

INTRODUCCIÓN

Inicialmente, nuestra propuesta de tesis consistía en investigar el costo – beneficio del voto en las clases bajas de la ciudad de Puebla. Después de realizar otros trabajos de investigación sobre el voto en pasados semestres, llegamos a la conclusión de que con esta propuesta estaríamos cayendo en el mismo error que varios partidos políticos, medios de comunicación y académicos: estaríamos estudiando al voto y al abstencionismo como si fueran la enfermedad cuando en realidad son sólo síntomas de un problemática mucho más compleja. El medir la participación política de la sociedad mexicana basándonos en si votan o no, nos parecía limitar la investigación a algo que muchas otras agencias están realizando, tanto a nivel nacional como local, por lo que consideramos más conveniente, por diversas razones, ampliar y, al mismo tiempo, limitar nuestra investigación al análisis de la cultura política de la población estudiada. Ampliar porque al estudiar la cultura política no nos limitamos a un evento en particular, como las elecciones, que sabemos son influenciadas por muchos factores que resultan difíciles de controlar y considerar. Sin embargo, al mismo tiempo limitamos el estudio porque, basándonos en otras investigaciones realizadas en Estados Unidos y América Latina, podemos usar ya una metodología definida mediante la cual obtengamos los parámetros adecuados para realizar la investigación. Con esta perspectiva esperamos realizar una investigación más completa cuyos resultados pueden tener mayor validez en el tiempo y espacio, considerando que la investigación tendrá un enfoque exploratorio proponiendo un nuevo paradigma para estudiar a la ciudadanía.

Pensamos que realizar una investigación de este tipo en México es relevante porque, en un gobierno democrático como el nuestro, la representatividad, que es uno de los valores primordiales de la democracia, tiene poco tiempo de existencia real en nuestro país. Incluso hay que recordar que, para algunos estudiosos, en México la democracia inicia a partir del año 2000, ya que el partido que más tiempo ha gobernado, el PRI, alcanzó la presidencia por medio de las armas al final de la revolución y no dudó en volverlas a usar para mantenerse ahí, estigmatizando a los disidentes de la política oficial hasta hace pocos años. Estos y muchos otros factores han ido devaluando el concepto de política hasta hacerlo hoy día algo que produce rechazo e, inclusive, desprecio por parte de la ciudadanía.

El objetivo de nuestro estudio ha sido medir la percepción de que la gente no vota porque no le interesa la política. La idea nació después de aplicar encuestas a las personas que hacían fila para tramitar su credencial de elector antes de los comicios presidenciales de 2006. Principalmente de clase baja, los entrevistados demostraron que en la mayoría de ellos no existía apatía a la política, sino más bien ignorancia y una percepción negativa, además de preocupación por las consecuencias que pudieran tener en ellos su participación en la política. Consideraban que la política era algo que le incumbía sólo a la clase política, letrada en las mejores universidades, y no a ellos, ciudadanos comunes.

Consideramos que los resultados obtenidos pudieran ser útiles para rediseñar estrategias de comunicación política más completas dirigidas a diversos sectores de la ciudadanía, los cuales tienen perfiles y necesidades diferentes. Con esta investigación pretendemos desarrollar un modelo cuyas herramientas de medición

sean útiles no sólo para los momentos electorales, sino para el diseño de estrategias a corto, mediano, y largo plazo para fomentar un voto razonado a partir del desarrollo de una cultura política.

Problemática

En los últimos años hemos presenciado como diversos países de Latinoamérica han pasado de un sistema de derecha a uno de izquierda sin que intervenga de manera determinante algún movimiento armado. Este cambio en el tipo de gobierno se ha dado por voluntad de las mayorías, que en Latinoamérica corresponden principalmente al segmento de ciudadanos que viven con apenas un dólar al día, y que ha sido respetada por los grupos que se encontraban en el poder. Esta transición pacífica (al menos comparada con las transiciones armadas recurrentes en Latinoamérica durante el siglo XX) solamente ha sido posible gracias al establecimiento y fortalecimiento de un sistema democrático.

Estos recientes cambios han llevado a la práctica, aunque aún de manera incipiente, una de las características principales de un modelo democrático: la representatividad, que deben ejercer y cumplir los gobernantes hacia la ciudadanía; es decir, ellos representan a la sociedad en sus intereses y manera de actuar. Lamentablemente, este principio fundamental de la democracia se ha ido desgastando día con día por la poca participación política de grandes sectores de la población. Este fenómeno se ha debido a varias causas, como la percepción negativa que se tiene sobre la política y los políticos, desinformación de la sociedad sobre la manera como funciona el sistema político y apatía sobre el tema.

Uno de los síntomas de la problemática que es la baja participación política ha sido el alarmante aumento del abstencionismo en las elecciones en México. En los comicios federales realizados el 6 de julio de 2006, solamente el 58.55% de los ciudadanos asistió a las casillas a votar; esto representa un 5.42% menos que los votantes en 2000 y además la participación electoral más baja de los últimos 12 años (*ver gráfica 1*). Lo anterior corresponde a una tendencia que ha venido sucediendo desde las elecciones de 1994 (*ver gráfica 2*).

Aunque se han realizado diversas investigaciones sobre las razones de voto en los mexicanos, y con ellas se han implementado algunas estrategias de comunicación para fomentarlo, es cierto que se han centrado en estudiar y combatir un síntoma de una problemática más grave, profunda y compleja: la crisis en la cultura política del ciudadano mexicano.

En el estudio publicado en su sitio de internet (www.consulta.com.mx) en Marzo de 2006, cuatro meses antes de las elecciones federales, Consulta Mitofsky mostró que el 38.7% de los encuestados había decidido no asistir a votar. En otro estudio publicado un mes antes, el porcentaje era del 36.8, y las razones de no voto eran las siguientes:

“El 36.8% que no piensa votar, argumenta como principales razones la desconfianza que le provocan los candidatos y el desinterés hacia el acto de votar.”

RAZONES PARA NO VOTAR FEB/06¹	%
No inspiran confianza / no les creen (a los candidatos)	20.9%
No les interesa / no les gusta (votar)	20.8
Por que no hay cambio	4.8
Por que hay fraude electoral	3.0
Por ignorancia	2.5
No tiene tiempo para ir a votar	2.1
No tiene buenas propuestas	1.7
No trabaja bien	1.4
No toman en cuenta a la gente	1.4

A diferencia de la participación electoral, la cual podemos medir fácilmente teniendo el número de votantes posibles y el número de votantes que ejercieron el sufragio, la cultura política es mucho más difícil de definir y por lo tanto, de medir y evaluar. Al parecer por lo ocurrido el 6 de julio de 2006, las diversas campañas de comunicación que intentaron fomentar el voto no tuvieron el éxito esperado, lo que demuestra que para una campaña exitosa no es suficiente sólo la investigación previa. Consideramos que lo anterior sustenta la relevancia que tiene este tema para las ciencias de la comunicación: crear bases para una investigación que facilite la creación de estrategias comunicativas más completas y precisas que fomenten el desarrollo de la cultura política en la sociedad mexicana. Lo anterior,

¹Calculado sólo sobre los que manifestaron que no votarían, sólo se anotan las principales respuestas. Fuente: Campos. R. (2006) Así van. Febrero 2006. En www.consulta.com.mx .

probablemente coadyuve a una mayor participación ciudadana y al fortalecimiento de la democracia. Así, creemos que las investigaciones que deben realizarse para desarrollar campañas que fomenten la participación política, no deben centrarse sólo en las razones de voto, sino en fortalecer la cultura política de los ciudadanos.

El objetivo de la investigación ha sido elaborar un modelo para intentar evaluar la cultura política del ciudadano a partir de la relación existente entre su interés en la política y su participación política utilizando medición cuantitativa y cualitativa. Por cuestiones de logística, la investigación ha sido realizada en la ciudad de Puebla. La investigación se realizó a un año de distancia de las elecciones presidenciales de 2006, procurando que el fervor ocasionado por éstas no sesgara los resultados. La investigación la realizamos sobre un segmento específico bien definido, el cual, por su clase social, género, edad y ocupación, corresponde a cierta correlación entre las dos variables mencionadas.

Como lo establecimos anteriormente, nuestro objetivo general fue elaborar un modelo para medir de manera cuantitativa y evaluar de manera cualitativa la cultura política del ciudadano mexicano a partir de la relación que existe entre su interés en la política y su participación política. Para alcanzar este objetivo se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- Definir cultura política, por medio de una revisión teórica e histórica.
- Definir la metodología a emplear por medio de una revisión de las principales investigaciones cualitativas y cuantitativas realizadas en materia de cultura política.

- Definir “Interés en la política” y “Participación política”.
- Elaborar el modelo “Interés en la política - Participación política”.
- Definir los perfiles de los diferentes tipos de ciudadano.
- Elaborar una herramienta para la investigación cuantitativa a partir de la revisión realizada a investigaciones anteriores.
- Elaborar la guía de tópicos para la investigación cualitativa a partir de la revisión realizada a investigaciones anteriores.
- Elegir un segmento poblacional a estudiar y por medio de la teoría describir sus características.
- Investigar a este segmento de manera cualitativa y cuantitativa.
- Analizar los resultados y compararlos con nuestra hipótesis.

Mediante los resultados obtenidos se espera contar con un modelo cuyas herramientas, tanto cuantitativa como cualitativa, permitan evaluar y clasificar a los ciudadanos según sus perfiles a partir de las variables que vamos a utilizar. Esto esperamos ayude a crear estrategias de comunicación más efectivas dirigidas al fortalecimiento de la democracia al tener una investigación previa más efectiva, al romper con los paradigmas actuales.