comunicación; la esencia residual del mensaje que se desea permanezca en los públicos”<sup>198</sup>. Para la construcción de este eje, Édgar García Turincio apunta: “No puede ser el mismo para varias personas u organizaciones; no es una palabra, sino un concepto”<sup>199</sup>. Su

---

<sup>196</sup> Claudia Velazco Flores, *Estrategia de comunicación política para un plebiscito*, Tesis de Licenciatura, FCPyS-UNAM, 2006, p. 46.

<sup>197</sup> Édgar García Turincio, *Supergas: un caso de manejo de crisis*, Tesis de Maestría, Universidad Panamericana, Escuela de Comunicación, 2006, p. 20.

<sup>198</sup> Édgar García Turincio, *Cátedra de Relaciones Públicas*, 2009.

<sup>199</sup> *Ídem*.

construcción requiere de “la jerarquización de los atributos de acuerdo a las características principales; son cuatro atributos que permitirán se construya una frase, son conceptos aglutinantes”<sup>200</sup>.

#### **4.2.5. Mensajes clave**

Para Édgar García Turincio, citando a Octavio Rojas, “un mensaje clave es un enunciado correctamente construido, desde un punto de vista gramatical, que presenta lo que se quiere comunicar de manera directa caracterizado sobre todo por su concreción [...] son enunciados que tienen la intención de comunicar sólo una cosa (una idea, un concepto, un hecho, una indicación, etc.)”<sup>201</sup>. Aunque enfoca los mensajes clave a una estrategia de Relaciones Públicas, otorga elementos a partir de los cuales se pueden construir estos mensajes independientemente del objetivo de la estrategia: “se preparan de tres a cuatro mensajes [...] con la finalidad de que los temas y las ideas no sean tan diversas que confundan a nuestra audiencia y no dejen un mensaje residual en su mente”<sup>202</sup>. Para esta estrategia, los mensajes clave se construirán con las palabras que resultaron de la homologación de las principales características de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación y con los resultados del Análisis FODA.

#### **4.2.6. Características ideales del emisor**

Estas responden a lo contestaron en la pregunta 24, aquella que versaba sobre cuáles eran las tres principales características de un Consejero Estudiantil. En este caso también hacen referencia a su imaginario en tres niveles: inconsciente, preconscious y consciente. De esta forma, la primera palabra da cuenta de su inconsciente colectivo respecto del papel de los Consejeros Estudiantiles como representantes y, de cierta forma, como autoridades en lo que cabe a la participación política dentro de los procesos político y administrativo de la Facultad.

#### **4.2.7. Layout**

Un layout es “una estructura completa, ordenada, de los elementos esquemáticos de un anuncio: ilustración o ilustraciones, encabezado, subencabezado, cuerpo del texto, eslogan, sello, logotipo y firma”<sup>203</sup>. El layout cumple varios propósitos:

Primero, le sirve al cliente y a la agencia para desarrollar y evaluar de antemano el aspecto y la textura del anuncio. Le da al cliente (que rara vez es artista) un documento tangible que puede corregir,

---

<sup>200</sup> *Ídem.*

<sup>201</sup> Édgar García Turincio, *Supergas: un caso de manejo de crisis, Tesis de Maestría, Universidad Panamericana, Escuela de Comunicación, 2006*, p. 42.

<sup>202</sup> *Ídem.*

<sup>203</sup> William F. Arens, *Publicidad*, México, McGraw Hill, 2000, p. 372.



modificar, comentar y aprobar. Segundo, le ayuda al equipo creativo a desarrollar los elementos psicológicos del anuncio: los componentes no verbales y simbólicos [...] Tercero, una vez escogido el mejor diseño, el layout sirve de plantilla. Muestra el tamaño y la colocación de los elementos en el anuncio<sup>204</sup>.

La intención del layout es la de proveer de un boceto teórico que le permita a los creativos<sup>205</sup> diseñar las ejecuciones de comunicación, por tanto, constituyen “miniaturas, borradores, maquetas y layouts preliminares —en otras palabras, *arte no definitivo*— para probar el aspecto del anuncio y la impresión que causa [...] El proceso de aprobación tiene lugar en cada paso del proceso. En cualquier etapa del proceso de diseño y de producción podrá modificarse y hasta cancelarse el anuncio o su concepto”<sup>206</sup>.

Sin embargo, “layout” es un concepto eminentemente publicitario, pues hace referencia a una posible ejecución publicitaria —que puede ser desde un cartel hasta un comercial televisivo. En esta estrategia, no obstante, el layout se utilizará como un bosquejo teórico, a partir del cual se podrá materializar la táctica correspondiente, pero como un conjunto de signos —propiedades estructurales de significación— que, ordenados de cierta manera permitirán se actualice una interacción persuasiva.

#### 4.2.8. Comunicación vertical y horizontal

Ronald B. Adler y Jeanne Marquardt Almhurst dicen que:

“en las organizaciones, salvo en las más pequeñas, las personas necesitan un sistema que administre el flujo de información para comunicarse [...] debe existir un sistema para estructurar quién se comunicará con quién. Este sistema constituye las llamadas **redes de comunicación**, es decir, patrones regulares de las relaciones entre una persona y otra, por medio de las cuales la información fluye en una organización. Las redes son de dos tipos: formales e informales”<sup>207</sup>.

Las redes informales constituyen “patrones de interacción basados en amistades, proximidad e intereses compartidos, de tipo personal o profesional”<sup>208</sup>; sus fuentes pueden ser miembros de la familia, amigos, vecinos, conocidos, entre otros. Por otro lado, “la forma más común de describir las redes formales de comunicación es un **organigrama** [...] Los organigramas muestran que la comunicación fluye en distintas direcciones: hacia arriba, hacia abajo y horizontalmente”<sup>209</sup>.

---

<sup>204</sup> *Ibíd.*, p. 372.

<sup>205</sup> “Los miembros del equipo creativo desempeñan un papel esencial. El **redactor del texto (copywriter)** produce el mensaje *verbal*, el texto (palabras) del anuncio pronunciadas por la persona imaginaria. Casi siempre colabora con un **director de arte** que se encarga de la dimensión *no verbal* del mensaje —el diseño— que determina el aspecto visual y la sensación intuitiva del anuncio. Los dos trabajan bajo la supervisión de un **director creativo** (normalmente un ex redactor o director de arte), que asume la responsabilidad final del producto creativo: la forma definitiva del anuncio. Se da el nombre de **creativos** al grupo de personas que trabajan en el departamento de publicidad, cualquiera que sea su especialidad” en William F. Arens, *op.cit.*, p. 373.

<sup>206</sup> *Ibíd.*, p. 373.

<sup>207</sup> Ronald B. Adler y Jeanne Marquardt Almhurst, *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*, México, McGraw-Hill, 2005, p. 14.

<sup>208</sup> *Ibíd.*, p. 19.

<sup>209</sup> *Ibíd.*, pp. 14-15.

En las redes informales, entonces, existen estos tres tipos de comunicación. En primer lugar, la comunicación descendente “se presenta siempre que los superiores envían mensajes a sus subordinados”<sup>210</sup>; en segundo lugar, la ascendente se refiere “a la forma de los mensajes que fluyen de los subordinados a los superiores”<sup>211</sup>, y, por último, la horizontal, que “está compuesta por mensajes entre individuos que tienen el mismo poder”<sup>212</sup>

#### 4.2.9. Modelo de persuasión

Se hace uso del modelo de probabilidad de elaboración de Petty y Cacioppo citado en el capítulo “Persuasión y cambio de actitudes” de Miguel Moya, incluido en el libro *Psicología social*. Este modelo “se centra en los procesos responsables del cambio de actitud cuando se recibe un mensaje así como en la fuerza de las actitudes que resultan de tales procesos”<sup>213</sup>. Cuenta, además, con dos “estrategias”, que más bien consisten en dos vías de receptividad por parte de los públicos objetivo. La primera:

“denominada *ruta central*, ocurre cuando se realiza una evaluación crítica del mensaje, se analizan detenidamente los argumentos presentados, se evalúan las posibles consecuencias que implican y se pone todo esto relación (sic) con los conocimientos previos que se tienen sobre el objeto de actitud. Se trata, por tanto, de llegar a una actitud razonada (aunque esto no quiere decir libre de sesgos), bien articulada y basada en la información recibida”<sup>214</sup>;

La segunda:

“denominada *ruta periférica*, ocurre cuando la gente no tiene la motivación o la capacidad para realizar un proceso tan laborioso de evaluación del mensaje. No sería adaptativo, ni posible, que realizáramos esfuerzos mentales considerables con todos los mensajes que recibimos a diario. El procesamiento periférico describe el cambio de actitud que ocurre sin necesidad de mucho pensamiento en torno al contenido del mensaje. En este caso las actitudes se ven más afectadas por elementos externos al propio mensaje, como el atractivo de la gente o las recompensas asociadas con una particular posición actitudinal”<sup>215</sup>.

Un concepto que se desprende de estas dos “vías de receptividad” es el de *probabilidad de elaboración*, que se refiere a que “el receptor se implique en pensamientos relevantes al objeto de actitud. Cuando la probabilidad de elaboración es muy elevada, el receptor está utilizando la ruta central; cuando es muy baja, está utilizando la ruta periférica”<sup>216</sup>. Lo importante de esta es que

“si el receptor toma la ruta central, el cambio de actitud que se produzca, tanto en magnitud como en dirección dependerá de los pensamientos que la comunicación elicite o genere en el receptor. En la

---

<sup>210</sup> *Ibíd.*, p. 15.

<sup>211</sup> *Ibíd.*, p. 16.

<sup>212</sup> *Ibíd.*, p. 18.

<sup>213</sup> Miguel Moya, “Persuasión y cambio de actitudes” en *Psicología social*, Madrid. McGraw Hill, 1990, p. 218.

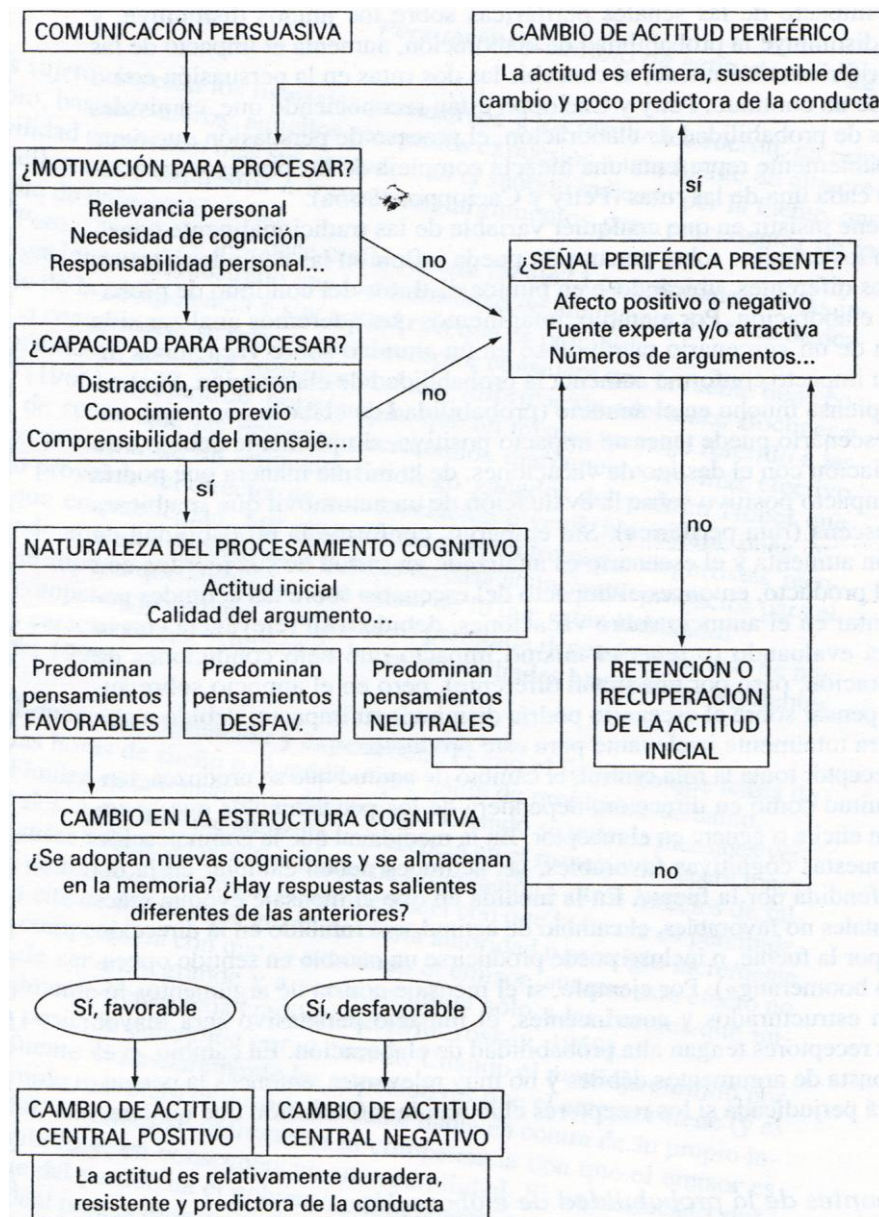
<sup>214</sup> *Ídem.*

<sup>215</sup> *Ibíd.*, pp. 218-219.

<sup>216</sup> *Ibíd.*, p. 219.

medida en que la comunicación elicite respuestas cognitivas favorables, las actitudes deben cambiar en la dirección defendida por la fuente. En la medida en que el mensaje evoque reacciones mentales no favorables, el cambio de actitud será inhibido en la dirección defendida por la fuente, o incluso puede producirse un cambio en sentido opuesto («efecto boomerang»). Por ejemplo, si el mensaje consta de argumentos lógicos, bien estructurados y convincentes, el impacto persuasivo será mayor cuando los receptores tengan alta probabilidad de elaboración. En cambio, si el mensaje consta de argumentos débiles y no muy relevantes, entonces, la persuasión verá perjudicada si los receptores elaboran información que reciben»<sup>217</sup>.

Por tanto, el modelo queda como sigue<sup>218</sup>:



<sup>217</sup> *Ibid.*, p. 220.

<sup>218</sup> La fuente del esquema es la siguiente: Trenholm, 1989, *Persuasion and Social Influence*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, en J. Francisco Morales, *op.cit.*, p. 219.

#### 4.2.10. Reglas heurísticas

Miguel Moya dice que “la persuasión no es el resultado del análisis realizado sobre la validez del mensaje, sino fruto de alguna señal o característica superficial de éste (por ejemplo, la longitud o el número de argumentos), de la fuente que lo emite (por ejemplo, su atractivo o experiencia), o de las reacciones de otras personas que reciben el mismo mensaje”<sup>219</sup>.

Así, las reglas heurísticas funcionan como “señales periféricas” que pueden ser utilizadas cuando: “a) hay baja motivación[...] b) hay baja capacidad para comprender el mensaje [...] c) se da una alta prominencia de la regla heurística: el heurístico «los datos no mienten» es más aplicable en una discusión científica que en la valoración de una película [...] y d) los elementos externos al propio mensaje son muy llamativos; por ejemplo, cuando se trata de una fuente muy atractiva”<sup>220</sup>.

Las reglas heurísticas, por tanto, consisten en todos aquellos elementos que lejos de pertenecer al proceso de transmisión de información (emisor-mensaje-receptor), inciden de manera directa en la aprehensión del mensaje persuasivo.

#### 4.2.11. Modelo McGuire

McGuire indica que:

...el cambio de actitud viene determinado fundamentalmente por dos procesos: a) la recepción del mensaje (que incluye atención, comprensión y retención) y b) la aceptación. Las características del receptor (por ejemplo, inteligencia o autoestima, entre otras) a veces tienen efectos contrarios sobre cada uno de estos dos componentes. Así, las personas más inteligentes pueden recibir y comprender mejor los mensajes, pero también, porque son más inteligentes, pueden resistirse en menor medida a ser persuadidos<sup>221</sup>.

Cualquier mensaje direccionado, entonces, aparte de tomar en cuenta las características tanto de los emisores como de los receptores, debe incluir aquellas diferencias que existen entre quienes poseen un mayor nivel académico o que simplemente poseen características “egocéntricas” —por llamarlas de alguna forma— más extendidas. El esquema<sup>222</sup>, entonces, queda como sigue<sup>223</sup>:

---

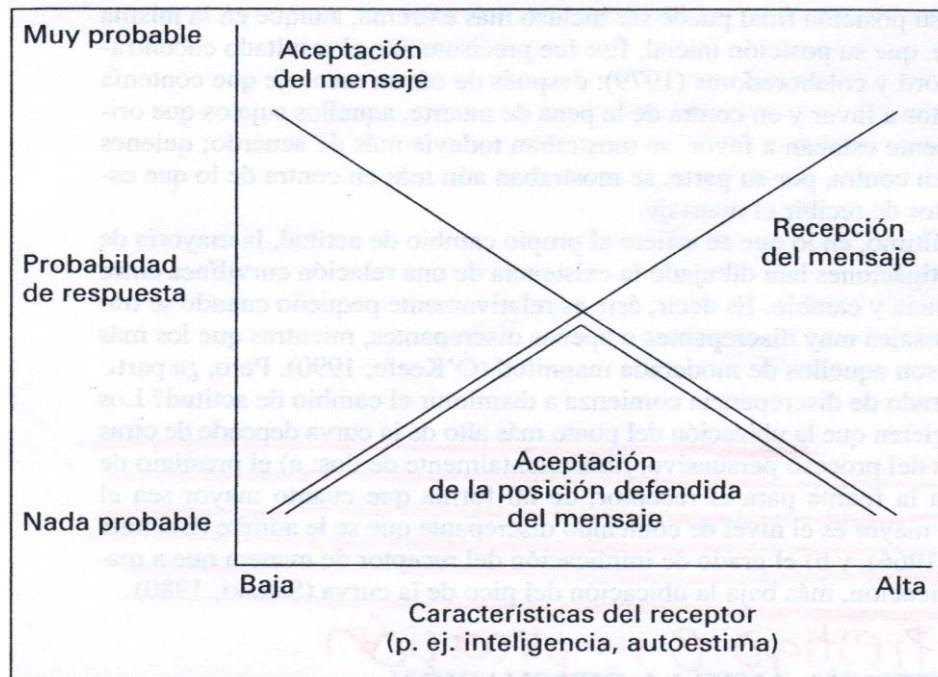
<sup>219</sup> *Ibíd.*, p. 218.

<sup>220</sup> *Ídem.*

<sup>221</sup> *Ibíd.*, p. 226.

<sup>222</sup> *Ibíd.*, p. 227.

<sup>223</sup> El esquema está basado, según el autor, en McGuire, 1968 (en J. Francisco Morales, *op.cit.*, p. 219).



#### 4.2.12. Temporalidad

La temporalidad da cuenta del tiempo que durará una determinada táctica, pues esta debe ajustarse a un tiempo específico, sin el cual la estrategia, en general, pierde su vigencia y capacidad de impacto: “Es necesario determinar la duración del ciclo de planeación, ya sea anual, semianual o trimestral. La mayoría de compañías usa el ciclo anual. También hay que programar el flujo de suceso”<sup>224</sup>.

#### 4.2.13. Parámetros para medir la incidencia

Para medir la incidencia, se plantea un *seguimiento y control* debido a que:

La estrategia debe establecer los sistemas de monitorización, mediación y evaluación de resultados que se van a adoptar. Debe precisar, pues, en qué momento y qué criterios deben seguir las investigaciones y post-tests. Garantizando que las opiniones de los públicos receptores sirvan para mejorar la eficiencia de las propias organizaciones y productos, así como para que la comunicación esté permanentemente reorientada desde sus receptores<sup>225</sup>.

<sup>224</sup> George A. Steiner, *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber*, México, Grupo Patria Cultural, 2000, p. 72.

<sup>225</sup> Rafael Alberto Pérez González, *op.cit.*, p. 569.

### 4.3. Tácticas

<p><b>Objetivo</b></p>	<p><b>CONVENCER</b> a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación sobre la importancia de la participación en los procesos político y administrativo de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</p>																									
<p><b>Temporalidad</b></p>	<p>Dado que la recolección de información se llevó a cabo en el semestre non, en el cual se encontraban los semestres primero, tercero, quinto, séptimo y noveno, la aplicación de la estrategia se realizaría de forma más eficiente en el semestre 2011-1.</p> <p>Así, se tiene que el tiempo de aplicación de la estrategia partirá del 6 de septiembre de 2010, después de que se realicen inscripciones y altas y bajas de los semestres tercero a noveno.</p> <p>Para su aplicación, se utilizará el mismo método que se siguió para aplicar los cuestionarios, de tal forma que el cronograma tentativo quedaría como sigue (se omiten los semestres séptimo y noveno, debido a que no se dará un saloneo en esos semestres):</p> <table border="1" data-bbox="423 940 1453 1472"> <thead> <tr> <th>Semestre</th> <th>Fecha de inicio</th> <th>Fecha de término</th> <th>Materia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">1°</td> <td>06/ 09/ 10</td> <td>07/ 09/ 10</td> <td>Matutino: Taller de Expresión Oral y Escrita</td> </tr> <tr> <td>06/ 09/ 10</td> <td>07/ 09/ 10</td> <td>Vespertino: Estado, Sistema y Poder Político</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">3°</td> <td>09/ 09/ 10</td> <td>10/ 09/ 10</td> <td>Matutino: Semiótica</td> </tr> <tr> <td>09/ 09/ 10</td> <td>10/ 09/ 10</td> <td>Vespertino: Metodología de la Investigación en Comunicación</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">5°</td> <td>13/ 09/ 10</td> <td>14/ 09/ 10</td> <td>Matutino: Teorías de la Comunicación III</td> </tr> <tr> <td>13/ 09/ 10</td> <td>14/ 09/ 10</td> <td>Vespertino: Teorías de la Comunicación III</td> </tr> </tbody> </table>	Semestre	Fecha de inicio	Fecha de término	Materia	1°	06/ 09/ 10	07/ 09/ 10	Matutino: Taller de Expresión Oral y Escrita	06/ 09/ 10	07/ 09/ 10	Vespertino: Estado, Sistema y Poder Político	3°	09/ 09/ 10	10/ 09/ 10	Matutino: Semiótica	09/ 09/ 10	10/ 09/ 10	Vespertino: Metodología de la Investigación en Comunicación	5°	13/ 09/ 10	14/ 09/ 10	Matutino: Teorías de la Comunicación III	13/ 09/ 10	14/ 09/ 10	Vespertino: Teorías de la Comunicación III
Semestre	Fecha de inicio	Fecha de término	Materia																							
1°	06/ 09/ 10	07/ 09/ 10	Matutino: Taller de Expresión Oral y Escrita																							
	06/ 09/ 10	07/ 09/ 10	Vespertino: Estado, Sistema y Poder Político																							
3°	09/ 09/ 10	10/ 09/ 10	Matutino: Semiótica																							
	09/ 09/ 10	10/ 09/ 10	Vespertino: Metodología de la Investigación en Comunicación																							
5°	13/ 09/ 10	14/ 09/ 10	Matutino: Teorías de la Comunicación III																							
	13/ 09/ 10	14/ 09/ 10	Vespertino: Teorías de la Comunicación III																							
<p><b>Parámetros para medir la incidencia</b></p>	<p>Se dividirá en dos la aplicación de la estrategia, se realizarán dos encuestas: una algunos días después de implementada y otra en el caso de que esta no funcionara.</p>																									

<p><b>Layouts (comunicación vertical)</b></p>	<p><b>L1. Tríptico.</b> El tríptico contendrá, en la portada, una imagen más el eje rector de comunicación, que en este caso se manejará como eslogan<sup>226</sup>. En la parte de adentro, contendrá los tres mensajes clave, que pueden mantenerse así o modificarse, de acuerdo a como considere el creativo o creativa —sin desapegarse del eje rector de comunicación—, más tres imágenes que complementen la información. En la parte trasera, contendrá un directorio en el cual se enlistarán todos los incumbentes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</p> <p><b>L2. Saloneo.</b> Este tríptico será entregado en el saloneo que llevarán a cabo los Consejeros Estudiantiles, de acuerdo al cronograma propuesto en “Temporalidad”.</p> <p><b>L2 bis. Preparación.</b> Este saloneo requerirá de una preparación previa en torno a la información contenida en la estrategia. Esta se realizará cualquier día de la semana antes del saloneo, es decir, del 30 de agosto al 3 de septiembre de 2010, con la finalidad de ubicar un día y una hora específicos en los cuales los Consejeros puedan participar en la dinámica sin que esta interfiera en sus actividades. En esta preparación se les informará acerca de los pormenores de la estrategia; se les entregará un plan de acción que incluye el cronograma detallado acerca de los salones que serán visitados, con sus respectivos horarios, además de un Q&amp;A<sup>227</sup> con todas las preguntas que pudieran hacer los líderes dentro de los grupos, junto con las respuestas a esas preguntas guiadas por los mensajes clave. Además, se trabajará un sociodrama<sup>228</sup>, del que se extraerá un FODA respecto de su capacidad para trabajar el saloneo.</p> <p><b>L3. Cartel.</b> Con la intención de fortalecer la estrategia, se realizará un cartel, que se ubicará en la zona de avisos de cada uno de los pisos de los edificios “A” y “B”. Este cartel contendrá la misma información que el tríptico, pero ubicada espacialmente de distinta manera. Dado que es una ejecución de refuerzo, no se requiere que sea tan serio como el tríptico, por lo que se buscará que resulte más atractivo para los estudiantes.</p>
---	--

<sup>226</sup> De acuerdo con William F. Arens, “los slogans tienen dos propósitos básicos: dar continuidad a una serie de anuncios de la campaña y reducir una estrategia del mensaje [...] a una frase breve, repetible y memorable”, en William F. Arens, *op.cit.*, p. 390.

<sup>227</sup> Un Questions and Answers (Q&A), “es un documento de preguntas y respuestas [...] que se elabora previo a la comparecencia de algún representante de la organización ante cualquier público interno o externo [...] una guía que nos permite movernos en “terrenos hostiles” al prever aquello con lo que pueden cuestionarnos nuestras audiencias [...] Siempre se recomienda tener respuesta para las preguntas que “jamás” quisiéramos que nos hicieran, pues si estamos capacitados para afrontar “el peor escenario”, lo demás será obviamente mucho más fácil [...] deberemos elaborar un amplio listado de preguntas con la intención de “agotar” las preguntas que pudieran hacernos nuestros detractores y con ello evitar sorpresas desagradables [...] un ideal de respuesta no es aquella que complazca al que la escucha, sino aquella que lleve nuestros mensajes clave y que nos permita mantener el dominio de la entrevista’ en Édgar García Turincio, *op.cit.*, p. 39.

<sup>228</sup> En un sociodrama se espera ‘que el comportamiento de las personas se apegue lo más posible a lo que acontecería en una situación real, lo cual permite estudiar la conducta de los individuos como si fuera un “laboratorio”, aunque [...] nunca podremos tener o crear las condiciones ideales para que podamos hablar de un experimento tal como se planea y realiza en un laboratorio de química o física’ (Raúl Rojas Soriano, *Sociodrama real en el aula*, México, Plaza y Valdés, 1997, p. 19). Se trataría, además, de un “sociodrama tradicional”, en el que “el grupo sabe con anticipación la situación que se va a dramatizar, las personas que intervendrán y los papeles que asumirá cada una en la obra; el escenario, como es lógico, se prepara para la representación teatral” (Raúl Rojas Soriano, *op.cit.*, p. 34).



	<p><b>L4. Vitrina de los Consejeros.</b> Se fortalecerá la vitrina ubicada en el Edificio “A”, y se pondrá una nueva en el área de audiovisuales del Edificio “F”.</p> <p><b>L4 bis. Diseño de las vitrinas.</b> Las vitrinas funcionarán como un vehículo de comunicación entre los incumbentes y los estudiantes. Estas vitrinas tendrán un diseño atractivo que incluirá solamente los nombres de los Consejeros de cada uno de los incumbentes (universitario, académico y técnico), debajo de los cuales se encontrarán las actividades que han llevado a cabo en el último mes. Estas actividades contendrán tanto las iniciativas que han llevado en el Consejo Técnico, como la explicación de la forma en que estas iniciativas beneficiarán a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.</p> <p><b>L5. Página de los Consejeros.</b> Se mejorará la página de los Consejeros Estudiantiles que se encuentra enlazada en la página de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</p> <p><b>L5 bis. Diseño de la página.</b> La página de los Consejeros Estudiantiles se modificará. Su diseño será más dinámico que la actual página. Se enlazarán los distintos blogs que los Consejeros tienen, además de que se expondrán con detalle las iniciativas que se presentan de manera general en las vitrinas.</p> <p><b>L6. Vitrina de las autoridades.</b> Se mejorará la vitrina ubicada en la entrada de la Coordinación de Ciencias de la Comunicación, ubicada en el Edificio “A”.</p> <p><b>L6 bis. Diseño de la vitrina.</b> Esta vitrina también se mejorará, de tal forma que se vea más creativa.</p>
<p><b>Layouts (comunicación horizontal)</b></p>	<p><b>L7. Grupo de Facebook.</b> Este se enlazará desde la página de los Consejeros Estudiantiles. La diferencia entre este grupo y los demás layouts, es que si bien contendrá información institucional, será construido con las opiniones y comentarios de los estudiantes de la Facultad.</p> <p><b>L8. Gaceta de información política.</b> Servirá como fuente de información autogestiva, en la cual participarán alumnos de todas las opciones terminales.</p> <p><b>L8 bis. Diseño de la gaceta.</b> Esta gaceta tendrá como finalidad hacer que la información de las decisiones que se toman en el Consejo Técnico de la Facultad resulte interesante, además de atractiva, para los estudiantes de todos los semestres. Para esto, los estudiantes que estén interesados en participar deberán provenir de cada una de las opciones terminales. Los de Periodismo se encargarán de todo el manejo de la información; los de Comunicación Política, del análisis del contenido de esta información; los de Publicidad, se encargarán de difundirla; los de Comunicación Organizacional, realizarán estrategias de comunicación interna para fomentar la productividad dentro de la organización que constituiría la revista para evitar que esta desaparezca con el paso del tiempo, y los de Producción Audiovisual se encargarán de dotarla de contenido interactivo.</p>



<b>Características ideales de los receptores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Críticos</li> <li>2. Sociables</li> <li>3. Informativos</li> </ol>
<b>Eje rector de comunicación</b>	Para hacer una mejor crítica, infórmate y socializa el conocimiento sobre tu Consejo Técnico.
<b>Mensajes clave</b>	<p><b>M1.</b> En Comunicación, la socialización es vital. Es a partir de ella que nos enteramos de los intereses, gustos y aficiones de las demás personas. Socializar significa, además, estar al tanto de aquellas cosas que nos afectan o que nos hacen ser mejores. Así, socializar el conocimiento es fundamental para mejorar nuestro entorno. Si somos capaces de socializar el conocimiento que tenemos específicamente sobre lo político, seremos capaces de saber qué hacer cuando necesitemos actuar para cambiar el estado de cosas.</p> <p><b>M2.</b> La información es fundamental en el trabajo de un comunicólogo. Sin acceso a la información de primera mano, resulta imposible desarrollar estrategias encaminadas a eficientar los canales de comunicación. Por tanto, debemos ser capaces de eficientar esos canales por nosotros mismos, en lo que cabe a la información política, de tal forma que las posibilidades de incidir en la toma de decisiones sean mayores.</p> <p><b>M3.</b> La crítica es fundamental para el cambio. Donde existen la denuncia y el debate, las posibilidades de cambiar el estado de cosas presente son mayores. Pero, la crítica debe tener sustento en la información, pues una crítica sin sustento carece de validez.</p>

#### 4.3.1. Primer semestre

<b>Características ideales de los receptores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sociables</li> <li>2. Informativos</li> <li>3. Críticos</li> </ol>
	<p><b>Lista de Fortalezas</b></p> <p><b>F1.</b> Tienen el nivel más alto de afectividad hacia el sistema</p> <p><b>F2.</b> No son alienados políticos</p> <p><b>F3.</b> Acaban de ingresar a la Facultad, por lo que están más abiertos a empaparse de todo lo que esta les ofrezca</p> <p><b>Lista de Oportunidades</b></p> <p><b>O1.</b> Su nivel de conocimiento va a ir aumentando conforme avancen de semestre</p> <p><b>O2.</b> Se encuentran en una de las facultades más politizadas de a UNAM</p> <p><b>O3.</b> Tienen la oportunidad de cursar una de las pocas materias que tienen un</p>

<p><b>Análisis FODA</b></p>	<p>contenido político (Estado, Sistema y Poder Político)  <b>O4.</b> No se mueven de salón, como los de otros semestres</p> <p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> Tienen uno de los niveles más bajos de conocimiento  <b>D2.</b> Al no ser una carrera que tenga una relación directa con la política, los estudiantes no tienen un interés por participar en el proceso político  <b>D3.</b> Algunos estudiantes que ingresan a esta carrera provienen de los falsos colectivos imaginarios en torno a su campo laboral, por lo que terminan por abandonar la carrera</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> Al encontrarse tan receptivos a los insumos políticos de la Facultad y dado que no se mueven de salón, pueden ser presa de grupos políticos que atenten contra la estabilidad del sistema</p>
<p><b>Eje rector de comunicación</b></p>	<p>Para hacer una mejor crítica, infórmate y socializa el conocimiento sobre tu Consejo Técnico.</p>
<p><b>Mensajes clave</b></p>	<p><b>M1.</b> En Comunicación, la socialización es vital. Es a partir de ella que nos enteramos de los intereses, gustos y aficiones de las demás personas. Socializar significa, además, estar al tanto de aquellas cosas que nos afectan o que nos hacen ser mejores. Así, socializar el conocimiento es fundamental para mejorar nuestro entorno. Si somos capaces de socializar el conocimiento que tenemos específicamente sobre lo político, seremos capaces de saber qué hacer cuando necesitemos actuar para cambiar el estado de cosas.</p> <p><b>M2.</b> La información es fundamental en el trabajo de un comunicólogo. Sin acceso a la información de primera mano, resulta imposible desarrollar estrategias encaminadas a eficientar los canales de comunicación. Por tanto, debemos ser capaces de eficientar esos canales por nosotros mismos, en lo que cabe a la información política, de tal forma que las posibilidades de incidir en la toma de decisiones sean mayores.</p> <p><b>M3.</b> La crítica es fundamental para el cambio. Donde existen la denuncia y el debate, las posibilidades de cambiar el estado de cosas presente son mayores. Pero, la crítica debe tener sustento en la información, pues una crítica sin sustento carece de validez.</p>
<p><b>Características ideales del emisor</b></p>	<p>1. Líder  2. Comprometido  3. Responsable</p>
	<p><b>¿MOTIVACIÓN PARA PROCESAR?</b></p>

**Modelo de persuasión**

**¿Es relevante para los estudiantes?** Como se dijo, puede ser que no estén tan interesados en la política, pero, dado que se encuentran en primer semestre, se hallan interesados dispuestos a empaparse de cualquier cosa.

**¿Necesidad de cognición?** Existe una necesidad de cognición, dado que existe esta apertura.

**Responsabilidad personal...** En primer lugar, debe mencionarse que existe afinidad de los estudiantes respecto de los Consejeros Estudiantiles. Esto significa que se sienten afectivamente orientados hacia ellos, considerándolos una autoridad en la materia. De tal forma que si les transmiten un mensaje persuasivo respecto de la importancia de participar en los procesos político y administrativo de la Facultad, los estudiantes se sentirán más responsables de hacerlo.

**¿CAPACIDAD PARA PROCESAR?**

**Distracción.** Existirán pocas posibilidades de distracción, dado que se trabajarán varios flancos con distintos vehículos de comunicación.

**Repetición.** Se generará una repetición que sea lo suficiente como para que el eje rector se mantenga vigente, pero que no sea tan excesiva que genere desinterés.

**Conocimiento previo.** Los estudiantes de primer semestre son los que muestran los niveles más bajos de conocimiento respecto de los procesos político y administrativo de la Facultad, de tal forma que carecen de este conocimiento previo, necesario para que el mensaje sea aprehendido.

**Comprensibilidad del mensaje.** El mensaje está construido de tal manera que pueda ser fácilmente entendido, además de que apela al inconsciente colectivo que tienen como estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

**NATURALEZA DEL PROCESAMIENTO COGNITIVO**

**Actitud inicial.** Es posible que al principio no exista una actitud favorable hacia los Consejeros Estudiantiles, debido a que muchos de ellos ni siquiera los conocen; sin embargo, son sensibles al liderazgo, de tal forma que si el consejero es capaz de mostrar actitudes de liderazgo, muy posiblemente alcance a generar una actitud favorable hacia él, de tal forma que exista una mejor recepción del mensaje.

**Calidad del argumento.** El argumento es de calidad en cuanto está construido con base en la información arrojada por una investigación previa.

**PENSAMIENTO PREDOMINANTE**

Es probable que predominen tanto pensamientos FAVORABLES, DESFAVORABLES como NEUTRALES, debido a que algunos estudiantes pueden aprehender positivamente la información, otros pueden aprehenderla de manera negativa y otros simplemente pueden ser indiferentes. Sin embargo, dado que los estudiantes de primer semestre se encuentran más dispuestos a aprehender cosas nuevas respecto de la Facultad, las posibilidades de que los pensamientos FAVORABLES persistan son mayores. En caso de que tiendan hacia lo neutro, lo que se tendría que hacer es reforzar los heurísticos, de tal forma que se alcance un CAMBIO DE ACTITUD PERIFÉRICO.

**CAMBIO EN LA ESTRUCTURA COGNITIVA**

**¿Se adoptan nuevas cogniciones y se almacenan en la memoria? ¿Hay respuestas salientes diferentes de las anteriores?**

	Esta pregunta revela la evaluación de la estrategia, de tal forma que para conocer el resultado, tendría que hacerse un nuevo levantamiento, en el cual se verificara si existió un cambio actitudinal profundo, y si este fue favorable o no. Esto se especifica en los “parámetros para medir la incidencia”.
<b>Reglas heurísticas</b>	<p><b>Competencia.</b> En el caso del saloneo sí existe competencia por parte de la fuente, dado que serían los Consejeros Estudiantiles los encargados de trabajar esta táctica de comunicación. En los otros layouts se agregará un logo institucional, de tal forma que se reconozca que la fuente es la misma Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</p> <p><b>Sinceridad.</b> Existe una percepción de que la fuente es sincera, en el caso de los Consejeros, debido a que les otorgan características positivas (liderazgo, compromiso y responsabilidad), en vez de negativas.</p> <p><b>Atractivo de la fuente.</b> La característica más importante de los Consejeros es su liderazgo. Si los estudiantes reconocen a los Consejeros como líderes, les están otorgando un atractivo que escapa a la belleza física.</p>
<b>Modelo McGuire</b>	Los estudiantes de primer semestre no se consideran a sí mismos inteligentes. De hecho, la inteligencia no se encuentra entre las tres más importantes, aunque sí la sociabilidad, que podría tomarse como una característica positiva de la autoestima. Así, mientras que la percepción de la inteligencia es baja, la de la autoestima es alta. Esto deriva en que pueda existir una nada o poco probable <i>aceptación de la posición defendida en el mensaje</i> , pero una poco probable <i>aceptación del mensaje</i> , lo mismo que una poco probable <i>recepción del mensaje</i> . Por tanto, para poder incidir en la conducta de los estudiantes, se tiene que trabajar sobre todo en aquellos que no son líderes —es decir, aquellos que <i>no</i> tienden a participar proactivamente, además de que debe evitarse que los líderes pongan en entredicho el mensaje persuasivo, de tal forma que no puedan incidir en el comportamiento de sus compañeros —por tanto, es de vital importancia trabajar el Q&A.

#### 4.3.2. Tercer semestre

<b>Características ideales de los receptores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sociables</li> <li>2. Críticos</li> <li>3. Comunicativos</li> </ol>
	<p><b>Lista de Fortalezas</b></p> <p><b>F1.</b> Estuvieron involucrados de manera directa o indirecta en las elecciones de Consejeros Estudiantiles de 2009</p> <p><b>F2.</b> Se perfila un grupo de estudiantes con interés tanto en la política en general como en la toma de decisiones de la Facultad en particular</p> <p><b>Lista de Oportunidades</b></p>

<p><b>Análisis FODA</b></p>	<p><b>O1.</b> En cuarto semestre tienen acceso a una de las dos materias con contenido político: Opinión Pública y Propaganda</p> <p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> Tienen un conocimiento bajo  <b>D2.</b> Su afectividad es más baja respecto de la de primer semestre</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> A pesar de tener dos años en la Facultad, los incumbentes parecen no tener influencia en ellos  <b>A2.</b> No tienen ninguna materia relacionada con la política en tercer semestre sino hasta cuarto, y para muchos de ellos es poco importante</p>
<p><b>Eje rector de comunicación</b></p>	<p>Socializa tu experiencia política en la Facultad: comunica tu crítica.</p>
<p><b>Mensajes clave</b></p>	<p><b>M1.</b> En Comunicación, la socialización es vital. Es a partir de ella que nos enteramos de los intereses, gustos y aficiones de las demás personas. Socializar significa, además, estar al tanto de aquellas cosas que nos afectan o que nos hacen ser mejores. Así, socializar el conocimiento es fundamental para mejorar nuestro entorno. Si somos capaces de socializar el conocimiento que tenemos específicamente sobre lo político, seremos capaces de saber qué hacer cuando necesitemos actuar para cambiar el estado de cosas.</p> <p><b>M2.</b> Comunicar las experiencias significa ponerlas en común, para que las demás personas las conozcan y, si es posible, las pongan en práctica. En política, comunicar es fundamental, pues sin comunicación no hay política. Por tanto, poner en común las experiencias políticas previas significa la posibilidad de que las demás personas accedan a un conocimiento práctico de la política, sin el cual las posibilidades de incidencia en la toma de decisiones son menores.</p> <p><b>M3.</b> La crítica es fundamental para el cambio. Donde existen la denuncia y el debate, las posibilidades de cambiar el estado de cosas presente son mayores. Pero, la crítica debe tener sustento en la información, pues una crítica sin sustento carece de validez.</p>
<p><b>Características ideales del emisor</b></p>	<p>1. Comprometido  2. Responsable  3. Líder</p>
	<p><b>¿MOTIVACIÓN PARA PROCESAR?</b>  <b>¿Es relevante para los estudiantes?</b> Dado que algunos de los estudiantes de este semestre participaron en las elecciones de Consejeros Estudiantiles de 2009, además de que otros se encuentran envueltos en la política de la Facultad, resulta</p>

**Modelo de persuasión**

relevante para ellos la información política de esta institución.

**¿Necesidad de cognición?** No se encuentran ya tan abiertos a recibir los estímulos del entorno como los de primero, debido a que han estado más tiempo en la Facultad. Además, se sienten menos relacionados con los incumbentes. Entonces, a pesar de que exista un grupo de ellos que se encuentre orientado positivamente hacia la política de la Facultad, la mayoría se muestra alienado respecto de esta. La necesidad de cognición, por tanto, es baja.

**Responsabilidad personal...** Existirá responsabilidad personal en cuanto se fomente la participación de los líderes, y que estos puedan hacer llegar el contenido de la estrategia a los estudiantes que forman parte de sus grupos de referencia.

**¿CAPACIDAD PARA PROCESAR?**

**Distracción.** Existirán pocas posibilidades de distracción, dado que se trabajarán varios flancos con distintos vehículos de comunicación.

**Repetición.** Se generará una repetición que sea lo suficiente como para que el eje rector se mantenga vigente, pero que no sea tan excesiva que genere desinterés.

**Conocimiento previo.** En tercer semestre existe un mayor conocimiento respecto de los procesos político y administrativo de la Facultad, aunque no alcanza a ser el mismo que en quinto semestre. La diferencia con primero es que tuvieron la oportunidad de participar en las elecciones de Consejeros Estudiantiles de 2009, lo que les otorga más elementos de referencia para que el mensaje persuasivo sea aprehendido.

**Comprensibilidad del mensaje.** El mensaje está construido de tal manera que pueda ser fácilmente entendido, además de que apela al inconsciente colectivo que tienen como estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

**NATURALEZA DEL PROCESAMIENTO COGNITIVO**

**Actitud inicial.** Es posible que al principio no exista una actitud favorable hacia los Consejeros Estudiantiles, debido a que muchos de ellos ni siquiera los conocen; sin embargo, son sensibles al liderazgo, de tal forma que si el consejero es capaz de mostrar actitudes de liderazgo, muy posiblemente alcance a generar una actitud favorable hacia él, de tal forma que exista una mejor recepción del mensaje.

**Calidad del argumento.** El argumento es de calidad en cuanto está construido con base en la información arrojada por una investigación previa.

**PENSAMIENTO PREDOMINANTE**

Es probable que predominen pensamientos DESFAVORABLES y NEUTRALES, debido a que la mayoría de los estudiantes tienen una percepción positiva de los Consejeros, pero existen quienes los ven como desinteresados. Esto quiere decir que en algunos estudiantes se puede generar CAMBIO DE ACTITUD PERIFÉRICO, por lo que deben trabajarse las reglas heurísticas para que exista, por lo menos, un cambio de actitud periférico.

**CAMBIO EN LA ESTRUCTURA COGNITIVA**

**¿Se adoptan nuevas cogniciones y se almacenan en la memoria? ¿Hay respuestas salientes diferentes de las anteriores?**

Esta pregunta revela la evaluación de la estrategia, de tal forma que para conocer

	el resultado, tendría que hacerse un nuevo levantamiento, en el cual se verificara si existió un cambio actitudinal profundo, y si este fue favorable o no. Esto se especifica en los “parámetros para medir la incidencia”.
<b>Reglas heurísticas</b>	<p><b>Competencia.</b> En el caso del saloneo sí existe competencia por parte de la fuente, dado que serían los Consejeros Estudiantiles los encargados de trabajar esta táctica de comunicación. En los otros layouts se agregará un logo institucional, de tal forma que se reconozca que la fuente es la misma Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</p> <p><b>Sinceridad.</b> Existe una percepción de que la fuente es sincera, en el caso de los Consejeros, debido a que les otorgan características positivas (compromiso, responsabilidad y liderazgo), en vez de negativas.</p> <p><b>Atractivo de la fuente.</b> A pesar de que no es la principal característica, los estudiantes de tercer semestre también consideran que los Consejeros son líderes, de tal forma que les otorgan un atractivo que escapa a la belleza física.</p>
<b>Modelo McGuire</b>	En tercer semestre, los estudiantes se consideran bastante inteligentes. Si bien no es de las tres principales características, sí se encuentra en cuarto lugar, junto con otras que hablan de una autopercepción positiva respecto del desempeño personal (lectores, responsables, analíticos). Sin embargo, la apatía también se encuentra en cuarto lugar. Entonces, existe una autopercepción que se inclina hacia la elevada inteligencia y, a la vez, hacia la media autoestima. Se estaría hablando, por tanto, de una nada o poco probable <i>aceptación de la posición defendida en el mensaje</i> , pero de una poco o algo probable <i>aceptación del mensaje</i> , lo mismo que de una poco o algo probable <i>recepción del mensaje</i> . A diferencia de los estudiantes de primer semestre, los de tercero se consideran todavía más críticos respecto de los mensajes que reciben, de tal forma que se debe tener más cuidado a la hora de implementar la estrategia, pues, aparte, no se encuentran tan abiertos a los estímulos del entorno.

#### 4.3.3. Quinto semestre

<b>Características ideales de los receptores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sociables</li> <li>2. Críticos</li> <li>3. Responsables</li> </ol>
	<p><b>Lista de Fortalezas</b></p> <p><b>F1.</b> Tienen uno de los niveles más altos de conocimiento</p> <p><b>F2.</b> Prestan bastante atención a las cuestiones políticas, sobre todo en lo que respecta a las campañas</p> <p><b>F3.</b> El grupo de estudiantes que desde tercero se perfilaba interesando en las cuestiones políticas se muestra ahora más coherente y competente</p> <p><b>F4.</b> Al igual que los estudiantes de tercer semestre, también se vieron</p>

<p><b>Análisis FODA</b></p>	<p>involucrados de manera directa o indirecta en las elecciones de 2009</p> <p><b>F5.</b> Al fortalecerse el grupo de estudiantes interesados en la política, se muestran también rasgos de liderazgo entre algunos de ellos</p> <p><b>Lista de Oportunidades</b></p> <p><b>O1.</b> Al ingresar a las opciones terminales, sus relaciones con los demás estudiantes todavía son bastante sólidas</p> <p><b>O2.</b> Si en términos generales, el nivel de cultura política va aumentando conforme avanzan de semestre, también lo hace la cooperación cívica, por lo que en este semestre se generan las condiciones para que exista una mayor cooperación a nivel generacional</p> <p><b>Lista de Debilidades</b></p> <p><b>D1.</b> Comienzan a considerarse diferentes entre ellos respecto de los distintos perfiles de sus opciones terminales de preferencia</p> <p><b>D2.</b> Tienen el más bajo nivel de afectividad</p> <p><b>Lista de Amenazas</b></p> <p><b>A1.</b> A pesar de mostrar rasgos de cooperación cívica, comienza a generarse una fragmentación entre ellos cuando ingresan a las opciones terminales</p>
<p><b>Eje rector de comunicación</b></p>	<p>Socializa una crítica responsable.</p>
<p><b>Mensajes clave</b></p>	<p><b>M1.</b> En Comunicación, la socialización es vital. Es a partir de ella que nos enteramos de los intereses, gustos y aficiones de las demás personas. Socializar significa, además, estar al tanto de aquellas cosas que nos afectan o que nos hacen ser mejores. Así, socializar el conocimiento es fundamental para mejorar nuestro entorno. Si somos capaces de socializar el conocimiento que tenemos específicamente sobre lo político, seremos capaces de saber qué hacer cuando necesitemos actuar para cambiar el estado de cosas.</p> <p><b>M2.</b> La crítica es fundamental para el cambio. Donde existen la denuncia y el debate, las posibilidades de cambiar el estado de cosas presente son mayores. Pero, la crítica debe tener sustento en la información, pues una crítica sin sustento carece de validez.</p> <p><b>M3.</b> En Comunicación, la responsabilidad es de primer orden. Donde existe irresponsabilidad permean los problemas. Por tanto, un comunicólogo debe ser capaz de ser tan responsable como los problemas y actividades lo ameriten. También debe ser responsable consigo mismo y con el entorno. Así, la responsabilidad implica de manera inherente la responsabilidad política: informarse de lo que sucede y participar para mejorar aquello que lo amerite en el ámbito en que desarrolla su trabajo.</p>
<p><b>Características</b></p>	<p><b>1.</b> Comprometido</p>



<b>ideales del emisor</b>	<b>2. Responsable</b> <b>3. Líder</b>
<b>Modelo de persuasión</b>	<p><b>¿MOTIVACIÓN PARA PROCESAR?</b>  <b>¿Es relevante para los estudiantes?</b> Es relevante en cuanto que son los estudiantes que tienen un mayor nivel de cultura política.  <b>¿Necesidad de cognición?</b> Tal vez no todos tengan esa necesidad de cognición. Sin embargo, ese grupo de personas que durante los primeros semestres se notaba interesada en la política de la Facultad, ahora constituye un grupo mucho más homogéneo, con la característica de que puede ser fácilmente identificado. De tal forma que este grupo está abierto a la información política, de forma más fehaciente que los otros estudiantes, además de que puede hacer que esta información fluya, a partir de sus grupos de amigos. Además, al mostrar un elevado interés en las campañas políticas, tienen más facilidad para aprehender el contenido de este tipo de campañas, de tal forma que la estrategia tendrá mejor recibimiento de su parte.  <b>Responsabilidad personal...</b> Su nivel de cooperación cívica es elevado. Tienen una responsabilidad mayor que los de los otros semestres en cuanto a las metas en común. Si las metas en común también son políticas, la responsabilidad es mayor.</p> <p><b>¿CAPACIDAD PARA PROCESAR?</b>  <b>Distracción.</b> Existirán pocas posibilidades de distracción, dado que se trabajarán varios flancos con distintos vehículos de comunicación.  <b>Repetición.</b> Se generará una repetición que sea lo suficiente como para que el eje rector se mantenga vigente, pero que no sea tan excesiva que genere desinterés.  <b>Conocimiento previo.</b> El nivel de cultura política es elevado en este semestre. El conocimiento respecto de la forma en que se generan los procesos político y administrativo de la Facultad, también es elevado. Por tanto, los estudiantes de este semestre tienen el suficiente conocimiento previo, como para que la estrategia sea aprehendida de la mejor manera.  <b>Comprensibilidad del mensaje.</b> El mensaje está construido de tal manera que pueda ser fácilmente entendido, además de que apela al inconsciente colectivo que tienen como estudiantes de Ciencias de la Comunicación.</p> <p><b>NATURALEZA DEL PROCESAMIENTO COGNITIVO</b>  <b>Actitud inicial.</b> Existe una actitud favorable en cuanto cuentan con un elevado nivel de cultura política.  <b>Calidad del argumento.</b> El argumento es de calidad en cuanto está construido con base en la información arrojada por una investigación previa.</p> <p><b>PENSAMIENTO PREDOMINANTE</b>  Predominarán pensamientos FAVORABLES, en cuanto se muestran bastante optimistas respecto de los Consejeros Estudiantiles, de tal forma que son bajas las posibilidades de que se genere un CAMBIO DE ACTITUD PERIFÉRICO.</p> <p><b>CAMBIO EN LA ESTRUCTURA COGNITIVA</b>  <b>¿Se adoptan nuevas cogniciones y se almacenan en la memoria? ¿Hay respuestas salientes diferentes de las anteriores?</b></p>

	Esta pregunta revela la evaluación de la estrategia, de tal forma que para conocer el resultado, tendría que hacerse un nuevo levantamiento, en el cual se verificara si existió un cambio actitudinal profundo, y si este fue favorable o no. Esto se especifica en los “parámetros para medir la incidencia”.
<b>Reglas heurísticas</b>	<p><b>Competencia.</b> En el caso del saloneo sí existe competencia por parte de la fuente, dado que serían los Consejeros Estudiantiles los encargados de trabajar esta táctica de comunicación. En los otros layouts se agregará un logo institucional, de tal forma que se reconozca que la fuente es la misma Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.</p> <p><b>Sinceridad.</b> Existe una percepción de que la fuente es sincera, en el caso de los Consejeros, debido a que les otorgan características positivas (compromiso, responsabilidad y liderazgo), en vez de negativas.</p> <p><b>Atractivo de la fuente.</b> A pesar de que no es la principal característica, los estudiantes de tercer semestre también consideran que los Consejeros son líderes, de tal forma que les otorgan un atractivo que escapa a la belleza física.</p>
<b>Modelo McGuire</b>	Entre los estudiantes de quinto semestre persiste una autopercepción positiva. Entonces, cuentan con una autoestima alta. Sin embargo, no se puede decir lo mismo de la inteligencia. A diferencia de tercer semestre, donde la inteligencia se encontraba en los primeros lugares, en quinto no sucede igual. Por tanto, Se estaría hablando de una nada probable <i>aceptación de la posición defendida en el mensaje</i> , pero de una muy probable <i>aceptación del mensaje</i> ; la <i>recepción del mensaje</i> se encontraría entre lo nada probable y lo muy probable. A pesar de lo anterior, los estudiantes de este semestre todavía se consideran muy críticos, de tal forma que es probable que existan pocas posibilidades de que este sea aprehendido. Sin embargo, se muestran abiertos a aspectos más relacionados con el mensaje, como por ejemplo, la creatividad. Si el mensaje es creativo, entonces, lo aprehenderán mejor.

#### 4.3.4. Séptimo semestre (y opciones terminales)

<b>Características ideales de los receptores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Críticos</li> <li>2. Creativos</li> <li>3. Inteligentes</li> </ol>
	<p><b>GLOBAL</b></p> <p><b>Lista de Fortalezas</b></p> <p><b>F1.</b> Se vieron involucrados de manera directa o indirecta en las elecciones de Consejeros Estudiantiles de 2007 y 2009</p> <p><b>F2.</b> Algunos estudiantes de este semestre fueron candidatos a Consejeros Estudiantiles</p> <p><b>F3.</b> Los recursos de información política son más accesibles pues muchos de los</p>

estudiantes de este semestre formaron parte de los equipos de campaña de algunos candidatos que obtuvieron el triunfo

**F4.** Tienen mayor conocimiento respecto de los grupos de poder

**F5.** En este semestre se encuentran los estudiantes con el más elevado interés por participar en la toma de decisiones

#### **Lista de Oportunidades**

**O1.** Podrían participar mediante los grupos de poder si quisieran hacerlo

#### **Lista de Debilidades**

**D1.** Los estudiantes están seguros de la decisión que tomaron, de tal suerte que su perfil se determina aún más

#### **Lista de Amenazas**

**A1.** El principal incumbente de la carrera no proviene de su semestre, lo que deriva en una falta de lealtad hacia el mismo

**A2.** La fragmentación que se genera respecto de sus perfiles profesionales incide en su nivel de cultura política

### **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

#### **Lista de Fortalezas**

**F1.** Tienen un elevado nivel de lealtad hacia el sistema

**F2.** Son muy tolerantes

**F3.** Son institucionales

#### **Lista de Oportunidades**

**O1.** Tienen la oportunidad de insertarse en un mercado laboral que demanda profesionistas preparados en el ámbito de la asesoría en servicios de comunicación

**O2.** La Consejera Técnica suplente forma parte de esta opción terminal

#### **Lista de Debilidades**

**D1.** Tienen un bajo nivel de conocimientos

**D2.** Tienden a calificar sin tener el conocimiento

#### **Lista de Amenazas**

**A1.** Frente a una crisis económica podrían perder el privilegio que tienen de ingresar al mercado laboral

### **COMUNICACIÓN POLÍTICA**

#### **Lista de Fortalezas**

**F1.** Tienen una cultura política participante

**F2.** Tienen acceso a los recursos de información política

**F3.** En los últimos años han tenido una incidencia directa en la toma de decisiones, pues los Consejeros Técnicos titulares han provenido de esta opción

**F4.** Se muestran muy tolerantes hacia las preferencias políticas de los demás

#### **Lista de Oportunidades**

<p><b>Análisis FODA</b></p>	<p><b>O1.</b> Tienen una cultura política participante tanto dentro como fuera del sistema político que representa la Facultad</p> <p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> En noveno semestre se presenta menor afectividad que en séptimo  <b>D2.</b> Son los únicos que muestran una nula lealtad política</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> Tienden a la alineación política, en términos de no concebir un cambio en el estado de cosas presente  <b>A2.</b> Son muy pocos numéricamente hablando</p> <p><b>PERIODISMO</b>  <b>Lista de Fortalezas</b>  <b>F1.</b> No muestran una pauta parroquial tan arraigada</p> <p><b>Lista de Oportunidades</b>  <b>O1.</b> Es probable que trabajen en medios de comunicación  <b>O2.</b> Dentro de su plan de estudios cuentan con una materia con contenido político: Análisis de Políticas de Comunicación  <b>O3.</b> Periodismo es la única opción terminal que cuenta con una base introductora sólida en los primeros semestres con las materias de Géneros Periodísticos I, II y III  <b>O4.</b> En el área periodística, la Facultad se encuentra bien posicionada respecto de otras universidades  <b>O5.</b> Existen varias revistas estudiantiles, como <i>Escrutinio</i>, en las cuales trabajan estudiantes de esta opción terminal</p> <p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> Tienen un bajo nivel de cultura política pese a que su trabajo tiene que ver con la información</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> Ante el debate epistemológico en torno a las Ciencias de la Comunicación, el Periodismo está siendo relegado hacia una esfera técnica  <b>A2.</b> Como opción terminal está perdiendo interés por parte de los estudiantes</p> <p><b>PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL</b>  <b>Lista de Fortalezas</b>  <b>F1.</b> Presentan una relación afectiva con los colectivos  <b>F2.</b> Junto con Publicidad, es la opción que tiene un mayor número de estudiantes</p> <p><b>Lista de Oportunidades</b>  <b>O1.</b> La inclusión en el plan de estudios de la materia Regulación de los Medios Electrónicos  <b>O2.</b> Tienen altas posibilidades de trabajar en medios de comunicación</p>
-----------------------------	--

	<p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> Su labor no tiene relación con la política  <b>D2.</b> Son altamente competitivos e individualistas  <b>D3.</b> Fluctúan entre el parroquialismo y la alienación política</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> Pasan casi todo el tiempo en el edificio “F”  <b>A2.</b> Sufren de la falta del material técnico actualizado para que realicen su trabajo  <b>A3.</b> Tienen poco acceso a medios de información política dentro de la Facultad</p> <p><b>PUBLICIDAD</b>  <b>Lista de Fortalezas</b>  <b>F1.</b> Un grupo de estudiantes provenientes de esta opción tuvo una fuerte incidencia en las elecciones de Consejeros Estudiantiles de 2009  <b>F2.</b> En séptimo semestre, tienen una incidencia en la toma de decisiones, pues algunos de los estudiantes de esta opción terminal se convirtieron en Consejeros</p> <p><b>Lista de Oportunidades</b>  <b>O1.</b> Muchos de los estudiantes de Publicidad se consideran altamente creativos y buscan desenvolverse en esa área  <b>O2.</b> Es la opción que tiene mayor número de estudiantes</p> <p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> Su opción no tiene una relación directa con la política  <b>D2.</b> A pesar de haber participado en este proceso muestran bajos niveles de conocimiento y afectividad</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> Que algunos estudiantes se hayan interesado por incidir en la toma de decisiones pudo ser un caso aislado</p>
<p><b>Eje rector de comunicación</b></p>	<p>Crítica con creatividad: sé inteligente.</p>
<p><b>Mensajes clave</b></p>	<p><b>M1.</b> La crítica es fundamental para el cambio. Donde existen la denuncia y el debate, las posibilidades de cambiar el estado de cosas presente son mayores. Pero, la crítica debe tener sustento en la información, pues una crítica sin sustento carece de validez.</p> <p><b>M2.</b> La Comunicación sin creatividad se convierte en una comunicación sin emoción. La creatividad es algo que requiere destreza e inteligencia. Destreza para saber dónde y cómo ser creativo; inteligencia para saber qué elemento destacar o cuál omitir. Si la creatividad se conduce a todas las actividades que se realizan en la licenciatura, es necesaria también para el trabajo político. Sin creatividad, este trabajo se presenta plano y cuadrado.</p>

	<p><b>M3.</b> La inteligencia es fundamental para realizar cualquier actividad práctica. La inteligencia es algo que como estudiante se posee desde que se ingresa a la universidad: no cualquiera puede hacerlo. Pero, la inteligencia también se relaciona con la capacidad para tomar decisiones. Si se tiene la información suficiente, las decisiones son mejor tomadas. Así, la inteligencia se convierte en una importante herramienta a la hora de participar políticamente en la Facultad no cualquiera puede hacerlo.</p>
<p><b>Características ideales del emisor</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comprometido</li> <li>2. Responsable</li> <li>3. Desinteresado</li> </ol>
<p><b>Modelo de persuasión</b></p>	<p><b>¿MOTIVACIÓN PARA PROCESAR?</b>  <b>¿Es relevante para los estudiantes?</b> Es relevante para algunos, principalmente los de Comunicación Política, debido a que su trabajo tiene que ver estrictamente con ese fenómeno.  <b>¿Necesidad de cognición?</b> La necesidad de cognición existe, de nuevo, para aquellos estudiantes de la opción de Comunicación Política.  <b>Responsabilidad personal...</b> Sólo los de Comunicación Política, pero no todos, cuentan con esta responsabilidad respecto de los fenómenos político y administrativo de la Facultad.</p> <p><b>¿CAPACIDAD PARA PROCESAR?</b>  <b>Distracción.</b> Existirán pocas posibilidades de distracción, dado que se trabajarán varios flancos con distintos vehículos de comunicación.  <b>Repetición.</b> Se generará una repetición que sea lo suficiente como para que el eje rector se mantenga vigente, pero que no sea tan excesiva que genere desinterés.  <b>Conocimiento previo.</b> Ya han pasado varios semestres en la Facultad, de tal forma que tienen el conocimiento necesario como para tener una participación política con contenido  <b>Comprensibilidad del mensaje.</b> El mensaje está construido de tal manera que pueda ser fácilmente entendido, además de que apela al inconsciente colectivo que tienen como estudiantes de Ciencias de la Comunicación.</p> <p><b>NATURALEZA DEL PROCESAMIENTO COGNITIVO</b>  <b>Actitud inicial.</b> Existe una actitud favorable, pero sólo en algunos de los estudiantes.  <b>Calidad del argumento.</b> El argumento es de calidad en cuanto está construido con base en la información arrojada por una investigación previa.</p> <p><b>PENSAMIENTO PREDOMINANTE</b>  Predominarán pensamientos DESFAVORABLES en cuanto a los Consejeros Estudiantiles, por lo que se deben trabajar los periféricos, de tal forma que se fortalezca el CAMBIO DE ACTITUD PERIFÉRICO. Por esta razón es necesario poner más énfasis en la comunicación horizontal en este semestre, dado que los Consejeros pierden credibilidad, pero no ellos mismos como estudiantes de Comunicación.</p>

	<p><b>CAMBIO EN LA ESTRUCTURA COGNITIVA</b>  <b>¿Se adoptan nuevas cogniciones y se almacenan en la memoria? ¿Hay respuestas salientes diferentes de las anteriores?</b>  Esta pregunta revela la evaluación de la estrategia, de tal forma que para conocer el resultado, tendría que hacerse un nuevo levantamiento, en el cual se verificara si existió un cambio actitudinal profundo, y si este fue favorable o no. Esto se especifica en los “parámetros para medir la incidencia”.</p>
<b>Reglas heurísticas</b>	<p><b>Competencia.</b> El nivel de cultura política no es tan bajo en este semestre; sin embargo, la confianza en los incumbentes se disminuye ampliamente. De esta forma, se debe trabajar la comunicación horizontal, de tal forma que la confianza se deposite en sus propios compañeros.</p> <p><b>Sinceridad.</b> Si se trabaja la comunicación horizontal, las posibilidades de que exista sinceridad en la fuente son mayores, debido a que serán sus compañeros quienes trabajen este vehículo de comunicación.</p> <p><b>Atractivo de la fuente.</b> Los estudiantes de séptimo semestre ya no les otorgan a los Consejeros Estudiantiles características de liderazgo, de tal forma que por sí solos serán incapaces de persuadir a los estudiantes sobre la importancia de la participación política. Pero, se ha dicho que se trabajará comunicación horizontal, de tal forma que serán sus propios compañeros quienes trabajen esta parte de la estrategia.</p>
<b>Modelo McGuire</b>	<p>En este semestre los estudiantes se consideran inteligentes y creativos. Las posibilidades de que tengan una autoestima alta son elevadas. De esta forma, existe una nada probable <i>aceptación de la posición defendida en el mensaje</i>, una nada probable <i>aceptación del mensaje</i>, pero una muy probable <i>recepción del mensaje</i>.</p>

#### 4.3.5. Noveno semestre

<b>Características ideales de los receptores</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Críticos</li> <li>2. Apáticos</li> <li>3. Analíticos</li> </ol>
	<p><b>Lista de Fortalezas</b>  <b>F1.</b> Muchos estudiantes de este semestre trabajan en su tesis, son adjuntos o realizan trámites de titulación  <b>F2.</b> Comunicación Política se presenta como la opción que tiene a los estudiantes con una cultura política participante  <b>F3.</b> Comunicación Organizacional tiene estudiantes leales y tolerantes respecto del partidismo político ajeno</p>

<p><b>Análisis FODA</b></p>	<p><b>Lista de Oportunidades</b>  <b>O1.</b> Los Consejeros Técnicos pertenecen a noveno semestre  Lista de Debilidades</p> <p><b>Lista de Debilidades</b>  <b>D1.</b> Tienen una cultura política parroquial  <b>D2.</b> Los estudiantes que muestran el mayor nivel de parroquialismo son los de Producción Audiovisual, debido a su aislamiento y a la falta de preparación técnica que requieren para insertarse en el ámbito laboral al que aspiran</p> <p><b>Lista de Amenazas</b>  <b>A1.</b> La inserción de los estudiantes al mercado laboral es inminente  <b>A2.</b> El mercado laboral no se presenta como ellos lo esperaban: es competido y exige elevados conocimientos técnicos  <b>A3.</b> A pesar de que muchos de ellos todavía asisten a la Facultad, la información de la misma les parece poco importante dado que casi no tienen relación con ella  <b>A4.</b> La imagen de la Facultad está deteriorada en el campo laboral  <b>A5.</b> No parecen ser el centro de interés de las autoridades con miras a fomentar la afectividad hacia el sistema  <b>A6.</b> Los estudiantes de noveno son los primeros en ingresar al mercado laboral</p>
<p><b>Eje rector de comunicación</b></p>	<p>Critica y analiza: supera la apatía.</p>
<p><b>Mensajes clave</b></p>	<p><b>M1.</b> La crítica es fundamental para el cambio. Donde existen la denuncia y el debate, las posibilidades de cambiar el estado de cosas presente son mayores. Pero, la crítica debe tener sustento en la información, pues una crítica sin sustento carece de validez.</p> <p><b>M2.</b> El análisis es fundamental en Comunicación. Sin el desmenuzamiento de toda la información disponible, las posibilidades de realizar cualquier actividad dentro del ámbito comunicativo se reducen. En la participación política es necesario el análisis de las condiciones dadas, de tal forma que se tomen en cuenta todas las posibilidades para tomar decisiones de manera más acertada.</p> <p><b>M3.</b> La apatía conduce al fracaso. Donde no existe motivación alguna para el trabajo, las posibilidades de lograr mejores condiciones académicas o laborales se reducen. El trabajo en equipo, la fluidez en la comunicación, el optimismo que se aplique en las labores que se lleven acabo, reducen ampliamente las posibilidades de que se genere una apatía, que debe ser superada para poder acceder a un genuino cambio en el estado de cosas presente.</p>
<p><b>Características ideales del emisor</b></p>	<p>1. Comprometido  2. Desinteresado  3. Responsable</p>



<p><b>Modelo de persuasión</b></p>	<p><b>¿MOTIVACIÓN PARA PROCESAR?</b>  <b>¿Es relevante para los estudiantes?</b> Los estudiantes de noveno semestre son los que presentan menos interés en las cuestiones políticas de la Facultad, de tal forma que es para quienes resultará de menor interés la estrategia.  <b>¿Necesidad de cognición?</b> A pesar de pertenecer al semestre más elevado, son quienes presentan menor necesidad de cognición respecto de los procesos político y administrativo de la Facultad.  <b>Responsabilidad personal...</b> De la misma forma, son quienes menos responsabilidad tienen. Tienen introyectada la idea de que <i>ya se van</i>, por lo que se sienten cada vez menos relacionados con la Facultad.</p> <p><b>¿CAPACIDAD PARA PROCESAR?</b>  <b>Distracción.</b> En este caso, existen más posibilidades de distracción, dado que muestran muy poco interés en las cuestiones políticas.  <b>Repetición.</b> No hay necesidad de que se repitan los mensajes, sino que estos lleguen de manera eficaz a los estudiantes de este semestre.  <b>Conocimiento previo.</b> Como se dijo en la interpretación, los estudiantes de este semestre podrían ser quienes tuvieran un mayor nivel de cultura política, debido a que son quienes han estado más tiempo en la Facultad. Sin embargo, o bien tienen poco conocimiento o simplemente no les interesa exponerlo.  <b>Comprensibilidad del mensaje.</b> El mensaje está construido de tal manera que pueda ser fácilmente entendido, además de que apela al inconsciente colectivo que tienen como estudiantes de Ciencias de la Comunicación.</p> <p><b>NATURALEZA DEL PROCESAMIENTO COGNITIVO</b>  <b>Actitud inicial.</b> Existe una actitud totalmente desfavorable hacia cualquier mensaje que tenga como fin fomentar su participación política.  <b>Calidad del argumento.</b> El argumento es de calidad en cuanto está construido con base en la información arrojada por una investigación previa.</p> <p><b>PENSAMIENTO PREDOMINANTE</b>  Predominarán pensamientos DESFAVORABLES, en cuanto se muestran alienados políticamente, por lo que las posibilidades de que se genere un CAMBIO DE ACTITUD PERIFÉRICO son muy elevadas.</p> <p><b>CAMBIO EN LA ESTRUCTURA COGNITIVA</b>  <b>¿Se adoptan nuevas cogniciones y se almacenan en la memoria? ¿Hay respuestas salientes diferentes de las anteriores?</b>  Esta pregunta revela la evaluación de la estrategia, de tal forma que para conocer el resultado, tendría que hacerse un nuevo levantamiento, en el cual se verificara si existió un cambio actitudinal profundo, y si este fue favorable o no. Esto se especifica en los “parámetros para medir la incidencia”.</p>
	<p><b>Competencia.</b> El nivel de cultura política no es tan bajo en este semestre; sin embargo, la confianza en los incumbentes se disminuye ampliamente. De esta forma, se debe trabajar la comunicación horizontal, de tal forma que la confianza se deposite en sus propios compañeros.</p>

<p><b>Reglas heurísticas</b></p>	<p><b>Sinceridad.</b> Si se trabaja la comunicación horizontal, las posibilidades de que exista sinceridad en la fuente son mayores, debido a que serán sus compañeros quienes trabajen estos vehículos de comunicación.</p> <p><b>Atractivo de la fuente.</b> Los estudiantes de este semestre tienen una relación todavía más reducida con los Consejeros, de tal forma que resulta imperativo trabajar la comunicación horizontal, para que sean sus propios compañeros quienes trabajen esta parte de la estrategia.</p>
<p><b>Modelo McGuire</b></p>	<p>Dado que los estudiantes de este semestre se consideran apáticos, además de los aspectos que se mencionaron en la interpretación de los resultados, se puede decir que tienen baja autoestima. No obstante, la principal característica que consideran tener es la crítica, por lo que existe un atisbo de inteligencia (aunque como tal la inteligencia no se encuentra entre las principales características). De esta forma, existe una nada probable <i>recepción del mensaje</i>, por lo menos entre los que se consideran más apáticos, aunque también podría darse una media <i>recepción</i>, lo que conduciría a una nada o poco probable <i>aceptación de la posición defendida en el mensaje</i>. La diferencia más importante respecto de los demás semestres, es que la <i>aceptación del mensaje</i> sería muy probable.</p>

## CONCLUSIONES

Los objetivos de investigación no se lograron. En primer lugar, la pauta de cultura política no consiste en el conjunto de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas hacia los objetos políticos, sino en las orientaciones específicamente políticas, posturas relativas al sistema político y sus diferentes elementos, así como actitudes con relación al rol de cada uno mismo dentro de dicho sistema. Las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas son sólo ítems que permiten identificar la cultura política en un sistema político determinado.

En segundo lugar, la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación sí es sistemáticamente mixta, pero no parroquial participante. Esta percepción provenía de la creencia generalizada respecto de que si los ciudadanos de una democracia no tienen conocimiento de sus incumbentes son parroquiales. Pero, la pauta de cultura política no implica sólo conocimientos. De hecho, existe un grupo de estudiantes que durante todos los semestres se interesa tanto en el proceso político como en el administrativo y que, además, en la mayoría de los casos, ingresa a la opción de Comunicación Política.

Así, el problema radica en identificar cuál es el otro patrón de conducta respecto de los objetos políticos. Sale a relucir que la mayoría de los estudiantes son leales al sistema y presentan elevados sentimientos hacia este, sobre todo en los tres primeros semestres. A pesar de que no cuentan con todas las características de los súbditos, por ejemplo un elevado nivel de conocimientos respecto de las leyes, un súbdito es un ciudadano *leal* a su sistema. Si es leal, espera que las cosas cambien vía las instituciones, y la lealtad de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación se finca precisamente en la relación afectiva que tienen con los incumbentes del Gobierno nacional y local.

La cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación es en parte reflejo de la que impera en la sociedad en general. Varios aspectos de los que se expusieron en el Capítulo 2, como la desconfianza interpersonal, el elevado orgullo, entre otros, están presentes en la pauta de cultura política de los estudiantes. Sin embargo, uno de los aspectos que sobresale es el de la confianza en las instituciones, pues se vio que la mayoría de los estudiantes confía en los incumbentes de la Facultad.

Además, de acuerdo con los autores consultados, la cultura cívica es que se cimienta en los grupos de mayor estatus. Sin embargo, en este caso no es así. En quinto muestran rasgos de participante de manera más extendida, pero a partir de séptimo esto empieza a cambiar hasta alcanzar uno de los

niveles más bajos en noveno. No existe por tanto una relación entre el nivel de escolaridad y el nivel de cultura política.

Ahora bien, al principio no se sabía de qué manera se iba a armar el Capítulo 3, de tal forma que se comenzó a realizar un graficado al cual se le agregó una sucinta interpretación. Después de un tiempo, se pudo percibir que este trabajo estaba bastante lejos de lo que significa la ciencia como tal: no había ningún rigor metodológico y lo que parecía ser un análisis fecundo respecto de la cultura política de los estudiantes, se convirtió en la interpretación de una imagen. Se estaba trabajando más una pseudociencia.

A partir de la propuesta de Inmacolata Vasallo de Lopes (que hace en *Investigación en Comunicación*), se decidió aplicar tres tipos diferentes de técnicas: recopilación, análisis e interpretación. La recopilación de información ya se tenía. El problema vino con el análisis y con la interpretación. A pesar de que Vasallo indica que es suficiente con las tablas de datos, existía una necesidad de mostrar más que tablas, de tal forma que se diseñó un instrumento de medición para realizar un análisis que permitiera tener indicadores accesibles (-2, -1, 0, 1, 2). Para la interpretación se hizo uso de la hermenéutica profunda de John B. Thompson.

Se debe hacer una puntualización respecto de la Comunicación Política. Desde cuarto semestre se enseña en las clases de Teorías de la Comunicación algo que supuestamente *es* la Comunicación Política, como disciplina o *ente* presente en las relaciones entre gobierno y gobernados. Esta deviene, entonces, en todas las posibles interacciones comunicativas posibles entre un gobierno, los medios de comunicación y quienes acceden a esta información. Si bien a partir de sexto existe un “debate” en la Academia respecto de lo que implica esta disciplina, en realidad nunca se llega a un concepto coherente *epistemológicamente*.

Como sucede en las aulas, para acceder a este concepto se requiere realizar una investigación personal. En las páginas del Capítulo 1 se esboza un esfuerzo de definición epistemológica de la Comunicación Política, además de un objeto de estudio independiente de la postura desde la que se aborde. De esta forma se pudo diseñar una estrategia coherente con este objeto.

Gracias a las aportaciones del Mtro. Seymour Espinoza pudo desecharse la primera propuesta de estrategia de comunicación trabajada en el Capítulo 4. Precisamente, en el afán de darle un sentido más allá del meramente instrumental, se percibió que existía un error en su diseño, y era que no respondía al objeto de estudio de la Comunicación Política: en ningún lugar se encontraban el *convencimiento* o la

*persuasión política.*

Así, se volvió a realizar toda la estrategia, de tal forma que correspondiera con este objeto de estudio. Fue difícil encontrar teóricamente todos los aspectos que pudiera incluir, pero a final de cuentas se logró. Lo más valioso es que pudieron encontrarse nuevos aspectos que complementaron la formación —deficiente— obtenida en las aulas. Por ejemplo, la persuasión política como objeto de estudio de la Comunicación Política tiene que ver con un proceso mental, de tal forma que se tiene que hacer uso de la Psicología Social para poder instrumentar una estrategia. De ahí que se lamente el hecho de que haya desaparecido del plan de estudios de la opción la materia Comunicación Persuasiva y Liderazgo.

Ahora bien, un factor determinante en la implementación de políticas públicas es el liderazgo. Si no existen personas que con su fuerza y capacidad consoliden aquello que las sociedades necesitan, las políticas pueden implementarse, pero la percepción de la ciudadanía es que sus líderes son desinteresados, que cumplen por cumplir. Los estudiantes de Ciencias de la Comunicación son ciudadanos de un sistema que hasta cierto punto es democrático. Tienen gobernantes que transforman muchas de sus necesidades en principios de autoridad, o que intentan hacerlo. Pero, participar en el proceso político no es suficiente para los ciudadanos: ellos necesitan que su gobernante esté con ellos, que los escuche, que les tienda la mano. Necesitan sentirse protegidos, queridos, por alguien que se presenta como su representante, como quien lleva su sentir hasta el lugar donde se encuentran los elegidos.

Pero en la realidad esto no sucede. Los incumbentes cumplen con su trabajo, pero no descienden de ese lugar de elegidos para hablar con los ciudadanos, para hacerlos sentir parte de un sistema político donde se toman las grandes decisiones que los favorecen o afectan. Los estudiantes no saben nada sobre los objetos políticos, porque estos objetos políticos como incumbentes tampoco han hecho nada para que los estudiantes sepan quiénes son, por qué están ahí y qué van a hacer por ellos en el futuro.

Los incumbentes del Gobierno nacional y local, por tanto, tienen una tarea pendiente: acercar la política a quienes nunca han tenido contacto con ella, hablarles, escucharlos, hacerlos sentir parte del sistema. Como se dijo, cuando llegan a su último semestre pareciera que lo importante es que ya se vayan, ¿qué más van a hacer en la Facultad si ya terminaron su carrera? El problema es que la respuesta existe. Los estudiantes tienen que permanecer en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales para que donde pongan un pie hablen orgullosamente de ella.

## ANEXOS (Cuestionario)

El siguiente cuestionario permitirá identificar la pauta de cultura política de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Contesta de manera clara y certera cada una de las preguntas. Recuerda que toda la información que proporcionas será confidencial y utilizada con fines estrictamente académicos.

### 1. CULTURA POLÍTICA

1. ¿Qué actividades realizas en tu tiempo libre? **(Puedes marcar MÁS DE UNA opción)**

- (1) Cívico-políticas (2) De interés económico (3) Culturales  
 (4) De beneficencia (5) Religiosas (6) Sociales (7) Viajes  
 (8) Hobbies y deportes (9) Académicas (10) Otra: \_\_\_\_\_

2. Escribe tres palabras que engloben las principales características de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación.

- (1) \_\_\_\_\_ (2) \_\_\_\_\_ (3) \_\_\_\_\_

**(Marca SÓLO UNA opción de aquí en adelante)**

3. ¿Regularmente te informas de lo que sucede en la Facultad?

- (1) Sí **(Pasa a la pregunta 4)** (2) No **(Pasa a la pregunta 5)**

4. ¿A qué medio recurre para informarte?

- (1) Adjuntos (2) Blog (3) Compañeros (4) Correos (5) Gaceta  
 (6) Profesores (7) Otro: \_\_\_\_\_

5. Si en las noticias dijeran que en la Facultad hay un bajo nivel académico, ¿qué harías?

- (1) Convencería a la gente de que la realidad es otra (2) No haría nada

6. Si te pasara un accidente en la Facultad, y ninguno de tus amigos estuviera cerca, ¿alguien más te ayudaría?

- (1) Sí (2) No

7. ¿Cómo ha sido el trato que has recibido por parte de los trabajadores de la Facultad?

- (1) Muy bueno (2) Bueno (3) Malo (4) Muy malo

8. ¿Cómo ha sido el trato que has recibido por parte de Vigilancia UNAM?

- (1) Muy bueno (2) Bueno (3) Malo (4) Muy malo

9. ¿Apoyas al sindicato de la UNAM en sus exigencias?

- (1) Mucho (2) Algo (3) Poco (4) Nada

10. Escribe el nombre y califica su trabajo del 1 al 10:

Director de la Facultad	(1) Nombre: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo
Coordinador de la carrera	(1) Nombre: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo
Secretario Académico	(1) Nombre: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo
Secretario Técnico	(1) Nombre: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo
Consejeros Universitarios	(1) Nombres: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo
Consejeros Académicos	(1) Nombres: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo
Consejeros Técnicos	(1) Nombres: _____ _____ (2) Lo desconozco	(1) Calificación: ____ (2) Desconozco su trabajo

11. De acuerdo con la Ley Orgánica, ¿cuáles son las dos autoridades que toman decisiones dentro de la Facultad?

- (1) \_\_\_\_\_  
 (2) Lo desconozco

12. ¿Podrías escribir el nombre de alguna de las personas que incide en la toma de decisiones dentro de la Facultad sin ser representantes ni autoridades?

- (1) \_\_\_\_\_  
 (2) Lo desconozco

13. ¿Podrías escribir el nombre de uno de los colectivos que tienen espacios tomados en la Facultad?

- (1) \_\_\_\_\_  
 (2) Lo desconozco

14. Si participas políticamente en la Facultad, ¿de qué forma lo haces?

- (1) \_\_\_\_\_  
 (2) No participo

15. Si en la Facultad se aprobara una reglamentación que fuera injusta para ti, ¿harías algo al respecto?

- (1) Sí **(Pasa a la pregunta 16)**  
 (2) No **(Pasa a la pregunta 19)**

16. ¿Cómo lo harías?

- (1) Yo solo  
 (2) Con mis compañeros  
 (3) Otra: \_\_\_\_\_

17. ¿Qué tanto te acercaría a las siguientes instancias para hacer algo al respecto?

	Mucho (1)	Algo (2)	Poco (3)	Nada (4)
Director de la Facultad				
Coordinador de la carrera				
Secretario Académico				
Secretario Técnico				
Consejeros Universitarios				
Consejeros Académicos				
Consejeros Técnicos				
Colectivos				
Sindicato				
Profesores				
Adjuntos				

18. A pesar de lo que hicieras, ¿la reglamentación injusta se aplicaría de todas maneras?

- (1) Mucho (2) Algo (3) Poco (4) Nada

**19. ¿Cuál es el partido político de tu preferencia?**

- (1) Convergencia (2) Nueva Alianza (3) PAN (4) PRD  
(5) PRI (6) PT (7) PVEM (8) Ninguno

**20. ¿Qué tan de acuerdo estarías con que un Consejero Estudiantil perteneciera a los siguientes partidos políticos?**

Convergencia	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)
Nueva Alianza	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)
PAN	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)
PRD	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)
PRI	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)
PT	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)
PVEM	Totalmente de acuerdo (1)	De acuerdo (2)	En desacuerdo (3)	Totalmente en desacuerdo (4)

**21. ¿Qué tan de acuerdo estarías con que en la Facultad se decidiera instaurar cuotas para el beneficio de los estudiantes?**

- (1) Totalmente de acuerdo (2) De acuerdo  
(3) En desacuerdo (4) Totalmente en desacuerdo

**22. Estando en la Facultad, ¿qué tan peligroso resulta para ti hablar sobre la grilla que existe dentro de ella?**

- (1) Muy peligroso (2) Algo peligroso  
(3) Poco peligroso (4) Nada peligroso

**2. COYUNTURA POLÍTICA**

**23. ¿Qué tan importante es para ti votar en las elecciones para Consejeros Estudiantiles?**

- (1) Muy importante (2) Algo importante  
(3) Poco importante (4) Nada importante

**24. Escribe tres palabras que engloben las principales características de un Consejero Estudiantil.**

- (1) \_\_\_\_\_ (2) \_\_\_\_\_ (3) \_\_\_\_\_

**25. ¿Votaste en las pasadas elecciones de Consejeros Estudiantiles?**

- (1) Sí (**Pasa a la pregunta 26**) (2) No (**Pasa a la pregunta 35**)

**26. ¿Por quiénes votaste para Consejeros Universitarios?**

- (1) Edgar Valenzuela/ Carmen Gallardo  
(2) Eduardo Pedrero/ Saúl Marrón  
(3) Hervin Fernández/ Magaly Luna  
(4) Julio Alcántara/ Grecia Cordero  
(5) Oliverio Orozco/ Mario Ramírez  
(6) Anulé mi voto

**27. ¿A qué medio acudiste para enterarte de sus propuestas? (Marca SÓLO uno)**

- (1) Adjuntos (2) Amigos (3) Blogs (4) Correos (5) Facebook  
(6) hi5 (7) Página de los candidatos (8) Profesores  
(9) Su campaña (10) Youtube (11) Otro: \_\_\_\_\_

**28. Si recuerdas alguna de sus propuestas, ¿podrías escribirla en el siguiente renglón?**

- (1) \_\_\_\_\_  
(2) No recuerdo ninguna de sus propuestas

**29. ¿Por quiénes votaste para Consejeros Académicos?**

- (1) Andrea Navarro/ Jesús Álvarez  
(2) Andrés Ordorica/ Rubí Padilla  
(3) Claudia Strambo/ Vicente Salazar  
(4) Eric Rodríguez/ Juan Rodríguez  
(5) Jocelyn López/ Sandra Silva  
(6) Anulé mi voto

**30. ¿A qué medios acudiste para enterarte de sus propuestas? (Marca SÓLO uno)**

- (1) Adjuntos (2) Amigos (3) Blogs (4) Correos (5) Facebook  
(6) hi5 (7) Página de los candidatos (8) Profesores  
(9) Su campaña (10) Youtube (11) Otro: \_\_\_\_\_

**31. Si recuerdas alguna de sus propuestas, ¿podrías escribirla en el siguiente renglón?**

- (1) \_\_\_\_\_  
(2) No recuerdo ninguna de sus propuestas

**32. ¿Por quiénes votaste para Consejeros Técnicos?**

- (1) Carlos Ramírez/ Anahid Pérez  
(2) Fabiola Olguín/ Jorge García  
(3) Jaime Estrada/ Mariana Santos  
(4) Xochiquetzal Luna/ Julio Gavia  
(6) Anulé mi voto

**33. ¿A qué medios acudiste para enterarte de sus propuestas? (Marca SÓLO uno)**

- (1) Adjuntos (2) Amigos (3) Blogs (4) Correos (5) Facebook  
(6) hi5 (7) Página de los candidatos (8) Profesores  
(9) Su campaña (10) Youtube (11) Otro: \_\_\_\_\_

**34. Si recuerdas alguna de sus propuestas, ¿podrías escribirla en el siguiente renglón?**

- (1) \_\_\_\_\_  
(2) No recuerdo ninguna de sus propuestas

**3. DATOS GENERALES**

**35. Edad:** \_\_\_\_\_ **36. Sexo:** F M **37. Turno:** M V Mixto

**38. Semestre:** 1° 3° 5° 7° 9°

**39. Opción terminal (sólo para 7° y 9°)**

- (1) C. Organizacional (2) C. Política (3) Periodismo  
(4) Producción Audiovisual (5) Publicidad

**40. ¿Cuál es el máximo grado académico que alcanzó por lo menos uno de tus padres?**

- (1) Sin estudios (2) Primaria (3) Secundaria (4) Bachillerato  
(5) Técnico (6) Universidad (7) Posgrado o más

**41. ¿A cuánto ascienden, aproximadamente, los ingresos mensuales de todas las personas que habitan en tu casa?**

- (1) Menos de 1560 pesos al mes  
(2) De 1561 a 4680 pesos al mes  
(3) De 4681 a 7800 pesos al mes  
(4) De 7801 a 10920 pesos al mes  
(5) 10921 a 15600 pesos al mes  
(6) Más de 15601 pesos al mes

**GRACIAS POR TU COOPERACIÓN**

## REFERENCIAS

Adler, Ronald B. y Jeanne Marquardt Almhurst, *Comunicación organizacional: principios y prácticas para negocios y profesiones*, México, McGraw-Hill, 2005, 462 p.

Almond, Gabriel y Sidney Verba, *La cultura cívica. Estudio sobre la participación política democrática en cinco naciones*, España, Fundación Foessa, 1970, 379 p.

Almond, Gabriel y Sidney Verba ed., *The civic culture revisited*, Newbury Park, Sage, 1989, 421 p.

Arens, William F., *Publicidad*, México, McGraw-Hill, 2000, 573 p.

Arias, Alan, "Para una nueva mecánica del federalismo", en *Estudios Políticos*. Núm. 11. Nueva época. Abril-junio, FCPyS-UNAM, 1996, pp.141-161.

Bardin, Laurence, *El análisis de contenido*, Madrid, Akal, 1996, 183 p.

Buendía, Jorge y Alejandro Moreno, *La cultura política de la democracia en México. México en tiempos de competencia electoral*, México, ITAM, 2004, 130 p.

Clausewitz, Karl Von, *De la guerra*, México, Colofón, 2006, 611 p.

Durand, Víctor Manuel, *La cultura política de los alumnos de la UNAM*, México, Miguel Ángel Porrúa, 1998, 278 p.

Espinoza, Seymour, *La persuasión en el amor romántico y la política electoral: un estudio de representaciones sociales*, Tesis de Maestría, FCPyS-UNAM, 2006, 137 p.

*Estatuto General de la Universidad*

Ferry, Jean Marc y Dominique Wolton, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa, 1992, 256 p.



García Turincio, Édgar Yeman, *Supergas: un caso de manejo de crisis*, Tesis de Maestría, Universidad Panamericana, Escuela de Comunicación, 2006, 129 h.

Giddens, Anthony, *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*, Buenos Aires, Amorrortu, 2006, 405 p.

*Informe ENCUP 2008.*

Krippendorff, Klaus, *Metodología del análisis de contenido*, México, Paidós, 1990, 279 p.

Lumbreras, Jorge, *Posturas de conocimiento de la comunicación*, México, UNAM, 2001, 404 p.

Magaña Figueroa, Ricardo, *Entre la historia, la fortuna y los fines: reflexiones críticas sobre el concepto de estrategia*, Tesis de Maestría, FCPyS-UNAM, 2007, 168 p.

Miguel, José de Bustos, *Los grupos multimedia: estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona, Bosch, 1993, 348 p.

Montiel, Anna Laura, *La mercadotecnia política en la campaña a la presidencial de Vicente Fox y sus primeros 100 días de gobierno*, Tesis de Maestría, FCPyS-UNAM, 2004, 211 p.

Morales, J. Francisco, *Psicología social*, Madrid, McGraw Hill, 1999, 412 p.

Olguín, Fabiola y Andrea Samaniego, *Cultura política y cívica: estudiantes de Ciencias de la Comunicación*, (mimeografiado).

Pérez González, Rafael Alberto, *Estrategias de comunicación*, Ariel, España, 2001, 725 p.

Rey Lennon, Federico y Alejandro P. Piscitelli Murphy, *Pequeño manual de encuestas de opinión pública*, Argentina, La Crujía, 2003, 190 p.

Rojas Soriano, Raúl, *Sociodrama real en el aula*, México, Plaza y Valdés, 1997, 141 p.

Sartori, Giovanni, *¿Qué es la democracia?*, México, Taurus, 2003, 450 p.

Shaff, Adam, *La alienación como fenómeno social*, Barcelona, Crítica, 1979, 366 p.

Steiner, George A., *Planeación estratégica: lo que todo director debe saber*, México, Grupo Patria Cultural, 2000, 366 p.

Thompson, John B., *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*, México, UAM, 1993, 200 p.

Touraine, Alain, *¿Qué es la democracia?*, México, FCE, 1994, 309 p.

Velazco, Claudia, *Estrategia de comunicación para un plebiscito*, Tesis de Licenciatura, FCPyS-UNAM, 2006, 140 p.