

NUMERO 1
AÑO
2019



MUJERES

HUMANISTAS

PARTIDO ACCIÓN NACIONAL

PRESENTACIÓN

Con agradecimiento especial por sus colaboraciones y lectura de humanista, estamos presentando un número más de la revista doctrinal y de pensamiento del Partido Acción Nacional del Estado de Guerrero. Acción Nacional se ha distinguido entre todos los partidos políticos por su doctrina que se basa en la corriente filosófica del respeto a la dignidad humana y junto con los pilares del humanismo político son la base de la actual acción nacional, cada uno de ellos son los ejes rectores del comportamiento de los militantes del partido.

Buscaremos que a través de la revista humanista podamos compartir el pensamiento de algunos de nuestros fundadores y así convertirnos en irradiadores de nuestra doctrina. Los momentos que estamos viviendo en Acción Nacional nos invitan a ser participantes de nuestra identidad.

Decía Efraín Gonzales Luna que un buen miembro de Acción Nacional, para definirlo en una sola formula debe ser centro de irradiación activa de nuestra doctrina y de nuestras ideas. No es un mero espectador de asambleas, no es un mero receptor de doctrinas, no es un mero nombre anotado en un registro, ni siquiera solo un cotizante, ni siquiera un esporádico realizador de actividades políticas dentro de los cuadros de Acción Nacional. Es, repito, un sujeto de contraste irradiación de ideas y de actividad.

3 **Comunicación Política:**
Encuestas, Agendas y Procesos Cognitivos Electorales

10 Desigualdad en la inversión a candidatas

11 El cambio que necesita la política

12 La vida política de la Mujer,
un compromiso y una conducta

Invólucro

COMUNICACIÓN POLÍTICA

ENCUESTAS, AGENDAS Y PROCESOS COGNITIVOS ELECTORALES

Siguiendo una antigua dedicación personal por los procesos de comunicación, quisiera plantear aquí una serie de problemas de comunicación política, actualizados por las últimas elecciones generales del 3 de marzo del 96, y que tienen que ver tanto con las encuestas electorales como instrumento predictivo como con otras cuestiones conexas, sobre todo lo que se podría englobar con el rótulo de procesos cognitivos de los individuos y de los colectivos y la integración de todo ello en la emergente ciencia de la Comunicación Política, que recoge materiales analíticos y experimentales de las diversas ciencias sociales en el intento de explicar ese nuevo fenómeno de la intersección de lo político y lo mediático, cuyas consecuencias pueden ser extraordinarias para todo lo que ha preocupado a la politología y a la sociología política en su intento de sistematizar, analizar y conocer las creencias, los actos y las instituciones políticas. El enfoque de la Comunicación Política introduce un factor de realidad inmediata en el análisis político, al observar el fenómeno ideológico desde la nueva perspectiva de los medios de comunicación, que son más que vehículos o transportes de las ideas: las forman o deforman de un modo que aún no conocemos suficientemente.

Todo indica que está emergiendo una forma de hacer política y de entender las ideologías fuertemente mediada por los medios, y aquí sí vale la redundancia. Esta nueva forma de hacer política está siendo estudiada y también está siendo criticada, e incluso este factor de la crítica parece prevalecer sobre el estudio, de tal manera que el resumen general de la cuestión es más producto de ese acercamiento crítico que de la misma investigación: "la política –se dice– es un fenómeno de imagen mediática, y poco más". Hay, efectivamente, algo de eso. Pero quizá hay también elementos positivos en este nuevo mundo de la política a través de los medios que la hacen distinta –pero no peor– a la política clásica. Es una cuestión a investigar y a debatir. Voy a repasar aquí algunos puntos de interés para ir cercando el tema central de la nueva política, en línea con un trabajo de investigación en curso en el que quisiera ofrecer el actual estado de la cuestión. Voy a esbozar aquí algunas cuestiones previas y relevantes para ese trabajo citado.



1) errores de concepto en la comunicación política: las encuestas electorales.

Antes de entrar en el tema genérico de la comunicación política, quisiera resumir algunos problemas de interpretación de encuestas que causan estragos entre los públicos, entre los políticos, y también entre los diversos científicos sociales que trabajan en este campo. Y el primero de estos problemas se refiere a los errores de concepto sobre las encuestas en general y sobre las encuestas electorales en particular. Enumero estos problemas y errores y voy con cada uno de ellos:

1.a) Confusión entre niveles espacio-temporales de predicción.

Las encuestas predicen el presente en el que se realizan, si me disculpan esta ironía paradójica: están fundadas en técnicas de la estadística predictiva, pero su predicción es instantánea a su realización. En sentido estricto, predicen el resto de los datos buscados a partir de un número limitadísimo de éstos. Es una predicción del presente que va de las partes al todo. No tienen nada que ver con el futuro, aunque puedan ser usadas para la prognosis. Pero el que realiza el pronóstico es el intérprete, no la encuesta, que sólo aporta datos de un espacio y de un tiempo convertidos por la propia encuesta en estatuas de sal: cuando la encuesta mira el mundo, el mundo se detiene y la encuesta queda fija, como

la metáfora de la foto finish de las carreras de caballos que tanto se usa para definir a las encuestas electorales o la de la foto (fija, se añade), a secas, que también se usa. Bien, estas metáforas son "casi" correctas. Hay que decir que la encuesta no sólo es una foto fija: es una foto fija de una parte de la realidad estudiada. El resto de la realidad hay que predecirla a partir de esa parte, y hay que hacerlo no sólo con técnicas estadístico-predictivas, también hay que hacerlo con imaginación sociológica, con conocimiento sociológico e incluso con intuición (con práctica + sentido común, realmente). Y no digamos cuando damos el salto del presente al futuro, como nos piden que hagamos en las encuestas electorales: ahí estamos ya en un trabajo en el que lo científico y lo "artístico" se cruzan, además de lo ideológico. El espacio/tiempo de la encuesta se rompe y hay que hablar del futuro con datos del pasado. Las encuestas nunca se equivocan sobre el futuro por la simple razón de que no hablan del futuro. Se equivocan, nos equivocamos, los sociólogos.

1.b) Confusión sobre el carácter cambiante o fijo de la opinión política y sobre lo que constituye la superficie o el fondo de nuestras creencias.

Pero si la encuesta es algo parecido a una foto fija (de una parte de la realidad), la realidad (la opinión pública, en el caso de las encuestas electorales) es todo lo contrario: es el cambio mismo, o las posibilidades de serlo. Una foto fija de una parte de algo que se mueve da como resultado una foto confusa. Ese es el caso de las encuestas electorales en una situación cambiante.

La opinión pública resulta afectada por el conocimiento de sí misma: es la reflexividad típica de las ciencias sociales, analizada entre nosotros por el sociólogo Lamo de Espinosa (1990). En una situación política muy estable, estos efectos reflexivos pueden no tener gran importancia, pero en una situación confusa y cambiante (como ocurrió en las generales de 1996), los cambios en la opinión pueden ser significativos. La opinión pública se rige por la retroactividad, retroacción o realimentación, que de estas formas y otras se traduce el término feedback: se nutre y modifica de la información que recibe, y un votante racional-ideal está atento a recibirla, integrarla y traducirla en conducta de voto.

Por tanto, es normal que un votante cambie su opinión (sobre todo en zonas limítrofes de las escalas de auto-ubicación que representan opciones políticas distintas) y que convierta a las encuestas en una antigualla en poco tiempo. Efectivamente, no fallan las encuestas, fallan los votantes: lo hacen en el sentido de cambiar su opinión de voto con más intensidad de lo que suponemos. ¿Por qué?. No es una pregunta sencilla, pero ya hace años que los analistas nos hemos acostumbrado a diferenciar lo que son las creencias más superficiales de las más profundas. Creencias que determinan actitudes, claro, y entre ellas las actitudes de voto. En un libro histórico (Klapper,1974) se recogían ya experiencias que permitían fundar esa división entre lo superficial y lo profundo, o entre lo no ansiógeno y lo ansiógeno.



MUJERES HUMANISTAS



Lo ansiógeno genera ansiedad porque afecta a creencias muy arraigadas, pero hay muchas cosas que no generan ansiedad, por ejemplo cambiar de marca de sardinas en lata o de tallarines. Cualquier persona normal puede cambiar de marca influida por la publicidad comercial, y en este acto de infidelidad de compra no hay nada íntimo o profundo en juego. Pero hay conductas de voto muy arraigadas en creencias profundas cuyo cambio genera ansiedad o disonancia cognitiva, en la expresión clásica de Festinger. ¿Es siempre así?. Probablemente está ocurriendo que conductas históricamente arraigadas en creencias densas y profundas puedan ahora cambiar porque las creencias en las que se asientan ya no son tan consistentes y profundas. Quizá las ideas políticas comiencen a ser, en parte de la población, algo parecido a los tallarines (en ciertas condiciones de estabilidad política). Y en estas condiciones las conductas de voto son más fáciles de cambiar, y las encuestas tropiezan con esa actitud versátil que frecuentemente las niega como instrumentos predictivos.

1.c) Confusión sobre lo objetivo y lo subjetivo en la ciencia y sobre la acción del "clima de opinión".

Un científico es, como todo el mundo, subjetivo: deforma la realidad (¿y qué es la realidad, por cierto?) a su gusto más o menos consciente. Pero el científico cuenta con un instrumento moderador de la subjetividad, que es el método científico (y este es el principal tópico kantiano, en perspectiva metodológica), especie de imperativo categórico universal de la ciencia. Pero el método científico podría no ser suficiente en ciertas situaciones (lo mismo ocurre en las ciencias naturales). Cuando se anuncian elecciones y se ponen en marcha los aparatos partidarios para afrontarlas, se crean climas de opinión (elementos diversos muy presionantes sobre la Opinión Pública: el concepto tiene historia, de Lippman a Noelle-Neuman) en cuyo interior ciudadanos y científicos van elaborando sus opiniones sobre la situación demoscópica y sobre la conducta de voto. En las últimas elecciones generales (marzo 96) el clima de opinión en algunas zonas del estado (y Madrid siempre ha sido y es un laboratorio social para todo) creó una expectativa de voto contra el PSOE de la que no pudieron sustraerse los sociólogos que tenían que estimar el voto electoral. Consecuentemente, todas las predicciones estimativas se hicieron sobre las peores hipótesis para los socialistas, a pesar de que el voto directo expresado los favorecía, los igualaba con los populares o los desfavorecía levemente. La estimación de indecisos se hizo de forma tan vencida hacia el clima de opinión creado por los medios afines al PP que se publicaron resultados de hasta 13 puntos de porcentaje de posible diferencia entre los dos partidos. Sólo algunas encuestas interiores del propio PSOE y alguna que otra de algún medio de comunicación no afín al PP se acercaron al resultado real. Pero estas últimas encuestas fueron acogidas con escepticismo en medio de aquel clima de opinión, y se suponía que eran artimañas socialistas para mejorar sus expectativas de voto y para darle ánimo a su gente. Nadie parecía conservar algo de sentido común. Pero esto tampoco era extraño: ocurre con frecuencia en situaciones similares. Por tanto, y antes de entrar en las consecuencias de estos errores estimativos, conviene fijar una idea que, no por obvia, es menos importante: el clima de opinión determina la estimación de voto porque los sociólogos no somos ajenos a esa presión.

1.d) Errores sobre el concepto de "estimación" frente a "voto directo".

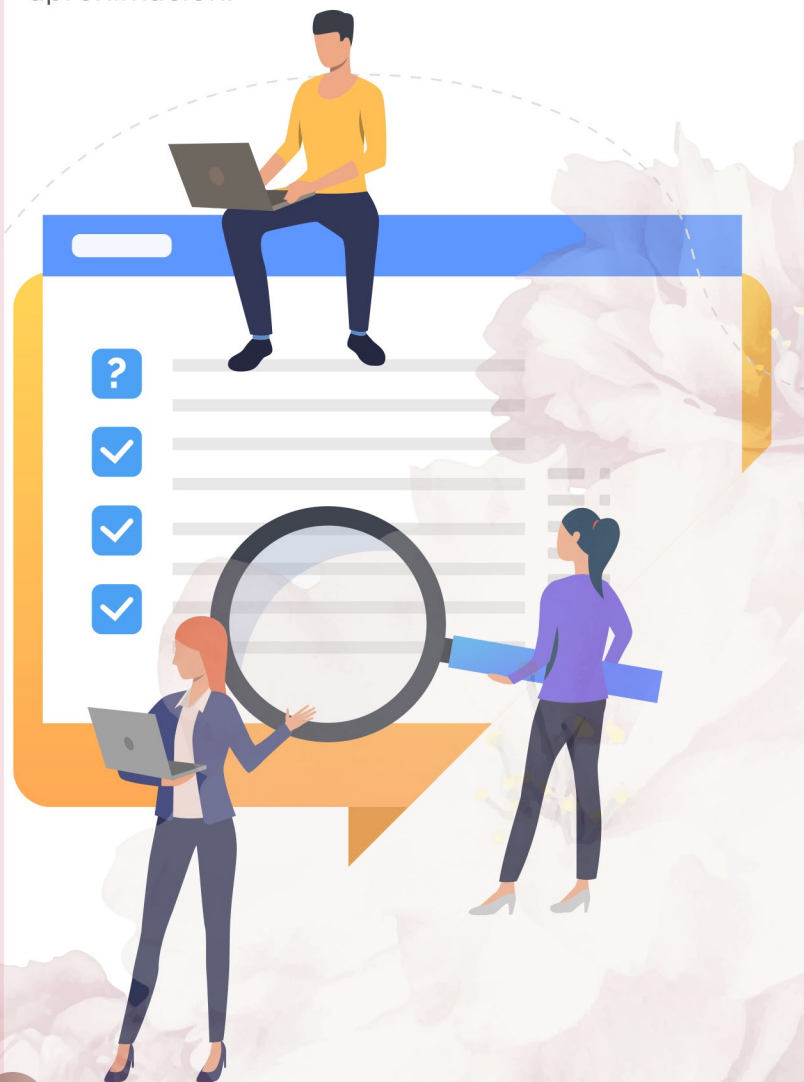
Aunque algunos medios más pedagógicos tratan de explicar a sus lectores la diferencia entre voto directo y voto estimado, no parecen tener mucho éxito, porque incluso los periodistas especializados parecen no entenderlo bien. Y es importante hacerlo, porque esa diferenciación es central para valorar la situación demoscópica. Con frecuencia se lee que la estimación tiene que ver con una especie de trabajo refinado y científico que ajusta o corrige los "datos brutos", dándole a la estimación el carácter de acabado final sobre unos datos que (su adjetivo lo dice) son "brutos", es decir, impresentables a la opinión pública. Nada más lejos de la realidad. Los datos brutos o directos son los únicos avalados por la estadística predictiva (predicción equitemporal, entiéndase): son aquellos que proceden de la opinión directamente expresada por los sujetos de la muestra. Como quiera que el grupo de NS/NC suele ser muy amplio en vísperas electorales no muy inmediatas (y, a veces, también en las inmediatas), y suele ir de un 20% a un 50% de los encuestados, el sociólogo, presionado por medios y partidos, tiene que hacer una estimación del voto, es decir, imputar a los indecisos un voto y predecir lo que ocurriría hoy si se celebraran las elecciones (o el día de las elecciones, lo cual es mucho más circense, todavía). Para hacer esa imputación a los indecisos cuenta con varios procedimientos, siendo los más frecuentes la atribución por simpatía ("¿Con qué partido simpatiza usted más?" o "¿De qué partido se siente usted más cercano?", o cualquier otra fórmula) o por recuerdo de voto ("¿A qué partido votó usted en las últimas elecciones?"). No son las únicas fórmulas: los sociólogos pueden improvisar otras preguntas para conseguir la intención más probable de voto, y aquí ponen en juego su conocimiento, su intuición, o cualquier otra virtud adivinatoria. También pueden elegir entre la fórmula que más le interese (más adelante tocaré este punto): la que da la victoria, la derrota, etc, según conveniencias o creencias del momento. Hay estimaciones diversas que ofrecen diversos resultados. Lo que el sociólogo tiene delante es un "menú" de estimaciones entre las que va a elegir una para dar a la opinión pública.

Como puede observarse, una estimación es un riesgo asumido por el sociólogo, pero no es un dato indiscutible. Tomarlo como indiscutible conduce a tomar decisiones erróneas. Pero a veces una estimación es más que un error: puede ser un uso político de un dato que parece

favorecernos. Vamos con ello, que no es otra cosa que el tema de la llamada manipulación de las encuestas o a través de las encuestas:

1.e) Confusión sobre los efectos de la publicación de encuestas.

Si el sociólogo no aporta los datos exigibles a una ficha técnica de la encuesta (tamaño, error, significación, muestreo, fechas), está incumpliendo normas deontológicas y está manipulando. Pero muchas veces el sociólogo envía estos datos y los periodistas no los publican: ahora son ellos los que están manipulando. Pero con los datos de la ficha técnica no es suficiente para hacer una valoración de la encuesta: ha de dárseles no sólo el voto estimado, sino el voto directo, y ha de dárseles alguna indicación del equilibrio muestral, como puede ser el recuerdo de voto, que nos permite saber qué sesgo puede tener la muestra tomada a favor de qué partido. Otros datos nos harían falta para perfilar mejor la encuesta, pero con estos ya tenemos una aproximación.





En todo caso, el sociólogo puede elegir entre varios tipos de estimaciones con resultados distintos. A veces, esta elección es, digamos, científica: la intención, al hacerla, es la de dar el resultado que se considera más correcto. Otras veces se trata de estimaciones estratégicas, es decir, de estimaciones que, sin ser incorrectas, son aquellas que se consideran mejores para algún partido: esta es la forma más frecuente de usar las encuestas de cara a la opinión pública. Normalmente, se considera que lo que más favorece a un partido son las encuestas favorables, aquellas que se supone que potencian el llamado efecto bandwagon o de adhesión al ganador o de bola de nieve o cualquier otro nombre de los muchos que se le dan: la gente tiende a votar al que va ganando. ¿Es cierto esto?. La existencia y la corroboración de estos efectos de la publicación de encuestas (o, en otros países, del conocimiento de resultados electorales anteriores en otros estados del país) es muy difícil de realizar con seguridad total, y por tanto nos movemos en un territorio científicamente resbaladizo, en el que factores no fáciles de computar introducen variaciones según tiempo y lugar, al menos. Pero, en líneas muy generales, el sentido común parece decirnos (y los hechos, a veces, lo confirman) que tendemos a sumarnos al carro (al vagón) de la victoria. Pero no siempre. Se habla también del efecto underdog que propicia el voto estratégico a favor del perdedor. ¿En qué condiciones? Hay algunos trabajos científicos sobre todo esto, pero tomando lo nuestro y más cercano como referencia, y volviendo entonces a las elecciones del 3 de marzo, podemos decir que en las condiciones creadas en aquel momento funcionó el efecto

underdog. Y esto explicaría la remontada del PSOE, que de tener unos seis puntos de porcentaje de diferencia a favor del PP (datos de encuesta no publicada) en el mes de Septiembre del 95, pasó a perder esas elecciones generales por poco más de un punto. Y todo ello en un clima mediático muy hostil, y con casi todas las encuestas en contra con diferencias entre 6 y 13 puntos. No es disparatada (y está avalada por muchos datos) la hipótesis underdog, efecto propiciado por esas encuestas y el temor real a la mayoría absoluta del PP que mucha gente expresaba (un número importante de posibles votantes del PP, en vísperas electorales, estaban dispuestos a no votar al PP en caso de probable mayoría absoluta, según datos de encuesta no publicada): la prensa hostil al PSOE creó el clima underdog, por su exceso en el tratamiento de datos y temas, que en el caso de algún medio llegó hasta la invención de una encuesta. La mecánica de funcionamiento de estos y otros efectos no es muy conocida, por lo que los aprendices de brujo acaban quemándose en su propia pira.

1.f) Confusión interpretativa entre "estructura" y "génesis"

Una forma muy frecuente de equivocarse de los sociólogos enfrentados con una encuesta, es considerar a esta como la fuente de todo saber sociológico sobre la realidad (político-electoral, en este caso) confundiendo o no teniendo en cuenta la diferencia entre la estructura de algo (la opinión pública electoral, en este caso) y su génesis. El conocimiento de la estructura nos permite conocer muchas cosas: cómo es ahora esa opinión (sexo, ingresos, estudios, voto, etc.), pero el conocimiento de la génesis u origen nos da las claves que permiten modificar ese algo (la opinión pública electoral). Los métodos genéticos y estructurales tienen un alcance muy distinto, complementándose en el estudio sociológico. Suele hablarse de métodos cuantitativos y cualitativos, pero esa diferencia aplicada a la estructura y la génesis no es del todo correcta, porque podemos hacer análisis estructurales muy cualitativos y, al revés, análisis genéticos muy cuantitativos. Yo he trabajado con métodos genéticos de creación propia (Bouza, F. 1995) de tendencia cuantitativa, y he hecho interpretaciones cualitativas de encuestas (Bouza, F. 1997), y con ello quiero resaltar la no coincidencia conceptual, dos a dos, de esos cuatro conceptos (estructura, génesis, cuantitativo, cualitativo).

Los análisis de los medios de comunicación (ver p.e. Gómez, P; Perales, A. 1996) suelen necesitar una variedad metodológica que va más allá de la descripción estructural.

El tomar la encuesta (que es un método esencialmente estructural) como toda fuente de conocimiento sobre el voto en situación electoral, impide acceder y dar la relevancia necesaria a los métodos genéticos (grupos, entrevistas, análisis cognitivos, etc.) que nos permiten, entre otras cosas, hacer estimaciones mejores de los datos directos. En situación electoral compleja, los métodos genéticos, cualitativos o no, permiten dominar el clima de opinión y acceder al desarrollo cognitivo de los procesos de voto (algunos textos sencillos y claros pueden iniciar al sociólogo en la perspectiva cognitiva –p.e. Sanford, 1990–) en cada uno de los segmentos que nos interesa conocer).

2) la comunicación política y la batalla de la agenda

La comunicación política en período preelectoral y electoral está encaminada, sobre todo, a lograr la iniciativa en la batalla de la agenda, que es aquella lucha por hablar de lo que uno cree que se debe hablar: no es, en principio, una cuestión de contenidos (qué pensar de), sino de temas (sobre qué pensar). Y en el apogeo de los temas GAL, Roldán, etc (vísperas electorales del 96: 94,95) el PP, sea cual sea la interpretación que hagan otros partidos o personas de tales cuestiones, llevaba ventaja. Pero en el tema "estado de bienestar", sea cual sea la interpretación pública del PP sobre esta cuestión, el PSOE llevaba y lleva ventaja. En este sentido, es el mero hecho de "hablar de" (con algún matiz) lo que determina la batalla de la agenda. De esa batalla voy a hablar ahora. La palabra batalla es correcta para un tema en el que las metáforas militares son más que metáforas: se trata, aquí también, de estrategias para la defensa y la ofensa (siva) hasta lograr una relación de fuerzas favorable y una victoria.

2.a) La teoría de la "agenda-setting"

Quizá la mejor manera de acceder a esta interesante teoría que desarrollan en los años setenta McCombs y Shaw sobre la influencia de los medios de comunicación, sea la de repetir una vez más el párrafo de Bernard Cohen, ya en 1963, en el que fija claramente el camino de las nuevas investigaciones sobre influencia (v. Semetko, H.A. en Muñoz-Alonso, A; y Rospir, J.I. 1995): "Puede ser que la prensa no tenga mucho éxito en indicar a la

gente qué pensar, pero tiene un éxito sorprendente en decirles a sus lectores sobre qué pensar...". En este sentido, la teoría de la agenda-setting (traducida en castellano como jerarquización de noticias) pone el énfasis en la construcción de la realidad (tema conexo procedente de la sociología a través de Schutz –y, por tanto, Berger y Luckman–) que realizan los medios al elegir una entre varias opciones de noticias y al construir la primera plana a su gusto: definir la realidad (tema también de Schutz, a través del llamado Teorema de Thomas: "lo que se define como real es real en sus consecuencias") es el destino de los medios, que la filtran y la presentan al público. La teoría de la agenda-setting cambia el foco de las investigaciones del qué al sobre qué, y ahora se compararán la "agenda de los medios" con la "agenda de la población" y se llegará a conclusiones muy interesantes sobre la influencia específica de cada medio en la "agenda pública" en una circunstancia determinada. O el tiempo de demora de influencia de un medio en la creación de agenda (p.e. Wanta, W; Hu, Y-W. 1994).

2.b) Perfiles sociológicos de una batalla política

La sociología electoral, como aporte central a la Comunicación Política (tanto entendida como ciencia o como acción comunicativa), da a ésta todo el instrumental netamente sociológico que le permite analizar o actuar, según el uso de la Comunicación Política en su doble vertiente científica o pragmática. La que he llamado batalla de la agenda es la confrontación de varias estrategias de comunicación que se apoyan, generalmente, en temas diversos, aunque pueda haber, eventualmente, coincidencia temática (en el sobre qué).



Los instrumentos sobre los que se define la agenda política pueden ser sociológicos, psicológicos, etc., y éste sería el caso de la comunicación política científicamente fundada. Para definir esa agenda, el material analítico pasa por los cuatro conceptos citados (génesis, estructura, cualitativo, cuantitativo). Generalmente, los partidos realizan su agenda a partir de intuiciones o encuestas, o de intuiciones apoyadas en encuestas en las que se procura conocer las necesidades de agenda de la población (sobre qué quiere la gente que se hable). Escasean, sin embargo, los análisis genéticos y cualitativos, lo que genera una cierta opacidad de la opinión popular no matizada en las encuestas. Las metodologías genéticas permiten reconstruir la racionalidad del votante y ajustar la agenda y el discurso público a esa racionalidad.

La Comunicación Política como ciencia debe reconstruir estas estrategias buscadas o no buscadas y establecer la racionalidad analítica sobre el conjunto del proceso electoral, en caso de que este proceso sea el objeto de estudio.

Si volvemos al 3-M, podemos observar algunos errores obvios de comunicación eficaz en el partido que, pese a ganar, más defraudó sus expectativas de voto, que fue el PP. Voy a tomar como ejemplo de conducta comunicativa segmentalmente muy arriesgada a la presentación del cantante Julio Iglesias como símbolo del PP en un acto de masas de gran relevancia.

Cuando un partido debe incidir en electorados muy diversos (no sólo por sus ingresos, también por sus gustos) como es el caso de casi todos los partidos actualmente, debe respetar esa diversidad. No es fácil, y a veces es imposible. Pero Julio Iglesias representa (y Raphael, ya en declive, pero también vivo electoralmente) a una franja muy limitada del gusto musical, precisamente esa franja en la que el PP menos mítines necesita para ganar (sectores de las clases medias urbanas muy vinculadas a un gusto muy específico). Desde el punto de vista de la comunicación política práctica, se produce una reducción segmental del mensaje que limita el ámbito comunicativa a ese sector, y desidentifica a otros muchos (a pesar de su popularidad, Julio Iglesias resulta muy conflictivo para el gusto de amplios sectores jóvenes y no tan jóvenes, y es también un antisímbolo).

3) los procesos cognitivos en la comunicación política



¿Cómo se genera la decisión de voto? Esta es una pregunta teórica de la ciencia de la Comunicación Política con aplicaciones inmediatas a la comunicación política partidaria. Si tuviera una contestación única y clara estaríamos ante algo fácilmente predecible. Pero no es así. La génesis de la conducta de voto puede tener rasgos culturales (en sentido muy amplio: culturas de clase, ciudad, barrio, religión, familia, etc.) pero también tiene rasgos fuertemente individuales. En todo caso, son los procesos culturales más genéricos los que se pueden reconstruir con metodologías genéticas, fundando el análisis en generalizaciones a partir de casos concretos. Reconstruir esos procesos culturales es postular un modelo de proceso que nos permita saber hipotéticamente cómo llevan a cabo esa elaboración racional del voto ciertos segmentos sociales. Probablemente esos procesos son muy distintos a los que postula el sentido común, que tiende a dar por ciertos procesos de toma de decisiones muy simples del tipo "mejora económica=voto al gobierno", y cosas similares. Estos procesos pueden reconstruirse con alguna garantía a través de preguntas específicas en el cuestionario de encuesta combinadas con métodos genéticos encaminados a desvelar la lógica segmental de voto.

Desigualdad

en la inversión a candidatas

En esta época y con tantas leyes que incluyeron desde las cuotas de género, para después pasar a la paridad, nos damos cuenta de que aún falta mucho por hacer, pues los dirigentes de los partidos políticos siguen manejando de forma discrecional los recursos públicos para invertir en las candidaturas, pues lamentablemente en la pasada campaña electoral se les destinaron el doble de recursos a los hombres.

Para una reflexión profunda debemos analizar que de ocho mil 594 candidatos (993 a cargos federales y siete mil 601 locales) y ocho mil 464 candidatas (mil seis a cargos federales y siete mil 458 locales), los partidos políticos destinaron más de tres mil seiscientos millones de pesos a los varones, mientras que a las mujeres poco más de mil setecientos millones de pesos. En pocas palabras de tres pesos que se destinan a las campañas políticas dos son para hombres, mientras que un peso es para mujeres. Cabe mencionar que además se entregan mayores recursos para los cargos a nivel federal que a nivel local, pues generalmente en las campañas locales los candidatos deben conseguir sus propios recursos.

Si queremos avanzar en generar una sociedad igualitaria debemos realizar acciones que aseguren la misma, sin distinción alguna, entender que invertir en las mujeres al igual que en los hombres es un derecho que nos asegura una sociedad pacífica, humanista, incluyente, pues diversos estudios internacionales han demostrado que los liderazgos masculino y femenino lejos de confrontarse, se complementan en beneficio de la sociedad en general.

Monica Fragoso

EL CAMBIO que necesita la política

Todos sabemos que en la sociedad, existen personas que no comparten las mismas ideas, costumbres, principios o valores; por ello la convivencia diaria se complica, de ahí que se justifica el uso de la política como un instrumento conformado por reglas para garantizar una convivencia armónica a fin de lograr el bien común de la sociedad.

Resulta indispensable destacar que la política no es una actividad exclusiva de los gobernantes o de los políticos, sino una actividad humana y necesaria para el desarrollo de la sociedad; por lo tanto todos de forma directa o indirecta estamos involucrados en la misma.

Ahora bien, como toda disciplina humana es perfectible, además es una actividad que va en constante evolución, debido a que las necesidades ciudadanas van cambiando, pero esta transformación de la política no sólo le corresponde a los políticos, sino al ciudadano que tiene un papel fundamental, partiendo desde la premisa que el político antes de ser servidor público, es un ciudadano haciendo política en una democracia.

Ahora bien, los ciudadanos no deben ceder su derecho de decisión para que otros lo utilicen, todo lo contrario debemos comprometernos para tomar un papel protagónico y con ello marcar los puntos de la agenda pública que necesitamos en la sociedad. Y los políticos o gobernantes deben entender que es necesario cambiar la narrativa, que en la actualidad como lo dice Elmer Ancona, existen otras premisas en el desarrollo de la actividad política que son sencillez, proximidad y desapego al poder, en pocas palabras ser un auténtico servidor del pueblo.

El compromiso de la mujer en el mundo, en dos mil años de historia, se ha expresado en diferentes modos. Uno de ellos ha sido el de la participación en la acción política: La mujer, cumple todos sus deberes de ciudadano al ser la determinación primordial en el cuidado de la familia, principalmente de los hijos, es la primera educadora de ciudadanía.

Las mujeres han servido a la sociedad a través de su generoso compromiso en las actividades políticas y de gobierno. Son las forjadoras inalienables de la dignidad de la conciencia.

Aunque sometidas a diversas formas de presión psicológica, rechazo de toda componenda, y sin abandonar «la constante fidelidad a la autoridad y a las instituciones que la distinguen, afirma con su vida y su muerte que todo hombre no se puede separar de la responsabilidad social, ni la política de la responsabilidad moral.

Las actuales sociedades democráticas, en las que loablemente todos son hechos partícipes de la gestión de la cosa pública en un clima de verdadera libertad, exigen nuevas y más amplias formas de participación en la vida pública por parte de los ciudadanos, las mujeres no son ajenas a esta participación.

Todos podemos contribuir por medio del voto a la elección de los legisladores y gobernantes y, a través de varios modos, a la formación de las orientaciones políticas y las opciones legislativas que, según ellos, favorecen mayormente el bien común. La vida en un sistema político democrático no podría desarrollarse provechosamente sin la activa, responsable y generosa participación de todos, sobretodo la mujer, si bien con diversidad y complementariedad de formas, niveles, tareas y responsabilidades.

Mediante el cumplimiento de los deberes civiles comunes, de acuerdo con su conciencia humanista, en conformidad con los valores que son congruentes con ella, las mujeres desarrollan también sus tareas propias de animar el orden temporal, respetando su naturaleza y legítima autonomía, y cooperando con los demás, ciudadanos según la competencia específica y bajo la propia responsabilidad.

Consecuencia de esta fundamental enseñanza del humanismo es que «las mujeres de ningún modo pueden abdicar de la participación en la “política”; es decir, en la multiforme y variada acción económica, social, legislativa, administrativa y cultural, destinada a promover orgánica e institucionalmente el bien común, que comprende la promoción y defensa de bienes tales como el orden público y la paz, la libertad y la igualdad, el respeto de la vida humana y el ambiente, la justicia, la solidaridad, etc.

No se pretende reproponer la entera enseñanza del humanismo en esta materia, resumida por otra parte, en sus líneas esenciales, sino solamente recordar algunos principios propios de la conciencia ciudadana, que inspiran el compromiso social y político en las sociedades democráticas. Y ello porque, en estos últimos tiempos, a menudo por la urgencia de los acontecimientos, han aparecido orientaciones ambiguas y posiciones discutibles, que hacen oportuna la clarificación de aspectos y dimensiones importantes de la cuestión sobre la participación de la mujer.

LA VIDA POLÍTICA DE LA MUJER, UN COMPROMISO Y UNA CONDUCTA

La sociedad civil se encuentra hoy dentro de un complejo proceso cultural que marca el fin de una época y la incertidumbre por la nueva que emerge al horizonte. Las grandes conquistas de las que somos espectadores nos impulsan a comprobar el camino positivo que la humanidad ha realizado en el progreso y la adquisición de condiciones de vida más humanas.

La mayor responsabilidad hacia Países en vías de desarrollo es ciertamente una señal de gran relieve, que muestra la creciente sensibilidad por el bien común. Junto a ello, no es posible callar, por otra parte, sobre los graves peligros hacia los que algunas tendencias culturales tratan de orientar las legislaciones y, por consiguiente, los comportamientos de las futuras generaciones.

Se puede verificar hoy un cierto relativismo cultural, que se hace evidente en la teorización y defensa del pluralismo ético, que determina la decadencia y disoLa sociedad civil se encuentra hoy dentro de un complejo proceso cultural que marca el fin de una época y la incertidumbre por la nueva que emerge al horizonte. Las grandes conquistas de las que somos espectadores nos impulsan a comprobar el camino positivo que la humanidad ha realizado en el progreso y la adquisición de condiciones de vida más humanas.

La mayor responsabilidad hacia Países en vías de desarrollo es ciertamente una señal de gran relieve, que muestra la creciente sensibilidad por el bien común. Junto a ello, no es posible callar, por otra parte, sobre los graves peligros hacia los que algunas tendencias culturales tratan de orientar las legislaciones y, por consiguiente, los comportamientos de las futuras generaciones.

Se puede verificar hoy un cierto relativismo cultural, que se hace evidente en la teorización y defensa del pluralismo ético, que determina la decadencia y disolución de la razón y los principios de la ley moral natural. Desafortunadamente, como consecuencia de esta tendencia, no es extraño hallar en declaraciones públicas afirmaciones según las cuales tal pluralismo ético es la condición de posibilidad de la democracia en asuntos sobre la actividad de la mujer.

Ocurre así que, por una parte, los ciudadanos reivindican la más completa autonomía para sus propias preferencias morales, mientras que, por otra parte, los legisladores creen que respetan esa libertad formulando leyes que prescinden de los principios de la ética natural, limitándose a la condescendencia con ciertas orientaciones culturales o morales transitorias, como si todas las posibles concepciones de la vida tuvieran igual valor.

Al mismo tiempo, invocando engañosamente la tolerancia, se pide a una buena parte de los ciudadanos – incluidas las mujeres – que renuncien a contribuir a la vida social y política de sus propios Países, según la concepción de la persona y del bien común que consideran humanamente verdadera y justa, a través de los medios lícitos que el orden jurídico democrático pone a disposición de todos los miembros de la comunidad política.

La historia del siglo XX es prueba suficiente de que la razón está de la parte de aquellos ciudadanos que consideran falsa la tesis relativista, según la cual no existe una norma moral, arraigada en la naturaleza misma del ser humano, a cuyo juicio se tiene que someter toda concepción del hombre, del bien común y del Estado.



Esta concepción relativista del pluralismo no tiene nada que ver con la legítima libertad de los ciudadanos de elegir, primordialmente de las mujeres, entre las opiniones políticas compatibles con la ley moral natural, aquella que, según el propio criterio, se conforma mejor a las exigencias del bien común.

La libertad política no está ni puede estar basada en la idea relativista según la cual todas las concepciones sobre el bien del hombre son igualmente verdaderas y tienen el mismo valor, sino sobre el hecho de que las actividades políticas apuntan caso por caso hacia la realización extremadamente concreta del verdadero bien humano y social en un contexto histórico, geográfico, económico, tecnológico y cultural bien determinado, independientemente se trate del varón o de la mujer en materia de participación en los roles políticos.

La pluralidad de las orientaciones y soluciones, que deben ser en todo caso moralmente aceptables, surge precisamente de la concreción de los hechos particulares y de la diversidad de las circunstancias. No es tarea de la sociedad formular soluciones concretas – y menos todavía soluciones únicas – para cuestiones temporales, ha dejado al juicio libre y responsable de cada uno. Sin embargo, la Sociedad Civil tiene el derecho y el deber de pronunciar juicios morales sobre realidades temporales cuando lo exija la ley moral.

Si la mujer debe reconocer la legítima pluralidad de opiniones temporales, también está llamada a disentir de una concepción del pluralismo en clave de relativismo moral, nociva para la misma vida democrática, pues ésta tiene necesidad de fundamentos verdaderos y sólidos, esto es, de principios éticos que, por su naturaleza y papel fundacional de la vida social, no son “negociables”.

En el plano de la militancia política concreta, es importante hacer notar que el carácter contingente de algunas opciones en materia social, el hecho de que a menudo sean moralmente posibles diversas estrategias para realizar o garantizar un mismo valor sustancial de fondo, la posibilidad de interpretar de manera diferente algunos principios básicos de la teoría política, y la complejidad técnica de buena parte de los problemas políticos, explican el hecho de que generalmente pueda darse una pluralidad de partidos en los cuales puedan militar las mujeres para ejercitar – particularmente por la representación parlamentaria – su derecho-deber de participar en la construcción de la vida civil de su País.

Esta obvia constatación no puede ser confundida, sin embargo, con un indistinto pluralismo en la elección de los principios morales y los valores sustanciales a los cuales se hace referencia.

La legítima pluralidad de opciones temporales (no existe legitimidad en el pluralismo) mantiene íntegra la matriz de la que proviene el compromiso de las mujeres en la política, que hace referencia directa a la doctrina moral y social cristiana. Sobre esta enseñanza las mujeres están obligadas a confrontarse siempre para tener la certeza de que la propia participación en la vida política esté caracterizada por una coherente responsabilidad hacia las realidades temporales.

La ciudadanía es consciente de que la vía de la democracia, aunque sin duda expresa mejor la participación directa de las mujeres en las opciones políticas, sólo se hace posible en la medida en que se funda sobre una recta concepción de la persona en su dignidad. Se trata de un principio sobre el que las mujeres no pueden admitir componendas, pues de lo contrario se menoscabaría el testimonio de su propia dignidad en el mundo y la unidad y coherencia interior de los mismos ciudadanos. La estructura democrática sobre la cual un Estado moderno pretende construirse sería sumamente frágil si no pusiera como fundamento propio la centralidad de la participación de la mujer en su constitución de persona digna.

El respeto de la persona es, por lo demás, lo que hace posible la participación democrática. Como se marca en la fundamentación del ideario político de Acción Nacional, la tutela «de los derechos de la persona es condición necesaria para que los ciudadanos, como individuos o como miembros de asociaciones, puedan participar activamente en la vida y en el gobierno de la cosa pública.

Se extiende la compleja red de problemáticas actuales, que no pueden compararse con las temáticas tratadas en siglos pasados. La conquista científica, en efecto, ha permitido alcanzar objetivos que sacuden la conciencia e imponen la necesidad de encontrar soluciones capaces de respetar, de manera coherente y sólida, los principios éticos. Se asiste, en cambio, a tentativos legislativos que, sin preocuparse de las consecuencias que se derivan para la existencia y el futuro de los pueblos en la formación de la cultura y los comportamientos sociales, se proponen destruir el principio de la intangibilidad de la vida humana.



Las mujeres, en esta grave circunstancia, tienen el derecho y el deber de intervenir para recordar el sentido más profundo de la vida y la responsabilidad que todos tienen ante ella. Acción Nacional, en línea con la enseñanza constante del humanismo, ha reiterado muchas veces que quienes se comprometen directamente en la acción legislativa tienen la precisa obligación de oponerse a toda ley que atente contra la vida humana.

Vale la imposibilidad de participar en campañas de opinión a favor de semejantes leyes, y a ninguno de ellos les está permitido apoyarlas con el propio voto. Esto no impide, a propósito del caso en que no fuera posible evitar o abrogar completamente una ley abortista en vigor o que está por ser sometida a votación, que un parlamentario, cuya absoluta oposición personal al aborto sea clara y notoria a todos, pueda lícitamente ofrecer su apoyo a propuestas encaminadas a limitar los daños de esa ley y disminuir así los efectos negativos en el ámbito de la cultura y de la moralidad pública. En esta materia estriba la importancia esencial de la mujer en el rol político nacional, ella como responsable directa de que en su interior se gesta la vida.

En tal contexto, hay que añadir que la conciencia de la mujer bien formada no permite a nadie favorecer con el propio voto la realización de un programa político o la aprobación de una ley particular que contengan propuestas alternativas o contrarias a los contenidos fundamentales de la moral y del humanismo.

Las doctrinas humanistas constituyen una unidad inseparable, no es lógico el aislamiento de uno solo de sus contenidos en detrimento de la totalidad de la doctrina de Acción Nacional. El compromiso político a favor de un aspecto aislado de la

doctrina social no basta para satisfacer la responsabilidad de la búsqueda del bien común en su totalidad. Ni tampoco la mujer puede delegar en otros el compromiso social que proviene del ideario humanista.

Cuando la acción política tiene que ver con principios morales que no admiten derogaciones, excepciones o compromiso alguno, es cuando el empeño de las mujeres se hace más evidente y cargado de responsabilidad. Ante estas exigencias éticas fundamentales e irrenunciables, en efecto, las mujeres deben saber que está en juego la esencia del orden moral, que concierne al bien integral de la persona como ciudadano.

Análogamente, debe ser salvaguardada la tutela y la promoción de la familia, fundada en el matrimonio monogámico entre personas de sexo opuesto y protegida en su unidad y estabilidad,

frente a las leyes modernas sobre el divorcio. A la familia no pueden ser jurídicamente equiparadas otras formas de convivencia, ni éstas pueden recibir, en cuánto tales, reconocimiento legal.

Así también, la libertad de los padres en la educación de sus hijos es un derecho inalienable, reconocido además en las Declaraciones internacionales de los derechos humanos. Del mismo modo, se debe pensar en la tutela social de los menores y en la liberación de las víctimas de las modernas formas de esclavitud (piénsese, por ejemplo, en la droga y la explotación de la prostitución).

No puede quedar fuera de este elenco el derecho a la libertad religiosa y el desarrollo de una economía que esté al servicio de la persona y del bien común, en el respeto de la justicia social, del principio de solidaridad humana y de subsidiariedad, según el cual deben ser reconocidos, respetados y promovidos los derechos de las personas, de las familias y de las asociaciones, así como su ejercicio.

Finalmente, cómo no contemplar entre los citados ejemplos el gran tema de la paz. Una visión irenista e ideológica, tiende a veces a secularizar el valor de la paz mientras, en otros casos, se cede a un juicio ético sumario, olvidando la complejidad de las razones en cuestión. La paz es siempre obra de la justicia, exige el rechazo radical y absoluto de la violencia y el terrorismo, y requiere un compromiso constante y vigilante por parte de los que tienen la responsabilidad política, varón o mujer, sea el caso.

Dr. Victor Manuel Escobar Vega



RECUPEREMOS PRINCIPIOS Y VALORES


Eloy Salmerón Díaz
Presidente del Comité Directivo Estatal

DIRECTORA
Ma. de la Luz Martínez García

EDICIÓN
Juan Pablo García

Diseño
HDavid Martínez

Síguenos a través de:

 [@EloySalmeDiaz](https://www.facebook.com/EloySalmeDiaz)

 [@EloySalmeDiaz](https://twitter.com/EloySalmeDiaz)

IMPRESIÓN

Segunda Cerrada de Chapa de Mota, Mza 5, Lote 45 A
Fraccionamiento Casa Nueva, Huehuetoca

Fecha
25 de Julio, 2019