

UNIVERSIDAD **N**ACIONAL **A**UTÓNOMA DE **M**ÉXICO

PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES

***EL CAPITAL CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL Y LA
PREFERENCIA ELECTORAL: UN ESTUDIO DE CASO.***

*T E S I S
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN COMUNICACIÓN
P R E S E N T A :
ALMA LUCÍA OLIMPIA RINCÓN ZACATELCO.*

TUTOR: DR. MURILO KUSCHICK RAMOS.

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco al Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y a nuestra misma casa de estudios por permitirme obtener este logro académico.

Quedo en deuda asimismo con el Instituto de Investigaciones Sociales por las facilidades para llevar a cabo el curso de Seminario para la conclusión de esta tesis, en especial con el Maestro Jorge Dettmer González por la atención prestada tanto al presente texto como a su autora resolviendo dudas y proponiendo vías de mejoramiento del trabajo.

Mi agradecimiento más profundo al Dr. Murilo Kuschisck Ramos por todos los conocimientos aportados tanto en clases como en la asesoría de este escrito, pero en especial por la forma tan auténticamente amistosa con la cual se trabajó.

Va mi agradecimiento a las autoridades del Programa de Posgrado tales como la Dra. Judit Bokser Misses y la Dra. Susana González Reyna; al personal que atentamente estuvo al pendiente de nuestros requerimientos, especialmente a: la Mtra. Gloria Luz Alejandre, el Mtro. Carlos Hernández Alcántara, "Trini" y Rosa María Rodríguez.

Respecto al trabajo que se presenta agradezco las aportaciones realizadas a éste por parte de la Mtra. Alma Alva de la Selva, la Dra. Margarita Yépez Hernández, el Dr. Uriel Caballero, los investigadores Mauricio Suez y Raúl Vega Gil, el Dr. Ilya Adler, el Dr. Francisco Reveles Vázquez y la Mtra. Martha Alicia Márquez Rodríguez.

Doy las gracias a todos mis profesores de Maestría por su paciencia y atenciones y a todos mis compañeros con los cuales no sólo tuve la oportunidad de convivir, sino también, de contar con sus comentarios y aportaciones respecto a la presente investigación. Gracias a Liliana Acosta y a Evelyn Castro por su muy especial y alegre amistad y compañía.

Este agradecimiento es el más grande que deseo expresar porque va dirigido a mis padres, a quienes dedico esta tesis: el Dr. Juan Félix Rincón Manzano y la Sra. Amparo Zacatelco Tlacuilo. Estoy muy contenta por llegar a este momento con ustedes presentes en mi vida y espero que podamos seguir logrando más éxitos.

Estaré siempre contenta de compartir momentos especiales con gente tan importante en mi vida como son mis hermanos: Rafael, Arturo, Angélica, Juan, Josefina, Mario, Manuel, Miguel, Julia y Jorge. Un abrazo para todos ustedes, para mis cuñados y cuñadas así como para todos mis sobrinos, espero que siempre nos mantengamos unidos como hasta el día de hoy.

A mis segundos hermanos les tengo presentes en estos momentos, porque siempre mis amigos me están muy cercanos, no obstante la distancia o las circunstancias: Gabriela Campos, Kristin Pessola, Amy Carroll, Lorena Sill, Arturo Lozano y Esthela Mendoza.

ÍNDICE.

Contenido:

Página.

ÍNDICE.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO 1.....	12
1.1. MÉXICO Y EL SUFRAGIO POR INERCIA Y CIRCUNSTANCIA.....	14
1.2. LOS PARTIDOS COMO ESTRUCTURAS ORIENTADAS A OBJETIVOS.....	17
1.3. CIRCUNSTANCIAS ECONÓMICAS, SOCIALES Y CULTURALES Y LAS MODIFICACIONES EN LA ESTRUCTURA DEL PRI Y EN EL ELECTORADO: MÉXICO 1970 – 2000.....	22
1.4. EL PAN FRENTE A LAS MALAS POLÍTICAS Y LA CAPTACIÓN DEL ELECTORADO: HACIA EL 2 DE JULIO DE 2000.....	29
1.5. LA INERCIA Y LA CIRCUNSTANCIA: PREFERENCIAS ELECTORALES SUPEDITADAS A ESTRUCTURAS DE PARTIDOS Y A ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS.....	34
CAPÍTULO 2.....	41
2.1. LAS ENCUESTAS EN MÉXICO. BREVE HISTORIA DEL EMPLEO DE LAS ENCUESTAS EN MÉXICO.....	43
2.2. LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN MÉXICO DE 2000 Y LOS JÓVENES.....	56
2.3. LA INDIVIDUALIZACIÓN O LA SOCIABILIZACIÓN DE LOS JÓVENES ELECTORES MEXICANOS Y LA OPINIÓN PÚBLICA.....	65
2.4. LAS ENCUESTAS COMO UNA HERRAMIENTA EN PROCESO DE CAMBIO.....	68
2.5. EL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSENSO COGNOSCITIVO.....	71
2.6. ENCUESTAS BASADAS EN LA EXPERIENCIA DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL JUVENIL: UN ESTUDIO POR CONSISTENCIA COGNOSCITIVA Y POR NIVELES.....	80
CAPÍTULO 3.....	83
3.1. LOS CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL Y LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA: ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA PREFERENCIA ELECTORAL.....	84
3.2. ANTECEDENTES: PREFERENCIA ELECTORAL EN PROCESO DE AJUSTE CON LOS TIEMPOS.....	90
3.3. LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA Y LOS CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL: VÍNCULO EN UNA ELECCIÓN POR UNA OPCIÓN POLÍTICA.....	95
3.4. LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA Y LOS CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL: EL ESTUDIO DE LA PREFERENCIA ELECTORAL.....	99
CAPÍTULO 4.....	100
4.1. LA APLICACIÓN DE UN CUESTIONARIO BASADO EN EL ESTUDIO DE LOS CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL: INDAGACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL.....	103
4.2. VOTACIÓN EN EL 2006: CONTINUIDAD O INTERRUPCIÓN DEL GOBIERNO FEDERAL DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.....	116
4.2.1 CAPITAL CULTURAL: LOS NOTICIARIOS Y LAS PREFERENCIAS ELECTORALES.....	121
4.2.2 CAPITAL ECONÓMICO: CENTRO DE ESTUDIO, UBICACIÓN DE VIVIENDA Y PREFERENCIA ELECTORAL.....	136
4.2.3 CAPITAL SOCIAL: COMENTARIOS DE NOTICIAS CON LA FAMILIA Y CON PERSONAS AJENAS A ÉSTA Y LA PREFERENCIA ELECTORAL.....	147
4.2.4 PREFERENCIAS ELECTORALES PARA ELECCIONES FEDERALES DEL 2006: PREFERENCIAS ELECTORALES Y CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL.....	155
CONCLUSIONES.	160
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.....	169
ANEXOS I.....	181

INTRODUCCIÓN.

La propuesta de esta investigación es la creación de un instrumento para conocer las preferencias electorales en México. Concretamente se estudió el caso de cincuenta estudiantes que cursan (ban) del quinto al octavo semestre de licenciatura en dos universidades de la ciudad de México.

Nuestro cuestionario tiene el fin de investigar datos relacionados al estudio no sólo de la preferencia electoral como elemento informativo de utilidad inmediata sino, y fundamentalmente, trabajar con los conocimientos sobre las técnicas, modelos y propuestas de estudios de efectos, opinión pública y específicamente de preferencias electorales, para en futuros trabajos lograr aportar datos referentes a la formación de esta preferencia, mediante una investigación académica.

En un inicio, conforme a lo reportado por Alejandro Garnica Andrade¹, el estudio de la opinión pública a través de encuestas en México ha cobrado atención desde hace catorce años, pues por un lado, no existía la competencia de otros partidos frente al PRI (Partido Revolucionario Institucional) y, por otro lado, estos estudios fueron opacados por la supremacía de la fenomenología y el marxismo (Alejandro Garnica, 2001: 11 y 12).

¹ Alejandro Garnica Andrade, "El pronóstico del pasado y los recuerdos del porvenir", *Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)*, año 8, núm. 29, agosto 2001, pp. 11 - 23.

Se escogió la técnica del estudio por encuesta de tipo sección transversal no ponderada², mediante un cuestionario autoaplicable en una entrevista personal³, porque se consideró como la más propia para la investigación de la preferencia electoral donde no se cuenta con un objeto concreto por el cual indagar, como sucede con los trabajos realizados por entrevista profunda o “focus group”⁴. Además, se pretende el empleo futuro del cuestionario resultante en una investigación⁵ donde la muestra responda a un estudio de tipo regional con 400, 700 o 1,000 sujetos⁶.

El título de este texto: *El capital cultural, económico y social y la preferencia electoral: Un estudio de caso*, hace necesario precisar dos

² Se trabajó con una encuesta de sección transversal no ponderada pues aunque nuestro interés era conocer las características de esta población en un momento particular (el de aplicación), no se considera como ponderada, no obstante el número de cincuenta entrevistados (no representativa), porque a los entrevistados no se les considera una importancia particular sobre el resto de la población a estudiar. Además se eligió el estudio de sección transversal porque facilita el análisis de la información obtenida por medio de cruces.

³ Entre los posibles cuestionarios para ser aplicados en la técnica de encuesta existen aquellos por correo, por teléfono o puerta a puerta; las dos primeras opciones pueden no tener respuesta por parte del entrevistado, en el caso del correo porque no se desee emplear tiempo en contestar, por vía telefónica porque el entrevistado puede colgar y dejar la consulta a la mitad; en el caso de puerta a puerta las personas sienten inseguridad de abrir la puerta al entrevistador y no siempre se cubren las cuotas de personas elegidas para ser interrogadas. Las encuestas persona a persona permiten interactuar con el individuo a estudiar. Se eligió para esta investigación el formato autoaplicable porque así quien resuelve el cuestionario no se siente necesariamente presionado por quien lo aplica ni existen interferencias por la forma en la cual se formulan las preguntas.

⁴ En esta técnica se consulta a un grupo de personas sobre un asunto concreto o un objeto (un film, un producto, un promocional, un spot, etc.); para tal efecto se presenta el material u objeto y entonces, basados en una guía de preguntas se conduce una charla que se graba y/o se videografa y los resultados se van anotando en un formato de vaciado de información. El trabajo por medio de entrevista profunda limita el número de entrevistados a la cantidad de personas que quepan en un cuarto y que permitan una plática de tipo personal; el número puede rondar entre los 10 y 25 individuos. Los resultados obtenidos responden a necesidades inmediatas como saber los efectos del objeto en cuestión sobre los indagados y conocer si el uso de éste es efectivo, por ejemplo en una campaña publicitaria.

⁵ Los conocimientos y habilidades adquiridas por medio del presente trabajo, sobre la aproximación a las preferencias electorales entre estudiantes de los últimos semestres de licenciatura, se pretende emplear en un estudio futuro de encuesta de tipo secciones transversales sucesivas para realizar investigaciones sobre el mismo tema y acerca de cultura cívica en la misma población (aunque no con los mismos individuos).

⁶ Acerca del tamaño de la muestra Pilar Baptista, Carlos Fernández y Roberto Hernández nos reportan que: “Las muestras nacionales, es decir, muestras que representan a la población de un país son por lo común de más de 1,000 sujetos.

(...)

Las muestras regionales (por ejemplo las que representan el área metropolitana) algún estado del país o algún municipio o región son típicamente más pequeñas con rangos de 700 a 400 sujetos” (Baptista Lucio, Pilar, 2000: 224).

aspectos importantes: 1) el estudio de los capitales cultural, económico y social y la formación de la preferencia electoral se ha realizado a través de una investigación por encuesta y; 2) el cuestionario fue aplicado a una población considerada como de “jóvenes estudiantes⁷” que estudian (ban) del quinto al octavo semestre de licenciatura, circunstancia reportada por los mismos entrevistados⁸, y con edades entre los 19 y 25 años⁹ (con sólo dos individuos mayores de 25 años).

Añadimos a la exposición de las circunstancias de la aplicación del cuestionario otras situaciones que explican la representatividad de la muestra poblacional trabajada. Después de haber formulado siete cuestionarios (y haber usado tres en la UNAM –Universidad Nacional Autónoma de México- como cuestionarios piloto) y probar características como el tiempo de contestación, su carácter de autoaplicable, su longitud y el manejo de vocabulario, por fin se aplicó el instrumento definitivo de 28 preguntas entre cincuenta estudiantes: 23 de la Universidad del Tepeyac y 27 de la UNAM, *campus* Ciudad Universitaria.

A la representatividad así como al margen de error de la muestra no se les prestó atención como rigurosamente sucede en los estudios por

⁷ El rango de estudio de jóvenes estudiantes conforme al INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática) va de los 15 a los 29 años; respecto a esta población este instituto reportó “La población joven de 15 a 29 años que asiste a la escuela en el año 2000 representa 24.9% del total de la población...” INEGI, *Mujeres y Hombres en México*, Aguascalientes, México, 2001, p.158.

Sin embargo, estipular cuál es el rango para delimitar a la población juvenil no es fácil porque se deben considerar diferentes aspectos, la siguiente explicación así lo expone: “Desde el punto de vista médico, los criterios son cada vez menos precisos. Si la adquisición definitiva de los caracteres sexuales bastara para marcar el fin de la adolescencia se considerarían los 14 o 15 años en las mujeres y los 15 o 16 en los varones, pero otros caracteres, como la finalización del desarrollo de la estatura o la osificación del esqueleto llevan el límite hasta los 21 o 22 años” (Grawitz, Madeleine, 1990: 207).

⁸ Cuando se planteó “último semestre” en el título de esta tesis, éste periodo podía haber abarcado hasta un décimo semestre.

⁹ Se estimó que para el momento de la aplicación del cuestionario, los estudiantes del quinto semestre estuvieran entre la población que ya había participado en las elecciones federales del 2000; por ese motivo no se recurrió a alumnos de otros semestres de licenciatura.

encuesta; la razón de esta circunstancia se encuentra en dos limitaciones relacionadas con esta investigación: 1) el tiempo de dos años y medio para estructurar, probar, aplicar, analizar y presentar los resultados; periodo correspondiente a aquel para cursar las diferentes asignaturas del programa de maestría de posgrado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM y concluir las tesis y; 2) la dificultad para acceder a las instalaciones de universidades privadas¹⁰. La aplicación del cuestionario final se logró finalmente en diciembre de 2002.

Ya considerada la funcionalidad del instrumento mediante los cuestionarios piloto; en preguntas resultantes se contemplaron varios aspectos, que se exponen en el mismo orden como se desarrollan través de este texto:

1) La coexistencia en la formación de una preferencia electoral de dos comportamientos: por inercia (por costumbre o por arraigo a un partido y/o a su ideología) y otro por circunstancia (determinado por conveniencia o insatisfacción frente a las propuestas de un partido o un candidato presente no sólo en momentos electorales). En este aspecto se consideró la trayectoria histórica en áreas económica, social y cultural de México y del proceso de maduración de los partidos que han tenido en sus manos el gobierno federal (PRI y PAN –Partido Acción Nacional).

2) La condición cambiante de las encuestas en México cuyas finalidades, presupuestos y patrocinadores han determinado sus alcances.

¹⁰ Para diciembre de 2002 se contó con el apoyo de la Universidad del Tepeyac, a la cual agradezco este gesto, en la delegación Gustavo A. Madero.

Gracias a la cronología elaborada por Raúl de la Peña¹¹ se pudo explorar el proceso de transfiguración de este valioso instrumento de acercamiento al conocimiento del mexicano y de su comportamiento electoral. Conforme a este trayecto histórico de las encuestas en México, por un lado se planteó crear un cuestionario donde se vincularan tanto la aportación de datos útiles en lo inmediato como en el área académica, por tanto aunque no necesariamente, destinado a un término temporal mediano; por otro lado se consideraron los datos aportados por Guadalupe Pacheco¹²; Fernando Bazúa¹³; Ulises Beltrán¹⁴; Jorge Buendía¹⁵; Jorge Hernández Campos¹⁶; Jorge Domínguez y James McCann¹⁷; César Cisneros Puebla y Enrique Alducín¹⁸ y; Francisco Ortiz Pinchetti¹⁹ sobre el comportamiento electoral del joven mexicano en fechas recientes, en especial durante la campaña y elecciones federales del año 2000. Por último se relacionaron los dos aspectos anteriores y se estableció emplear el estudio de los efectos de los medios de comunicación y aquellos sobre lo público y la recepción de mensajes persuasivos de acuerdo con el modelo de cascada de K. W. Deutsch²⁰ y el análisis de por medio de tres niveles de Jack McLeod, Zhongdang Pan y Dianne Rucinski²¹,

¹¹ Ricardo de la Peña, "Fiebre de encuestas", *Política*, N. 119, jueves 18 de agosto de 1994, pp. 8- 10.

¹² Guadalupe Pacheco Méndez, "Cambiar para Votar y Votar para Cambiar. La Campaña Electoral del Distrito federal en 1997", *Sociológica*, n.42, ene-abr., 2000, pp. 145 – 183.

¹³ Fernando Bazúa, "El Sufragio Útil y el 'Gran Elector'", *Proceso*, número 1232, 11 de junio de 2000, pp. 24 – 29.

¹⁴ Beltrán, Ulises, et al., *Los mexicanos de los noventa*, IIS, UNAM, México, 1997, pp. 207

¹⁵ Buendía, Jorge, *El Elector Mexicano de los Noventa. ¿Un Nuevo Tipo de Votante?*, C.I.D.E. (Centro de Investigaciones y Docencia económicas), División de Estudios Políticos, México, D. F., 2000, pp. 32. (Documento de Trabajo n. 117).

¹⁶ Hernández Campos, Jorge, *Partidos Políticos y Ciudadanos: Entre el Diálogo y la Mercadotecnia*, México, CAMBIO XXI Fundación Mexicana A. C., 1991, pp. 99.

¹⁷ Domínguez, Jorge I. Y McCann, James, A., *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, U.S.A., John Hopkins, 1996.

¹⁸ Ambos en Padilla Herrera, Arturo (comp.), *La construcción de lo juvenil. Reunión de investigadores sobre juventud 1996*, Centro de investigación y estudios sobre juventud, México, 1998, pp. 243

¹⁹ Ortiz Pinchetti, Francisco y Ortiz Pardo, Francisco, *El Fenómeno Fox. La historia que Proceso censuró*, México, Ed. Planeta, 2001, pp. 276.

²⁰ En la obra: Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, trad. De María Luz Morán, Madrid, España, Alianza Editorial, 1992, (col. Alianza Universidad Textos núm. 142), pp.321.

²¹ Exposición hallada en la obra: Glynn C., Herbst S., et al., *Public Opinion*, Westview Press, Oxford, 1999.

específicamente los macro – macro (empresas de televisión abierta y receptores) y el micro – micro (socialización de la información obtenida en noticiarios de televisión abierta entre receptores).

3) La formación de preferencias electorales como un proceso individual, influenciado por su ambiente, donde intervienen los capitales cultural, social y económico, así como la consistencia cognoscitiva para aceptar o rechazar un tema o un objeto, tal como lo expone H. T. Reynolds²². Los conceptos de capital cultural²³, económico y social²⁴ fueron extraídos de los trabajos de Pierre Bourdieu²⁵ y de Elinor Ostrom y T. K. Ahn (basados en James Coleman)²⁶.

Conforme con todo lo anterior, desprendemos a manera de hipótesis que la preferencia electoral de los entrevistados para que continúe o no el PAN en el gobierno federal en el 2006, depende de:

1. La relación de los jóvenes con la televisión en canales abiertos, es decir, la cantidad de canales y programas que se ven, la empresa que se

²² En Reynolds, H. T., Ph. D., *Politics and the Common Man*, 3° ed., Dorsey Press, U. S. A., 1976, pp. 228.

²³ Pierre Bourdieu trabaja el capital cultural en tres tipos de existencia de éste: 1) el estado incorporado, es decir lo netamente cultural en cuanto heredado como apropiado, ya sea en objetos físicos (de tipo cultural) o una serie de habilidades o capacidades (siempre culturales); el estado objetivado, es decir, todo bien físico intercambiable económicamente y que transfiere cultura (todos los bienes poseídos aportan al entorno del dueño cultura) y; 3) el estado institucionalizado, aquel reconocimiento social a una persona por capital cultural incorporado y objetivado y que en sí mismo eleva o merma el propio capital cultural. El estado objetivado se puede relacionar con el capital económico y el capital institucionalizado con el capital social de James Coleman.

²⁴ En el caso del capital económico en la conceptualización de James Coleman, éste se remite a los bienes intercambiables, es decir al capital físico, comparable al estado objetivado del capital cultural de Pierre Bourdieu. El capital social se refiere a "...los conceptos de confianza, normas de reciprocidad, redes de participación civil, reglas y leyes" (Ostrom y Ahn, 2003: 171), que se pueden relacionar con el estado incorporado como con el institucionalizado del capital cultural conforme a lo expuesto por Bourdieu.

²⁵ Bourdieu, Pierre "Los tres estados del capital cultural", *Sociológicas*, UAM Azcapotzalco, año 2, número 5, otoño 1987, México, pp. 11 – 23.

²⁶ Elinor Ostrom y T. K. Ahn, "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva", *Revista Mexicana de Sociología*, Instituto de Investigaciones Sociales, año 65, núm 1, enero – marzo 2003, México, pp. 155 – 233.

prefiere para ver los noticiarios, la memoria para mencionar los nombres de los programas y la capacidad para relacionar canal con el nombre del noticiario.

2. La situación económica de los entrevistados valuable dependiendo de la ubicación económica de la casa donde viven los mismos, de acuerdo con el mapa BIMSA (Buró de Investigaciones Mercadológicas –BIMSA-), y al centro de estudios universitarios del encuestado: una universidad particular ("Universidad del Tepeyac") o una universidad pública (UNAM).

3. La socialización de la información adquirida por el entrevistado ya sea con la familia, con amigos, su pareja o alguien diferente a estos grupos.

4. Entonces de la relación de los capitales cultural, económico y social del entrevistado con la preferencia electoral del individuo.

Bajo los supuestos anteriores se determinó la hipótesis de este trabajo: *a un menor capital cultural, un capital económico medio y un capital social medio del entrevistado, se prefiere la continuación del PAN para el 2006. De otra manera, la expectativa sería que el PAN no siga en el gobierno federal para dentro de dos años.*

Los resultados de la información obtenida se analizó en el Capítulo cuatro mediante cruces de los índices correspondientes a los capitales 1) cultural (canales de televisión abierta donde se ven noticiarios y la memoria de nombres de los programas y la relación con sus canales transmisores); 2) económico (ubicación donde viven (ían), de acuerdo con

la zonificación de BIMSA y la universidad donde estudia (ba) el entrevistado) y; 3) social (personas cercanas o lejanas a la familia con quienes comenta la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta) con la preferencia electoral reportada por los estudiantes interrogados.

Los cinco capítulos estructurales de este trabajo de tesis, basados en las teorías y propuestas de estudio mencionados en esta introducción tienen como fin la exposición de los diferentes elementos, que desde nuestra perspectiva, explican en la actualidad la preferencia electoral en elecciones federales entre jóvenes estudiantes de licenciatura del quinto hasta el último semestre.

En el primer Capítulo se expone una breve historia del proceso, entre la década de los setenta y 2000, de la pérdida de electores por parte del PRI y la ganancia de adeptos por parte del PAN; teniendo como explicaciones la conclusión, muy similar, de los investigadores Jorge I. Domínguez y James A. McCann²⁷ y Denise Dresser²⁸: los cambios económicos que se fueron dando en México, al imponer políticas neoliberales, requirieron cambios en la estructura del partido “tricolor” dando como resultado la disminución de electores cautivos, representados por el sector obrero, campesino y popular del partido.

²⁷ Domínguez, Jorge I. Y McCann, James, A., *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, U.S.A., John Hopkins, 1996.

²⁸ Dresser, Denise, “Muerte, modernización o metamorfosis del PRI: neoliberalismo y reforma partidaria en México”, en Cook, Lorena, Kevin Middlebrook y Juan Molinar, (eds.), *Las dimensiones políticas de la reestructuración económica*, México, Cal y arena, 1996, pp. 211 – 250.

En el Segundo Capítulo se aborda el tema de las encuestas, pues es el medio que se propone para trabajar la investigación de las preferencias electorales por medio de la teoría y el modelo empleados en este trabajo: la consistencia cognoscitiva y el estudio basados en los capitales cultural, económico y social de quien sustenta dicha consistencia.

La encuesta ha sido una herramienta de estudio en el área social de gran importancia que ha permitido a los estudiosos en este ámbito complementar las primeras lecturas fenomenológicas de la realidad social. En este segundo apartado hemos empleado los hallazgos de encuestas orientadas al conocimiento del comportamiento de los electores jóvenes de varios autores como Jorge Buendía, César Cisneros Puebla, Jaime Arturo Padilla Herrera, Jorge Hernández Campos y Enrique Alducín, entre otros; aunado a esta panorámica se visualizó cómo los medios tratan de influir al (los) público(s), pero también se indagó en el cómo éste (os) público (s) responden a los emisores de un mensaje político; es decir, nos introducimos al área de la mecánica de la opinión pública para determinar que: un mensaje político puede o no influir de manera diferenciada y escalonada a uno o varios públicos de acuerdo con el comportamiento de éste (os) en el medio social.

El Tercer Capítulo vincula la “Teoría de la consistencia cognoscitiva” y la propuesta de estudios sociales por medio de los capitales cultural, económico y social con la creación del cuestionario aplicado a los jóvenes estudiantes del quinto al último semestre de

licenciatura, para indagar su posible elección durante las votaciones federales de 2006.

La exposición de los pasos que se siguieron desde la creación hasta la aplicación del cuestionario, el análisis de los resultados y el reporte de los mismos está contenida en el Capítulo Cuarto, donde se otorga mayor espacio a la explicación de la “Teoría de la consistencia cognoscitiva” y del empleo particular de los capitales cultural, económico y social para el estudio de las preferencias electorales de los jóvenes entrevistados.

Por último, en el Capítulo Quinto, concluimos el trabajo mediante la relación de los resultados de la investigación y la comparación de éstos con lo planteado en la hipótesis y los hallazgos de los estudios consultados. Aunque se sabe que los estudios electorales han tendido a presentar resultados aparentemente orientadores para el beneficio de los competidores en periodos de campañas, la autora de esta tesis confía en que las aportaciones resultantes de indagaciones fuera de estos periodos permitirán establecer lecturas más completas y precisas sobre el electorado en nuestro país.

CAPÍTULO 1.

En el Capítulo primero de este texto se plantean dos modelos para la investigación de la intención de voto; éstos fueron extraídos de la obra de María de las Heras, en *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: Los escenarios*²⁹. En este apartado la intención es integrar ambos modelos: el inercial y el circunstancial para estudiar las preferencias electorales entre estudiantes del quinto al último semestre de licenciatura.

A partir del anterior planteamiento, y bajo el presupuesto de que la población de estudiantes entrevistados en esta investigación forman su preferencia electoral basados en antecedentes, que los afectan de manera directa o indirecta en sus capitales cultural, económico y social, exponemos algunos sucesos históricos que influyeron en el cambio del electorado mexicano desde la década de los años setenta hasta el 2000 en dos planos: 1) en las estructuras de los partidos y, 2) la relación de éstos con sus miembros, seguidores y cualquier otro elector.

Para entender los sucesos que modificaron las estructuras de los partidos y sus relaciones con miembros, seguidores y electores se recurrió, por un lado, al trabajo de Francisco Reveles³⁰, basados en el modelo Panebianco, para comprender los procesos de maduración de los partidos como estructuras; y por otro lado se abordó la exposición de Teodoro

²⁹ De las Heras, María, *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, México, Océano, 199, pp. 192.

³⁰ Reveles Vázquez, Francisco (coord.), *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, México, Gernika-UNAM, 2002, pp. 551.

Luque³¹ referente a la estructuración de los partidos de acuerdo con objetivos.

Como se mencionó, estas estructuras y relaciones se vieron afectadas por sucesos históricos que se tratan en este Capítulo como aspectos de tipo económico, social y cultural. Para el desarrollo de este tema se emplearon datos aportados por Joy Langston³²; Denise Dresser³³; Jorge I. Domínguez y James McCann³⁴; Miguel González Compeán y Leonardo Lomelí³⁵; Larissa Adler Lomnitz³⁶; Citlali Villafranco Robles³⁷, Francisco Reveles Vázquez³⁸; Guadalupe Pacheco³⁹; Raúl Delabre⁴⁰ y; Alejandro Moreno⁴¹.

En los Capítulos siguientes se expone todo lo relacionado al cuestionario presentado como propuesta final de esta tesis donde se han considerado, a la luz de los sucesos y situaciones presentadas en el presente apartado, los aspectos históricos de investigaciones por

³¹ Luque, Teodoro, *Márketing Político. Un Análisis de Intercambio Político*, prologado Enrique Martín Armario, Editorial Ariel, S.A, Barcelona; España, 1996, pp. 117-160, (col. Ariel Economía).

³² Langston, Joy, Why rules matter: the formal rules of candidate selection and leadership section in the PRI, 1978 – 1996, México, CIDE, Documentos de Trabajo, Núm. 58, 1996, pp. 33.

³³ Dresser, Denise, "Muerte, modernización o metamorfosis del PRI: neoliberalismo y reforma partidaria en México", en Cook, Lorena, Kevin Middlebrook y Juan Molinar, (eds.), *Las dimensiones políticas de la reestructuración económica*, México, Cal y arena, 1996, pp. 211 – 250.

³⁴ Domínguez, Jorge I. Y McCann, James, A., *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, U.S.A., John Hopkins, 1996.

³⁵ González Compeán; Miguel y Leonardo Lomelí (Coords.), *El partido de la revolución. Institución y conflicto (1928 – 1999)*, México, FCE, 2000, pp. 814.

³⁶ Larissa Adler Lomnitz, "El Fondo de la Forma: la Campaña Presidencial del PRI en 1988", *Nueva Antropología*, Vol. XI, No. 38, México, 1990, pp. 45 - 82.

³⁷ Villafranco Robles, Citlali, *Funciones y características del discurso electoral en México (1920 – 1994)*, Trabajo de tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencia Política, México, FCPS-UNAM, 2002, pp. 200.

³⁸ Op. cit.

³⁹ Pacheco Méndez, Guadalupe, *Caleidoscopio Electoral. Elecciones en México, 1979 – 1997*, México, I.F.E., U. A. M. y F. C. E., 2000, pp. 458.

⁴⁰ Trejo Delabre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, 2001, México, pp. 563.

⁴¹ Moreno, Alejandro, *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conductas electorales*, FCE, México, 2003, pp. 252.

encuestas; los trabajos sobre los jóvenes y sus rasgos como electores (en las elecciones de 2000 y 2003) y; por último, los elementos constitutivos del cuestionario para realizar un estudio de preferencias electorales.

En el cuestionario resultante se establece una relación entre la preferencia electoral por inercia y por circunstancia de manera conjunta y no separada y se afirma que existe relación entre la preferencia electoral (afectada por el entorno histórico económico, social y cultural de nuestra nación y los cambios estructurales de los partidos) y 1) el capital cultural, verificable en preferencia de canales y programas de la televisión abierta de los entrevistados; 2) el capital económico, radicado en la situación económica del entrevistado, establecido conforme a la ubicación del lugar donde habita y estudia y; 3) el capital social, analizada en la manera de socialización de la información adquirida en la televisión abierta por el estudiante investigado con su familia y personas ajenas a ella.

1.1. MÉXICO Y EL SUFRAGIO POR INERCIA Y POR CIRCUNSTANCIA.

El cuestionamiento acerca de la derrota del PRI ya era parte del trabajo de María de las Heras, expuesto en su libro *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: Los escenarios*. En esta obra la autora consideró dos tipos de electores, por un lado los de inercia, los que votan continuamente a favor de un partido, ya sea por costumbre o porque consideran a éste como el más próximo a sus ideales e intereses; y, por otro lado se encuentran los sufragantes por circunstancia, es decir aquellos cuyo voto se emite acorde con las circunstancias, o sea a los beneficios inmediatos. Conforme esta investigadora "Si la preferencia inercial es

fuerte, difícilmente puede ser modificada a corto plazo" (Heras, María de las, 2000: 25).

El objetivo principal de este texto no es aprobar o rechazar la propuesta de la investigadora, puesto que el interés de la Dra. María de las Heras es trabajar con el voto en sí y aquí la intención es estudiar las preferencias electorales pero no consideradas como producto de un solo tipo de preferencia, es decir o totalmente conformada por la inercia o sólo por las circunstancias.

Para lograr esta investigación de preferencias electorales, bajo la perspectiva de la Teoría de la consistencia cognoscitiva, se ha considerado la formación de las mismas por medio de una preferencia por inercia y/o circunstancia, es decir asumiendo los antecedentes y rasgos de los entrevistados a través de un cuestionario donde se averigüen los capitales cultural, económico y social de los posibles electores así como probables circunstancias inmediatas que pueden modificar la preferencia de un elector.

Para indagar sobre la preferencia electoral entre estudiantes del quinto al último semestre de la licenciatura en la ciudad de México se les plantearon a los entrevistados las siguientes opciones para los comicios federales del 2006: 1) la continuidad del PAN en el gobierno federal; 2) el retorno del PRI a la presidencia; 3) el ascenso del PRD al poder ejecutivo federal; 4) permitir a otro partido acceder a ese gobierno o, por último; 5) no preferir a alguna de las opciones anteriores para dicho poder. Se ha dado importancia al partido del "sol azteca" sobre otros partidos, que se

les ha denominado como “otros”⁴², por su gobierno en el D.F. y su presencia como partido gobernante en, aproximadamente, un 16%⁴³. Los rasgos de los entrevistados serán estudiados de acuerdo a sus capitales cultural, económico y social comparando los resultados con estudios efectuados por especialistas como los mismos de María de las Heras, Julia Flores, Guadalupe Pacheco, Raúl Delabre y Alejandro Moreno.

Gracias a que los partidos políticos tienen objetivos, se vuelve necesario aclarar la no estaticidad de los mismos y por ello la dificultad para aceptar que los electores formen su preferencia electoral sólo por inercia, es decir contando con su arraigo a un partido. Por lo anterior se precisa entender 1) la estructura de los partidos orientados a fines, 2) algunas circunstancias que fomentaron modificaciones dentro del partido “tricolor” y que facilitaron su derrota en las elecciones federales de 2000 ante el “albiazul” y, 3) algunas estrategias electorales empleadas por el PAN para captar los simpatizantes y sufragios que lo hicieron ganador en dichas elecciones.

- Primero se necesita entender a los partidos como organizaciones orientadas a objetivos para comprender que, a pesar de la ideología que tengan, son estructuras no estáticas. Por ello, a veces tenderán a buscar el voto y en otras ocasiones se hallarán en situaciones comprometidas con la estabilidad y, por consiguiente, se enfrentarán a la incomprensión de sus seguidores y electores al perder el partido su carácter combativo y radical.

⁴² Convergencia por la Democracia, Partido Alianza Social, Partido de la Sociedad Nacionalista, Partido del Trabajo, y Partido Verde Ecologista (partidos que hasta abril de 2002 aparecían en la lista de partidos en la página de Internet del IFE).

⁴³ De los 97 millones 483 mil 412 habitantes en México aproximadamente el 57% está gobernado por el PRI, 23% por el PAN, 16% por el PRD y 4% por otros partidos (*Reforma*, 2003: 12). Véase apartado: 4.2. Votación en el 2006: continuidad o interrupción del gobierno federal del Partido Acción Nacional.

- Segundo, se requiere recordar los acontecimientos históricos de carácter económico, social y cultural que afectaron el modelo corporativista del PRI, donde los militantes de éste estaban afiliados a cualquiera de los sectores representados en el revolucionario institucional: el obrero, campesino y social; factor que aunado a la aplicación de políticas económicas neoliberales (entre otras circunstancias), le causó al “tricolor” la pérdida de votos cautivos, abriendo con ello la posibilidad de competitividad electoral y de poder a otras propuestas electorales.
- Y, tercero, es necesario exponer algunas estrategias de carácter organizacional y mercadotécnico, sin que éstas sean toda la explicación, que modificaron la dinámica de PAN y que llevaron a la victoria al “blanquiazul” sobre el PRI y otros partidos en el 2000.

Para la exposición de los tres puntos anteriores, en especial de los dos últimos, se consideran acontecimientos ubicados entre la presidencia de José López Portillo y Miguel de la Madrid, mismos que a su vez se vieron influenciados por eventos anteriores a estos sexenios como el movimiento estudiantil de 1968. La conclusión de estos sucesos se manifestó en el 2000, año donde por primera vez, después de siete décadas, otro partido diferente al “tricolor” tomó posesión del gobierno federal.

1.2. LOS PARTIDOS COMO ESTRUCTURAS ORIENTADAS A OBJETIVOS.

Los partidos políticos se encuentran conformados en organizaciones que no se conservan estáticas ni en su estructura ni en su manera de relacionarse por un lado con sus miembros, simpatizantes y con los

electores y/o; por otro lado con las circunstancias políticas suscitadas en el ámbito económico, social y cultural, no obstante el grado de *autonomía* con respecto al ambiente y la sistematización de la interdependencia entre las distintas partes de la organización; elementos considerados por Francisco Reveles⁴⁴ como constituyentes del proceso de consolidación organizativa e institucionalización de un partido:

La institucionalización es la etapa de consolidación organizativa de un partido. El nivel alcanzado se aprecia tanto por "el grado de *autonomía* respecto al ambiente", es decir, del escenario político o económico en el cual actúa el partido, como por el grado de "sistematización, de interdependencia entre las distintas partes de la organización" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 13).

El tema de la vinculación de los partidos y los electores es tratado por Teodoro Luque en su libro *Márketing Político. Un Análisis de Intercambio Político*⁴⁵. En dicha obra se establece que la relación del electorado con las opciones políticas se basa en un intercambio político: oferta política y las respuestas de las preferencias del electorado.

Strom agrupa, de acuerdo a los teóricos de la elección racional, los comportamientos competitivos: (1) partidos orientados al voto (*Vote-Seeking Party*); (2) partidos orientados hacia el cargo (*Office-Seeking Party*) busca controlar cargos políticos; (3) partidos orientados a la política (*Policy-Seeking Party*) intenta maximizar sus efectos sobre la política pública. No obstante, se asume que los partidos buscan el voto, como instrumento, para lograr la influencia política⁴⁶.

⁴⁴ Reveles Vázquez, Francisco (coord.), *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, México, Gernika-UNAM, 2002, pp. 551.

⁴⁵ Luque, Teodoro, *Márketing Político. Un Análisis de Intercambio Político*, prol. Enrique Martín Armario, Editorial Ariel, S.A, Barcelona; España, 1996, pp. 117-160, (col. Ariel Economía).

⁴⁶ Existen críticas a estos comportamientos que derivan de tres asunciones poco realistas para Strom: (1) estos modelos obedecen a planteamientos estáticos, como si los partidos no tuvieran ni pasado ni futuro; (2) dichos

El partido significa una “marca política” con características simbólicas (himno, bandera, formas de saludo y tratamiento, etc.), organizacionales, trayectoria histórica y credibilidad (Luque, Teodoro, 1996: 150 – 151). Los partidos, como se mencionó, son estructuras que constantemente están entre la estabilidad que les da su “marca” y las situaciones externas que lo llevan a buscar ventajas inmediatas como mediatas para el partido como para sus candidatos y militantes. Si bien, tanto candidato como partido tienen una fuerte actividad electoral, el segundo ve a largo plazo y se vincula más con el márketing político que con el electoral, de ahí que la relación candidato y partido es estratégica y tiene que ver con el éxito en elecciones.

Se habla de barreras de entrada a la diferencia entre el coste de producción o demanda de los productos para las empresas existente y las entrantes. En el caso político el valor creado se puede transferir de manera limitada como en el caso de la transferencia del “capital político” entre descendientes. Aún cuando los políticos titulares se interesan en la permanencia, no obstante existan otros candidatos, los políticos fungen como intermediarios transmitiendo riqueza, por la cual cargan una tarifa o comisión; el coste aumenta al no tener un buen desempeño y al restar apoyo tanto a candidatos como al partido. Es por medio de las inversiones pasadas en la marca que los electores saben de las posiciones que tomarán los políticos y se baja el coste de apoyos futuros en la organización. Un aspirante debe producir una marca que dé la esperanza de hacerlo ganar y el titular se basará en las inversiones pasadas en su

planteamientos tratan a los partidos como actores unitarios y espontáneos y; (3) estos modelos suelen ignorar el entorno institucional como determinante de comportamiento (Luque, Teodoro, 1996: 155 – 156).

marca, poseyendo así una renta con su nombre. Así los electores obtienen información sobre la función de utilidad a través de las acciones pasadas del político y mentir, si los votantes actúan de manera racional, le costaría políticamente y electoralmente a éste (Luque, Teodoro, 1996: 148 – 149).

Los partidos políticos mantienen cierta estabilidad gracias a su “marca”, sin embargo este coste de información no lo hace inaccesible a otras ofertas políticas, sino sus barreras de entrada que se pueden manifestar en política de las siguientes formas: 1) el factor de organización.- el nuevo oferente político se enfrenta con organizaciones con mayor implantación social; 2) la necesidad de medios.- especialmente los financieros; 3) la notoriedad e imagen; 4) la fidelidad y grado de compromiso; y 5) el saber-hacer y las conexiones a escala local, nacional, e, incluso, internacional. La publicidad en el intercambio político se utiliza para adquirir notoriedad, para informar sobre posiciones y como forma de comunicación para atraer votos. La notoriedad alcanzada por el candidato, la familiarización conseguida ante el elector como consecuencia de grandes gastos en publicidad, hacen más difícil el éxito de un candidato nuevo, lo cual puede interpretarse como distorsiones monopolísticas y, desde un punto de vista social, estos gastos son pérdidas (Luque, Teodoro, 1996: 150 – 153).

La ventaja competitiva política de un partido sobre sus rivales se debe relativamente a atributos y puede ser de ámbito interno como externo; dicha superioridad se manifiesta en los rasgos organizacionales y el grado de democracia internas del partido; en las características del candidato y de los representantes en las distintas circunscripciones y; en la

credibilidad de la organización y de su oferta. En el ámbito externo una opción expresa su superioridad en su notoriedad: imagen y recuerdo de lo(s) candidato(s) por circunscripción(es); y en su organización política: en la ideología y el programa (Luque, Teodoro, 1996: 158 – 159).

Existen diferentes niveles de situaciones de competencia, desde la electoral hasta la formación de un gobierno pasando por la negociación legislativa. Los votos aquí son valorados como instrumentos por lo que el conflicto entre los tres objetivos se reduce a la búsqueda de equilibrio entre los beneficios a corto y largo plazo de los partidos. Para Strom, autor del modelo unificado, existen dos cuestiones para analizar las circunstancias causantes de una mezcla de los objetivos de un partido: 1) en el cómo ponderan los partidos políticos la influencia sobre los beneficios del cargo y 2) en el cómo se considera la realización a corto plazo de estos objetivos sobre el largo plazo. Los determinantes organizacional e institucional del comportamiento competitivo se presentan en una dimensión vertical y otra horizontal (Luque, Teodoro, 1996: 156 – 157).

La relación del comportamiento de un partido dentro del tiempo electoral como fuera de éste es importante para que el elector pueda sentirse atraído o no por un partido y/o un candidato en tiempos puramente electorales. Lo anterior se puede apreciar en el caso de los partidos PRI y PAN durante su desempeño en toda su trayectoria, desde su nacimiento hasta las elecciones del 2 de julio de 2000. En todas estas etapas la balanza ha mostrado variaciones en las preferencias electorales como de voto.

1.3. CIRCUNSTANCIAS ECONÓMICAS, SOCIALES Y CULTURALES Y LAS MODIFICACIONES EN LA ESTRUCTURA DEL PRI Y EN EL ELECTORADO: MÉXICO 1970 – 2000.

En el caso del PRI, ¿cuál es el tipo de partido que estamos tratando?: Francisco Reveles, fundamentado en el trabajo del investigador Ángel Panebianco⁴⁷, nos indica que no podemos determinar un estadio y carácter único y estable para un partido, pues éste está definitivamente relacionado con un proceso lleno de cambios que disponen su nacimiento, estabilidad y madurez. Si esta perspectiva la orientamos a la relación de los diferentes grupos integrantes del partido, encontramos espacios de poder, facciones y sectores, que en suma nos brindan un panorama de competencia interna cuya interacción corresponde al funcionamiento y dinámica del partido en cuestión.

De acuerdo a la agrupación de Strom, referida por Teodoro Luque, los partidos durante su trayectoria hacia la madurez también se ven influenciados por los mismos requerimientos competitivos como por los objetivos a conseguir. Los acontecimientos históricos acaecidos en México a partir de la década de los años sesenta, aceleraron procesos institucionales que afectaron tanto al modelo corporativista del PRI como a la misma participación ciudadana. Estas circunstancias abrieron posibilidades electorales a otros partidos diferentes al "tricolor". Joy Langston nos proporciona, en su artículo *Why Rules Matter: The Formal Rules of candidate Selection and Leadership Selection in the PRI, 1978 – 1996*, un

⁴⁷ Panebianco, Ángel, *Modelos de partido*, Madrid, Alianza, 1990.

ejemplo de la filiación casi automática de los integrantes de los sectores obreros y campesino al PRI:

De acuerdo a los estatutos de 1978, los mexicanos se podían auto afiliarse en el PRI en una sola forma; cuando un individuo solicitaba la membresía, automáticamente se le ubicaba en uno de los tres sectores, de acuerdo a su actividad laboral. Cuando un individuo se unía a la unión afiliada con el sector de los obreros, ese individuo automáticamente pasaba a ser miembro del PRI y del sector correspondiente (Langston, Joy, 1996: 4)⁴⁸.

Tanto para Denise Dresser (1996) como para Jorge I. Domínguez (en el mismo año), de las crisis económicas en nuestra nación entre 1982 y 1994 surgió la urgencia de la aplicación de políticas de libre mercado y la de apertura al mercado extranjero y como resultado la confrontación de la ideología neoliberal contra la antineoliberal y la debilitación entre los integrantes, seguidores y electores del PRI.

Entre las complicaciones sociales de los años sesenta se encuentran 1) la sospecha por parte del sector obrero de que existieran fuerzas parecidas a los “Halcones” para reprimirlos y a su vez la desconfianza del gobierno que se estuviera vinculando este sector con el PCM (Partido Comunista Mexicano); 2) La sindicalización de los trabajadores del campo y el nacimiento de la Ley del Instituto Mexicano del café y; 3) Los temores, por parte de los jóvenes, a represalias similares a la entrada de la fuerza pública a las instalaciones de la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) que hicieron que surgiera el MNJR (Movimiento Nacional de la Juventud Revolucionaria) dirigido por Roberto Madrazo Pintado (González Compeán y Leonardo Lomelí, 2000: 453 – 546).

⁴⁸ “According to the 1978 statutes, Mexicans could affiliate themselves into the PRI in only one way, when an individual requested party membership, he was automatically placed in one of the three Sectors, based on his work activity. When an individual joined a union affiliated with the Workers’ Sector, that individual automatically became member of the PRI and the corresponding Sector” (Langston, Joy, 1996: 4).

Como válvula de escape durante el gobierno de José López Portillo, se creó la LOPPE o LFOPPE (Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales) que tuvo como finalidad abrir espacios electorales y de poder a otras propuestas políticas, además de aceptar la participación del PCM de manera legal⁴⁹ (González Compeán y Leonardo Lomelí, 2000: 466).

En el ámbito económico la ya fracturada relación entre el “tricolor” con los sectores productivos: obrero y campesino se deterioró aún más con la aplicación de políticas neoliberales y, al mismo tiempo, se menguó la forma de obtener fondos económicos del PRI, pues éstos no procedían precisamente de los militantes sino del empleo de los recursos públicos, situación que fue la perdición para el revolucionario institucional, pues al cargar al sistema económico nacional con un modelo neoliberal y al adelgazar la estructura estatal, su condición económica se vio debilitada así como su capacidad para mantener votos cautivos⁵⁰.

Dicha situación llevó al partido a fallar en su papel unificador, diseñador de políticas públicas y legitimador que había garantizado el apoyo a las masas. Así “De una economía de sustitución de importaciones, México pasaría a un crecimiento dirigido a la exportación; del proteccionismo a la competitividad; de la protección estatal a la promoción estatal” (Cook, Lorena, Middlebrook, Kevin y Molinar, Juan, 1996: 213).

⁴⁹ Con esta ley se cambió la composición de la Cámara de Diputados ahora integrada por 400 legisladores, 300 diputados, electos según el principio de votación mayoritaria relativa mediante el sistema de distritos electorales uninominales, y 100 diputados electos según el principio de representación proporcional, mediante el sistema de listas regionales, votadas en circunscripciones plurinominales (González Compeán y Leonardo Lomelí, 2000: 466).

⁵⁰ Dense Dresser asevera que: “...como resultado del proceso de reconversión económica, el partido comenzó a fallar en su papel de unificador, diseñador de políticas públicas y legitimador. Incapaz de satisfacer las demandas de los sectores corporativos, acostumbrados a un flujo de beneficios materiales, el partido perdió representatividad entre sus bases” (Cook, Lorena, Middlebrook, Kevin y Molinar, Juan, 1996: 212).

Gracias a la aplicación de las políticas económicas neoliberales, desde la época del ex-Presidente Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, diferentes sectores de la sociedad, entre ellos campesinos, obreros, profesionales de clase media, etc., vieron socavados sus espacios de movilidad económica. Estaba llegando a su fin el Estado paternalista y se dificultaban sus funciones como reclutador, entre las mayorías, de cargos públicos; como instrumento de control en la organización de masas; como legitimador de las elecciones y como aparato distribuidor de beneficios y bienestar sociales. Acabó con su mecanismo de bases formada de organizaciones y no supo cómo integrar a los individuos a su partido.

Esta situación se intentó modificar en la campaña de Salinas de Gortari y durante su periodo presidencial este ex-Presidente se presentó ante las masas en 1988 como un padre omnipresente que atendía las necesidades que le eran presentadas en los distintos poblados de la República (Adler Lomnitz, Larissa, et al, 1990: 45 – 82).

Además de las dificultades que plantearon las políticas públicas de corte neoliberal, el PRI enfrentó el resquebrajamiento de sus lazos políticos en sus esferas administrativas, hecho manifiesto en el nacimiento de la facción cardenista y la lucha de dos grupos internos del partido por la dirección de la institución: entre “renos” (renovadores) y “dinos” (dinosaurios).

Entre los cambios efectuados en el ámbito cultural, específicamente el político, se halla el realizado al interior del PRI, Joy Langston nos presenta uno muy concreto acontecido durante las reformas

de 1996, interesante para nuestro trabajo porque se pueden apreciar los orígenes de la división entre los “dinos” y los “renos” cuando se brindó la oportunidad de presentarse como candidatos en elecciones a personajes del gabinete, no obstante el corto tiempo de militancia y de no necesariamente haber ocupado un puesto de liderazgo en el partido:

Por ejemplo, en la reforma propuesta en junio, los precandidatos para presidente debían ser elegidos primero en el Consejo Político Nacional. Todos aquellos que pudieran mostrar un apoyo del 10% del Consejo Político Nacional eran colocados en una lista, la cual se reduciría a cinco por voto del CPN. Esta lista se enviaría a la Asamblea Nacional, convocada específicamente para este propósito y votada por los delegados y el contendiente priista elegido presidencialmente. Este 10% significaba que varios miembros del partido no necesariamente unidos al Presidente podían competir por la nominación, haciendo más difícil para el Presidente imponer a su sucesor. La cláusula cayó en las negociaciones con el Presidente antes de que llegara a los estados. Un segundo cambio importante de la propuesta original de junio estaba en los requisitos para ser un candidato a presidente, gobernador y senador por parte del PRI. Originalmente, estos aspirantes tenían que ser un líder del partido o haber ganado alguna posición electoral. Esto hacía más difícil, pero ciertamente no imposible para los “tecnócratas” servir en el Gabinete Presidencial llenados los requisitos. De cualquier manera, en el documento de trabajo presentada a discusión en la Asamblea Nacional, los requisitos fueron cambiados a que cualquiera de los candidatos para los tres puestos podía ser un militante o un líder del partido o haber mantenido una posición electoral, haciendo a todos los miembros del gabinete posibilidades presidenciales (Langston, Joy, 1996: 26)⁵¹.

En este mismo ámbito cultural con respecto a los discursos del PRI y de acuerdo con el trabajo de tesis de Citlali Villafranco Robles⁵², egresada de la UNAM, los discursos del “tricolor” en las campañas entre 1920 y 1994 tenían la finalidad de consolidar su poder:

⁵¹ “For example, in the June reform proposal, the precandidates for president would first be voted on by the national Political Council. All those who could show the support of 10% of the National Political Council would be placed on a list, which would be narrowed down to five by a vote of the NPC. This list would be sent to the National Assembly, called specifically for this purpose, and voted on by the delegates and the PRI presidential contender chosen. This 10% would mean that many Party members not necessary tied to the President could viably contend for the nomination, making it more difficult for the President to impose his successor. The clause was dropped in negotiations with the President before it reached the states. A second important change from the original June proposal were the requisites for being a PRI candidate for President, Governor, and Senator. Originally these hopefuls had to have been either a party leader or have won a previous elected position. This would have made it more difficult, but certainly not impossible for the “technocrats” serving on the President’s Cabinet be meet the requisites. However, in the working document presented for discussion in the national Assembly, the requirement had been changed to, candidates for this three positions must have been either a militant, or a leader of the Party or have held elected position, making all members of the Cabinet presidential possibilities” (Langston, Joy, 1996: 26).

⁵² Villafranco Robles, Citlali, *Funciones y características del discurso electoral en México (1920 – 1994)*, Trabajo de tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencia Política, México, FCPS-UNAM, 2002, pp. 200.

Las campañas electorales permitían consolidar el apoyo de las distintas corrientes nacionales y proporcionaban el acercamiento de los ciudadanos con los candidatos, disminuían los conflictos entre las clases políticas nacionales, alentaban el conocimiento de la realidad nacional por parte de los candidatos y revitalizaban la estructura partidaria (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 14).

Al enfrentar la pérdida de legitimidad por los sucesos relacionados con el movimiento estudiantil de 1968, se dieron algunos cambios entre la década de los setenta y 1982 en el discurso de los candidatos priístas. Otro cambio cultural se dio en el ámbito electoral al otorgar la mayoría de edad a quienes tuvieran más de 18 años de edad y con ello el derecho de voto para responder de esta manera a las expectativas del electorado juvenil, como lo reporta Citlali Villafranco:

El único cambio legal importante, para la elección de 1970, fue el decreto que reformó diversos artículos de la ley electoral, destacando la relativa al artículo 60⁵³, en el que se consideró como ciudadanos a los mayores de 18 años, incluyendo con esto, a los sectores inconformes que se manifestaron en 1968 (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 18).

Vinculado a este proceso de cambios culturales se aunó otra respuesta a la población joven en edad de sufragar al ser presentada la candidatura a la presidencia de Luis Echeverría Álvarez, un postulante joven, universitario, que además contó con una campaña más extensa. Este candidato priísta tuvo mayor contacto con la población y con discursos que procuraran responder a los grupos inconformes (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 29).

En los discursos electorales entre 1970 y 1982, los priístas tendieron a mantener el factor de legitimación del partido como valuarte de la lucha revolucionaria, pero discurría sin caer en promesas frente a la falta de credibilidad de la población. Para el periodo de 1988 a 1994, ante la

⁵³ Citlali Villafranco se refiere al artículo 60 mencionado en la cita textual de su tesis: "Decreto de la reforma de los artículos 51, 52 fracción II, 60, 67, 70, 71, 72, 77, 78, 84 fracción II y párrafo final, 93 fracción II y VI, 94 fracciones I, II, III, los 105 fracción VI y 110 fracción III de la Ley Electoral Federal" (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 18).

mayor competencia electoral, la tendencia a no hacer promesas, aumentó. En los discursos de las campañas presidenciales, se observa cómo la misma relación del partido con sus militantes y electores, determinó el mismo (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 32 –53 y 80 - 83). “En términos de resultados electorales el lapso 1970 – 1982 fue un éxito para el sistema y su partido, pero en términos sociales, económicos y políticos fue de crisis. Hubo guerrillas, movimientos estudiantiles, de sindicatos, campesinos e indígenas” (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 29).

Por fin y gracias a las circunstancias sociales, económicas y culturales expuestas, entre otras, las posibilidades electorales se ampliaron y los discursos electorales tuvieron que cambiar de contenidos. En 1994 se creó el IFE (Instituto Federal Electoral) organismo que otorgó mayor peso a los consejeros ciudadanos, de tal manera que la oposición tuviera posibilidades reales de disputar espacios de poder en el gobierno en diferentes niveles; a ello se aunó legislaciones respecto al uso del tiempo y gasto de recursos en los medios de comunicación con fines electorales (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 23 - 25). A partir de esta circunstancia el “tricolor” empezó a buscar el voto en sus campañas.

La situación se complicó durante el periodo de 1988 a 1994, pues ahora la lucha no se libró con la oposición sino contra los malos resultados administrativos del partido; sin embargo, las campañas conservaron la función de dar legitimidad en un proceso de competencia electoral, así fue necesario hacer campañas electorales para ganar votos. Zedillo, por ejemplo ante un pueblo mexicano ávido de un cambio, durante su

campaña invitó a la consolidación democrática de México (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 39 – 42 y 47).

1.4. EL PAN FRENTE A LAS MALAS POLÍTICAS Y LA CAPTACIÓN DE ELECTORADO: HACIA EL 2 DE JULIO DE 2000.

El caso del PAN es el de un partido cuyo proceso de maduración fue fortalecedor: tenía militantes que se unían al partido de manera individual y no por organizaciones o sectores⁵⁴ y sus ingresos económicos provenían de los militantes y seguidores⁵⁵, a pesar que en 1987 el Código Federal Electoral le ofreció recursos al partido (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 23 - 29). De acuerdo con Francisco Reveles:

⁵⁴ "La militancia panista fue tradicionalmente reducida hasta principios de los años ochenta. A partir del auge electoral, particularmente desde 1988, la membresía se incrementó notoriamente, pasando de 58 209 en 1989 a 141 490 en 1994. En los siguientes seis años experimentó un estancamiento para llegar a solamente 158 mil 354 a principios de 2001. En cuanto a los miembros adherentes, los datos señalan un crecimiento consistente de 1997 al 2000, cuando se pasa de 46 mil 65 a 437 mil 801 (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 174 – 175).

⁵⁵ Conforme a los estatutos de 1999 y de acuerdo con Francisco Reveles, la integración de miembros al partido "blanquiazul" se realiza ya sea como adherente o como miembro; los segundos pasan por ser adherentes y sólo en caso de ser funcionarios se les imponen ciertas cantidades de salarios mínimos, dependiendo de sus ingresos, para el financiamiento del partido: "Con el estatuto del 99 se señaló que los adherentes debían afiliarse a la organización para ser considerados como tales.

La noción panista de miembro activo corresponde a la de militante en el sentido estricto. Tiene derechos y obligaciones que no comparten con los adherentes. En cambio, la noción de miembro adherente está muy cerca de definir al simpatizante, pues es aquel que apoya al partido sin tener ningún compromiso formal de por medio. Para ingresar al partido se requiere de haber sido miembro adherente por lo menos durante seis meses...Luego es preciso presentar una solicitud por escrito ante cualquiera de los órganos ejecutivos del partido y contar con el apoyo de un miembro activo. Todos los miembros activos tienen la obligación de pagar una cuota trimestral voluntaria equivalente a medio día de salario mínimo vigente. Los 'funcionarios públicos de elección popular', como llama el PAN a los gobernadores, senadores, diputados locales y federales, miembros de cabildos y presidente de la República, deben aportar el 10 por ciento de sus ingresos si éstos son superiores a cinco salarios mínimos mensuales.

En las normas secundarias es donde se aclara que para Acción Nacional la militancia es estrictamente individual y que rechaza todo tipo de adhesión corporativa, así como queda claro que también se opone a la doble militancia" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 173 – 174).

Francisco Reveles se refiere en su nota de página número 8 que considera miembro y a sus tipos, como él lo señala en la obra *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, de acuerdo con lo expuesto por Duverger en el texto *Los partidos políticos* (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 173).

En cuanto a los estatutos del reglamento de las relaciones del PAN y funcionarios públicos, Francisco Reveles, en su nota de página número 9, hace alusión a los artículos 31 y 32 y señala que las cuotas son presentadas en el cuadro 4 del texto "Las señales de la institucionalización" del mismo *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*. En la nota número 10 el profesor universitario aclara que los estatutos eran vigentes en el 2001 (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 174).

El asunto no fue debatido otra vez sino hasta 1987, luego de que la LOPPE fuera sustituida por el Código Federal Electoral. Esta ley fue rechazada en lo general por el PAN; en lo correspondiente al financiamiento, sin embargo, percibió con buenos ojos el que se definiera un procedimiento explícito para distribuir los recursos.

(...)

En 1987 el presidente del CEN⁵⁶ puso en debate en el Consejo Nacional la aceptación o el rechazo al financiamiento público. Las posiciones versaron sobre si era ético aceptar el subsidio en una época de precaria situación económica de la sociedad mexicana, aunque algunos apuntaron que este asunto no tenía nada que ver con la moral. También se dijo que el financiamiento era legal y que debía aceptarse; otros argumentaron ser legal sin ser legítimo. No fueron pocos los que demandaron la aceptación haciendo hincapié en las carencias de la infraestructura partidista. Pero hubo también quienes manejaron la idea de que, más que recursos, se necesitaba trabajo organizado y sistematizado (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 29).

No obstante el perfil doctrinario con que nació el PAN⁵⁷, orientado a la concientización y no tanto a su actividad electoral, cedió al pragmático a partir de la década de los setenta, que pasando por una aversión por pactar con el gobierno federal, terminó por ser un aliado en votos a favor por las políticas neoliberales. Vicente Fox es caso ejemplo de este panorama panista:

Vicente Fox representa fehacientemente al político panista que se desarrolló en los últimos años. No fue un candidato externo, ni llegó de pronto para utilizar el aparato partidista en su camino hacia el poder. Por el contrario, él es un genuino producto de esa organización política. Personifica a la fracción de pragmáticos radicales que estuvo en contra del PRI, del estatismo, del corporativismo, de la alianza con el gobierno, de la vía gradualista para el cambio político por la cual había optado la fracción panista dominante desde julio de 1988 (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 240).

⁵⁶ Consejo Ejecutivo Nacional.

⁵⁷ "Acción Nacional nació con un perfil doctrinario que hacía predominar su papel como agente concientizador por encima de su actividad electoral. Este rasgo esencial se mantuvo desde 1939 año de su fundación, hasta 1975, cuando padeció una crisis organizativa de grandes dimensiones. Posteriormente su rasgo distintivo fue su profesionalización en el ámbito político electoral.

En estos dos grandes periodos se distingue el tipo de corrientes o fracciones internas. En primer término, entre la fundación del partido y la crisis de los setenta, la motivación de las fracciones fue ideológica. Es decir, los grupos internos se constituyeron con base en principios, en afinidad de ideas. Esto no sucede con las fracciones que actúan desde la crisis. De entonces a la fecha los grupos aparecen más bien como fracciones por poder. Esto explica tanto el pragmatismo electoral que el partido ha adoptado paulatinamente desde la década pasada como la dinámica de sus corrientes. Por ello hoy más que nunca resulta erróneo tratar de explicar los conflictos internos en razón de dos corrientes, una doctrinaria y otra pragmática: actualmente todas las fracciones panistas son esencialmente pragmáticas" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 112).

"Se pueden distinguir tres tendencias de dicha fracción, presentes desde 1983 a la fecha. Una, la pragmático moderada (que apareció en los setenta); otra igualmente pragmática, pero radical; la tercera se desarrolló desde 1988 y su principal rasgo es su gradualismo. La primera guardó las características señaladas anteriormente. La segunda contó con cierta estructura antes de que llegara a puestos de alto nivel; esta fracción se identificó comúnmente con el nombre de 'neopanismo'. La tercera se erigió como fracción hegemónica durante la segunda gestión de Luis H. Álvarez, quien sirvió de mediador entre los radicales y los gradualistas" (Reveles, Vázquez, Francisco, 2002: 124).

Se afiliaron al partido "blanquiazul" miembros con presencia fuerte en diferentes entidades, vinculados a la empresa y a la pragmática; este fue el caso en 1989 de Manuel J. Clouthier y posteriormente del hoy Presidente, Lic. Vicente Fox Quesada. Sin embargo, estos denominados "bárbaros del norte"⁵⁸ no eran bien vistos por algunos de sus compañeros de partido, como lo hacen ver las palabras de Carlos Castillo Peraza "...estos empresarios padecen la 'neurosis de la victoria inmediata'" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 143).

Aunque abierto a nuevos militantes⁵⁹, ya fuesen activos o como simples simpatizantes, el partido "blanquiazul" es, conforme a lo aseverado por Francisco Reveles, una organización política conservadora, a pesar de participar en un sistema democrático: "Su orientación conservadora se percibe en el artículo primero, en el cual dice buscar el 'acceso al ejercicio democrático del poder' para subordinar 'la actividad individual, social y del estado a la realización del bien común'" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 168).

Algunas de las funciones que tuvieron estos adherentes en ciertos momentos fueron importantes para hacer sentir la presencia del partido frente al gobierno; un ejemplo de ello fue su opción por la desobediencia cívica (un caso fue dejar de efectuar pagos de servicios). Mediante el gradual reconocimiento de la presencia electoral del "blanquiazul", estas

⁵⁸ "Así, mientras el panismo doctrinario fue identificado principalmente con González Schmal, la fracción pragmático radical (denominada comúnmente como 'neopanista') fue encabezada por Clouthier quien se asumía a sí mismo como un 'bárbaro del norte'" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 123).

⁵⁹ "La militancia panista fue tradicionalmente reducida hasta principios de los ochenta. A partir del auge electoral, particularmente desde 1988, la membresía se incrementó notoriamente, pasando de 59 209 en 1989 a 141 490 en 1994" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 174).

prácticas fueron desapareciendo (Reveles Vázquez, Francisco, 200: 200 – 206).

Con tres años de duración⁶⁰, su movimiento de integración a la causa de su campaña denominado “Amigos de Fox” hizo que tanto simpatizantes como los miembros activos participaran con sus donaciones individuales. El vínculo entre Fox y sus “amigos” fue de tipo amistoso, profesional y político. Para enero de 2000, el candidato ya contaba con una cantidad de adeptos a su candidatura que forzó al partido a elegirlo como único candidato (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 153 – 154). Aunado a esta membresía por simpatía, se contó con la alianza con el PVEM (Partido Verde Ecologista de México) (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 243).

En la campaña del actual presidente de México los discurso no contradijeron la postura del partido por lo cual contó con el apoyo del mismo. En el área social, el entonces candidato del “blanquiazul” proponía la existencia de un estado fuerte que no obstacularizara el desarrollo económico ni la armonía social, que impulsara la iniciativa privada. Con la búsqueda del “voto útil” y posteriormente con el “Vamos a sacar al PRI de los Pinos” acercó, 45 días antes de las elecciones, a su candidatura un número de electores que favorecían a Cuahutémoc Cárdenas (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 249 -251).

⁶⁰ “...Fox comenzó una larga campaña por la presidencia de la República desde el 6 de julio de 1997 por fuera del partido. Su proselitismo fue dirigido al mismo tiempo hacia las huestes panistas como hacia el conjunto de los ciudadanos” (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 241).

El panorama construido por el PRI en el ámbito económico, influyente en el resquebrajamiento del mismo partido revolucionario, se traducían en cifras de pobreza. Karla Valverde Biseca nos proporciona las siguientes cifras a escala global:

Entre 1975 y el 2000, el promedio de años que una persona espera vivir al nacer, aumentó de 60 a 65.5, es decir en quince años se logró incrementar en 10.9% la posibilidad de sobrevivencia humana. En contraste, los efectos del modelo económico impulsado y la instrumentación de políticas sociales tendientes a aumentar la calidad de vida de millones de seres humanos en todo el mundo, obtuvieron resultados poco alentadores.

(...)

En relación con nuestro país, algunos datos del Banco Mundial señalan que el número de pobres al término de los años ochenta era de 25 millones, lo que derivó a calcular que un 19.4% de los pobres en Latinoamérica, se situará en México. Indicadores nuevos como el índice de Desarrollo Humano clasifican a México en el sitio cincuenta y uno con un índice de 0.790, dentro del grupo de países con un desarrollo humano medio. Por otra parte, el presidente Fox en su Primer Informe de Gobierno reconoció la existencia de 60 millones de pobres (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 294 y 296).

Ante tal escenario económico, y de resquebrajamiento del PRI, la propuesta del PAN se ubicó, conforme a lo escrito por Karla Valverde Biseca, en tres ámbitos: la vivienda, la salud y la seguridad social, aspecto donde contempla el seguro contra enfermedad, accidentes y para pensiones (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 306).

El ideal de cambio de Vicente Fox ubicaba a los que no optaban por el "cambio" como los antidemocráticos, a favor de lo corrupto, vinculados con el atraso, la desigualdad, la inseguridad y la falta de oportunidades (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 186). La intención del gobierno foxista, de acuerdo con Vicente Fox, sería "superar con éxito los tres desafíos: crecimiento económico, desarrollo personal y vivir en paz con seguridad y justicia, enfrentando los desafíos adicionales de democracia y

buen gobierno" (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 189)⁶¹. La orientación de la campaña del entonces candidato por la presidencia fue retomar en sus discursos los malos resultados de las administraciones priístas. Un rasgo favorable del guanajuatense fue que aunque siendo un candidato con experiencia, no estaba vinculado con el PRI, por lo cual se ganó la simpatía de amplios sectores sociales.

1.5. LA INERCIA Y LA CIRCUNSTANCIA: PREFERENCIAS ELECTORALES SUPEDITADAS A ESTRUCTURAS DE PARTIDOS Y A ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS.

La vinculación de un partido con su proceso de maduración, en un régimen democrático obliga a constituir una estructura que permita la ampliación del número de candidatos adecuándose además a las circunstancias político, económico, social y cultural que se vayan presentando. El costo de no lograr este equilibrio fue uno de las razones por las que el PRI tuvo que dejar "Los Pinos". En los cuadros 1, 2, 3 y 4 se resumen los aspectos tratados en este apartado como variables que intervinieron en la permanencia como en el cambio de las características tanto del PRI como del PAN, éste último ganador de los comicios electorales de julio de 2000.

La idea de considerar la inercia como elemento suficiente para entender los sucesos en comicios electorales, las circunstancias como ocasiones manipulables para ganar votos o la lectura de las cifras

⁶¹ Tomado por Citlali Villafranco del discurso de Vicente Fox titulado: "Por un desarrollo que sea visible para todos".

electorales vinculadas a un márketing concebido como “mágico” y “maleable” nos aleja de la comprensión de la victoria de una campaña que no descansó sólo en las estrategias propias de un periodo de votación. Debemos recordar cómo el candidato del PAN para las elecciones del 2000, Vicente Fox Quesada, alargó su labor proselitista a tres años, tratando no sólo de convencer a los ciudadanos sufragantes sino a su mismo partido para obtener su apoyo. Como Teodoro Luque nos hace ver, el desempeño de un partido influye de manera decisiva en los logros de un partido como en aquellos de un candidato en particular.

De los sucesos acaecidos en México, entre la década de los setenta y la elección federal de 2000, que pudieron influenciar en la preferencia electoral de la población seleccionada para este trabajo, jóvenes de entre los 19 y 25 años de edad que cursan (ban) entre el quinto y último semestre de la licenciatura⁶², y que intervinieron en el proceso de cambio del entonces partido en el poder federal mencionamos: 1) en el ámbito económico: la inconciliable aplicación de políticas neoliberales con la incapacidad del PRI por mantener su posición paternalista; 2) en lo social: la descomposición del corporativismo del “tricolor” y; 3) en lo cultural: la posibilidad de que otros partidos contaran con recursos y espacios para obtener logros electorales y el establecimiento de los 18 años como edad a partir de la cual se puede sufragar.

El mantener el papel de partido hegemónico le costó al PRI la pérdida de votos en los procesos electorales. Entre algunos factores propiciadores de la derrota del revolucionario institucional encontramos la

⁶² De los cincuenta entrevistados 6 tenían 19 años, 14 contaban 20 años, 14 con 21, 5 con 22, 6 con 23, 3 con 25 y 2 con más de 25.

apertura a la competencia electoral o la crítica al entonces gobierno federal priísta por su manera de conducir el país. El único parámetro para comprobar la capacidad de administrar un gobierno eran setenta años frente al poder federal. Los discursos de desacreditación por parte del PAN al “tricolor” se tornaron eficaces en la búsqueda del voto por el “cambio”.

El fenómeno de la victoria del PAN sobre el PRI no se puede reducir al solo hecho; es el resultado de la descomposición del partido vencido en sus bases, su manera de gobernar y la forma de relacionarse con su electorado. La fórmula del “cambio” exigió un estilo nuevo de llevar a cabo la administración del gobierno federal.

Cuadro 1.

Algunos aspectos de las estructuras de los partidos de acuerdo a su proceso de maduración y a la marca de éstos y sus objetivos.

ALGUNOS ASPECTOS DE LAS ESTRUCTURAS DE LOS PARTIDOS.	
Francisco Reveles, basado en modelo Panebianco. Proceso de maduración:	La institucionalización es la etapa de consolidación organizativa de un partido. El nivel alcanzado se aprecia tanto por “el grado de <i>autonomía</i> respecto al ambiente”, es decir, del escenario político o económico en el cual actúa el partido, como por el grado de “sistematización, de interdependencia entre las distintas partes de la organización” (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 13).
Teodoro Luque, marca vs. Objetivos:	La marca es: El partido significa una “marca política” con características simbólicas (himno, bandera, formas de saludo y tratamiento, etc.), organizacionales, trayectoria histórica y credibilidad (Luque, Teodoro, 1996: 150 – 151). Entre los partidos dirigidos a objetivos están los: 1) Partidos orientados al voto (<i>Vote-Seeking Party</i>); (2) partidos orientado hacia el cargo (<i>Office-Seeking Party</i>) busca controlar cargos políticos; (3) partidos orientados a la política (<i>Policy-Seeking Party</i>) intenta maximizar sus efectos sobre la política pública (Luque, Teodoro, 1996: 155 – 156).

Cuadro 2.

Algunos aspectos de la estructura del PRI: década de los setenta hasta 2003.

ALGUNOS ASPECTOS DE LA ESTRUCTURA DEL PRI: DÉCADA DE LOS SETENTA A LOS NOVENTA			
Francisco Reveles, basado en modelo Panebianco. Proceso de maduración:	Filiación casi forzada en reglamento de 1978: "Cuando un individuo se unía a la unión afiliada con el sector de los obreros, ese individuo automáticamente pasaba a ser miembro del PRI y del sector correspondiente " (Langston, Joy, 1996: 4).	Financiamiento y representatividad menguadas entre gobiernos de José López P. y Ernesto Zedillo Ponce de León: "...como resultado del proceso de reconversión económica, el partido comenzó a fallar en su papel de unificador, diseñador de políticas públicas y legitimador. Incapaz de satisfacer las demandas de los sectores corporativos, acostumbrados a un flujo de beneficios materiales, el partido perdió representatividad entre sus bases" (Cook, Lorena, Middlebrook, Kevin y Molinar, Juan, 1996: 212).	Regulación para la búsqueda de candidatos e impedimento de la imposición de candidato presidencial: "Originalmente, estos aspirantes tenían que ser un líder del partido o haber ganado alguna posición electoral. Esto hacía más difícil, pero ciertamente no imposible para los 'tecnócratas' servir en el Gabinete Presidencial llenados los requisitos. De cualquier manera, en el documento de trabajo presentada a discusión en la Asamblea Nacional, los requisitos fueron cambiados a que cualquiera de los candidatos para los tres puestos podía ser un militante o un líder del partido o haber mantenido una posición electoral, haciendo a todos los miembros del gabinete posibilidades presidenciales" (Langston, Joy, 1996: 26).
Teodoro Luque, marca vs. Objetivos:	Cambio de discurso legitimador por uno de competencia electoral contra otros partidos y malas administraciones: Durante el periodo de 1988 a 1994, pues ahora la lucha no se libró con la oposición sino contra los malos resultados administrativos del partido; sin embargo, las campañas conservaron la función de dar legitimidad en un proceso de competencia electoral, así fue necesario hacer campañas electorales para ganar votos. Zedillo durante su campaña invitó a la consolidación democrática de México (Villafranco Robles, Citlali, 2002: 39 – 42 y 47).		

Cuadro 3.

Algunos aspectos de la estructura del PAN: década de los setenta hasta 2003.

ALGUNOS ASPECTOS DE LA ESTRUCTURA DEL PAN: DÉCADA DE LOS SETENTA A LOS NOVENTA			
Francisco Reveles, basado en modelo Panebianco. Proceso de maduración:	Filiación: "Para ingresar al partido se requiere de haber sido miembro adherente por lo menos durante seis meses..Luego es preciso presentar una solicitud por escrito ante cualquiera de los órganos ejecutivos del partido y contar con el apoyo de un miembro activo. (...) En las normas secundarias es donde se aclara que para Acción Nacional la militancia es estrictamente individual y que rechaza todo tipo de adhesión corporativa, así como queda claro que también se opone a la doble militancia" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 173 – 174).	Financiamiento: " Todos los miembros activos tienen la obligación de pagar una cuota trimestral voluntaria equivalente a medio día de salario mínimo vigente. Los 'funcionarios públicos de elección popular', como llama el PAN a los gobernadores, senadores, diputados locales y federales, miembros de cabildos y presidente de la República, deben aportar el 10 por ciento de sus ingresos si éstos son superiores a cinco salarios mínimos mensuales" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 173 – 174).	Candidatos: Con el arribo en 1989 de Manuel Clouthier como candidato presidencial del "albiazul" entra una nueva tendencia de candidatos con presencia fuerte en diferentes entidades, vinculados a la empresa y a la pragmática. Sin embargo, estos denominados "bárbaros del norte" no eran bien vistos por algunos de sus compañeros de partido, como lo hacen ver las palabras de Carlos Castillo Peraza "...estos empresarios padecen la 'neurosis de la victoria inmediata'" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 143).
<i>Teodoro Luque,</i> marca vs. <i>Objetivos:</i>	"Acción Nacional nació con un perfil doctrinario que hacía predominar su papel como agente concientizador por encima de su actividad electoral. Este rasgo esencial se mantuvo desde 1939 año de su fundación, hasta 1975, cuando padeció una crisis organizativa de grandes dimensiones. Posteriormente su rasgo distintivo fue su profesionalización en el ámbito político electoral" (Reveles Vázquez, Francisco, 2002: 112).		

Cuadro 4.

Algunos aspectos sociales económicos y culturales en México que influyeron en los procesos de cambio en las estructuras del PRI y del PAN y en general en el panorama electoral: 1976 - 2000.

ALGUNOS ASPECTOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y CULTURALES EN MÉXICO QUE INFLUYERON EN LOS PROCESOS DE CAMBIO EN LAS ESTRUCTURAS DEL PRI Y DEL PAN Y EN GENERAL EN EL PANORAMA ELECTORAL 1976 – 2003.			
Periodo.	Aspecto Social.	Aspecto Económicos:	Aspecto Cultural:
Gobierno de José López Portillo	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas del PRI con discursos legitimizadores del poder. • Por la incursión en 1968 de fuerza pública en la UNAM se creó el MNJR. • Económicos: 	<ul style="list-style-type: none"> • Sospecha por parte del sector obrero de la existencia de fuerzas parecidas a las de los "halcones" . • Sospechas del gobierno acerca de la proximidad del sector obrero con el PCM. • Sindicalización del sector campesino. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de la LFOPPE. • Nueva edad para sufragar: 18 años.
Gobierno de Miguel de la Madrid	<ul style="list-style-type: none"> • Discursos de campaña presidencial del "tricolor" sin grandes promesas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicación de políticas neoliberales. 	
Gobierno de Salinas de Gortari.	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas del candidato presidencial del partido revolucionario con postura paternalista y con el objetivo de ganar votos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se continúa con la aplicación de políticas neoliberales. Rechazo al noliberalismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actitud paternalista
Gobierno de Ernesto Zedillo Ponce	<ul style="list-style-type: none"> • Invitación a la consolidación democrática de México en el discurso de campaña presidencial del PRI. 		<ul style="list-style-type: none"> • Problemas entre "renos" y "dinos". • Cándidos para evitar la elección del sucesor presidencial por parte del mismo Presidente de la República. Cambio de la "y" por la "o" en las condiciones para ser candidato en las reformas de 1996. • Se cambia el poder federal en las elecciones de 2000 al Partido Acción Nacional.

Este proceso de cambio también hace expresa su necesidad de resultados para verificar la existencia tangible de este nuevo gobierno, como fórmula novedosa y diferente de llevar la administración federal. Este es el momento histórico donde el elector puede realizar un ejercicio comparativo entre la administración pasada y la actual del "cambio".

En la preferencia electoral hacia un partido político intervienen no sólo los factores de la estructura de un partido y su evolución histórica, también está integrada por aspectos relacionada a los capitales con los cuales cuenta el elector como son el cultural, económico y social; vinculados a su vez con el consumo de los medios de comunicación, pues como lo saben los creadores de campañas electorales, estos aspectos son considerados en todo proceso de publicitación de un partido y un candidato, antes y después de periodos electorales.

Por el momento, la exposición sobre algunos de los rasgos estructurales de los partidos del PRI y del PAN y la capacidad para captar votos, no sólo nos permite visualizar el aspecto formal del vínculo histórico entre gobierno y electores, si no además, nos proporciona elementos para la elaboración, la aplicación y análisis de un cuestionario para el estudio de la preferencia de voto en una población determinada no sólo en procesos electorales.

CAPÍTULO 2.

En este Capítulo 2 se exponen tres aspectos considerados como fundamentales para la comprensión de la forma en la cual fue construido el cuestionario de esta investigación: 1) la historia de las encuestas en México; 2) los rasgos de los jóvenes electores mexicanos, en especial durante las elecciones de julio de 2000 y; 3) la indagación de los efectos sobre el receptor desde la perspectiva de los niveles.

En la cronología sobre las encuestas en México, realizada por Ricardo de la Peña⁶³, encontramos diferencias en los objetivos de éstas a través de los años debidos a sus presupuestos, sus patrocinadores o las intenciones en la divulgación de los datos resultantes. Para este trabajo, consideramos a nuestro cuestionario de encuesta como un instrumento de investigación ubicado en el ámbito académico, y por lo mismo, no supeditada a intereses únicamente inmediatos sino también y básicamente a propósitos de estudio donde se unen los aspectos históricos relacionados con el área de la ciencia política, la sociología y las ciencias de la comunicación.

Ha sido importante remitirnos a otros estudios para conocer las características del elector joven mexicano, en específico durante las elecciones federales de 2000 porque a partir de esta caracterización se han desprendido algunos supuestos sobre el uso de los medios de comunicación entre esta población y su comportamiento frente a una

⁶³ Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D. F. , abril 2000, pp. 2 – 14.

oferta política que supo explotar este aspecto en su campaña, es decir la del PAN. Las fuentes empleadas para la obtención de información al respecto fueron los datos aportados por INEGI (Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática⁶⁴) en el 2000; Guadalupe Pacheco⁶⁵; Fernando Bazúa⁶⁶; Ulises Beltrán⁶⁷; Jorge Buendía⁶⁸; Jorge Hernández Campos⁶⁹; Jorge Domínguez y James McCann⁷⁰; César Cisneros Puebla y Enrique Alducín⁷¹ y; Francisco Ortiz Pinchetti⁷².

En cuanto a la forma de estudiar los efectos de la televisión abierta sobre los entrevistados de esta investigación, se atiende en este apartado a un mecanismo donde las informaciones públicas se difunden de manera estratificada y polifónica y no de manera directa e inmediata. Además se entiende como un proceso diferenciado en niveles donde las empresas que emiten públicamente información están en el nivel macro que puede vincularse con el nivel micro, es decir con los receptores, pero cuya influencia, en nuestro caso, sobre la preferencia electoral está también determinada por la relación entre receptores, es decir, en un nivel micro – micro. Para abordar estos aspectos recurrimos a los siguientes autores

⁶⁴ INEGI, *Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa*, INEGI, Aguascalientes, México, 2001, pp.

⁶⁵ Guadalupe Pacheco Méndez, "Cambiar para Votar y Votar para Cambiar. La Campaña Electoral del Distrito federal en 1997", *Sociológica*, n.42, ene-abr., 2000, pp. 145 – 183.

⁶⁶ Fernando Bazúa, "El Sufragio Útil y el 'Gran Elector'", *Proceso*, número 1232, 11 de junio de 2000, pp. 24 – 29.

⁶⁷ Beltrán, Ulises, et al., *Los mexicanos de los noventa*, IIS, UNAM, México, 1997, pp. 207.

⁶⁸ Buendía, Jorge, *El Elector Mexicano de los Noventa. ¿Un Nuevo Tipo de Votante?*, C.I.D.E. (Centro de Investigaciones y Docencia económicas), División de Estudios Políticos, México, D. F., 2000, pp. 32. (Documento de Trabajo n. 117).

⁶⁹ Hernández Campos, Jorge, *Partidos Políticos y Ciudadanos: Entre el Diálogo y la Mercadotecnia*, México, CAMBIO XXI Fundación Mexicana A. C., 1991, pp. 99.

⁷⁰ Domínguez, Jorge I. Y McCann, James, A., *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, U.S.A., John Hopkins, 1996.

⁷¹ Ambos en Padilla Herrera, Arturo (comp.), *La construcción de lo juvenil. Reunión de investigadores sobre juventud 1996*, Centro de investigación y estudios sobre juventud, México, 1998, pp. 243

⁷² Ortiz Pinchetti, Francisco y Ortiz Pardo, Francisco, *El Fenómeno Fox. La historia que Proceso censuró*, México, Ed. Planeta, 2001, pp. 276.

Giovanni Sartori⁷³; Nora Rabotnikof⁷⁴; Felipe Aguilar Villanueva⁷⁵ y; Jack McLeod, Zhongdang Pan y Dianne Rucinski⁷⁶. De manera superficial se hace mención del trabajo de Francisco Ortiz Pinchetti y de Doris A. Graber⁷⁷.

2.1. LAS ENCUESTAS EN MÉXICO. BREVE HISTORIA DEL EMPLEO DE LAS ENCUESTAS EN MÉXICO.

De acuerdo con la cronología realizada por Ricardo de la Peña, la primera encuesta considerada fue la realizada por Martín Luis Guzmán en 1942 en la revista *Tiempo* y se relacionó con la opinión de los mexicanos sobre si debíamos ingresar o no a la Segunda Guerra Mundial y atacar a los países del eje. Al final, la decisión del gobierno no consideró el trabajo de dicho investigador. Posteriormente Luis Guzmán, en otro esfuerzo por continuar sus estudios de la opinión pública, convocó a una serie de conferencias a Lazlo Radvanyi, ex-director del Instituto de Opinión Pública y de Prensa de la Universidad de Catedráticos en Exilio de la Ciudad de París; en éstas se trataron los problemas del muestreo y mecanismos de consulta y el tema de la opinión pública y el poder. Dos años más tarde, se dejó de continuar con la creación, aplicación y estudio de encuestas en opinión pública pues se desvirtuaron en trabajos de tipo propagandísticos.

⁷³ Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, trad. De María Luz Morán, Madrid, España, Alianza Editorial, 1992, (col. Alianza Universidad Textos núm. 142), pp.321.

⁷⁴ Rabotnik, Nora, *El Espacio Público y la Democracia Moderna*, IFE, México, 1997, pp. 82.

⁷⁵ Aguilar, L. F., "Una reconstrucción del Concepto de Opinión Pública", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, n.130, oct-dic., 1987.

⁷⁶ En Reynolds, H. T., Ph. D., *Politics and the Common Man*, 3º ed., Dorsey Press, U. S. A., 1976, pp. 228.

⁷⁷ Graber, Doris A., *Processing the News. How People Tame the Information Tide*, pp.178 – 199.

La cronología de las encuestas en México expuesta por Ricardo de la Peña está dividida en cinco fases: (1) encuestas realizadas sólo por investigadores especializados y extranjeros; (2) encuestas patrocinadas por algunos medios impresos, cuyos antecedentes están aún en aquellas levantadas por investigadores para ciertos institutos; (3) encuestas que empezaron a ser divulgadas con regularidad en la prensa referidas a procesos electorales próximos y generalmente efectuadas mediante convenios con empresas especializadas; (4) encuestas no estrictamente preelectorales; y (5) las *exit polls*. Véanse cuadros 5 al 9.

Cuadro 5⁷⁸.

(1) Encuestas realizadas sólo por investigadores especializados y extranjeros:

Autor y año.	Título.	Contenido.	Características.
Rogelio Díaz Guerrero (1954).	<i>Psicología del mexicano</i>		Realizada por un académico.
Rafael Segovia (1975)	<i>La politización del niño mexicano</i>		Informe publicado por El Colegio de México.
Jorge Montado	<i>Los pobres de la ciudad en los asentamientos espontáneos.</i>		Editado por Siglo XXI.
Llevada a cargo por la Universidad Nacional. (¿1982?)	<i>Encuesta Nacional sobre Radio y Televisión.</i>	Encuestas sobre audición de radio y televisión.	A cargo de la Cámara Nacional de la Industria.
Centro de estudios Fronterizos del Norte de México.		Encuestas sobre preferencias en televisión	Analizados posteriormente por Amelia Malagamba en <i>Procesos de comunicación en la frontera norte. Un enfoque descriptivo.</i>

Estudios realizados por extranjeros.

Autor y año.	Título.	Contenido.	Características.
Gabriel Almond y Sidney Verba (1963).	<i>The civic culture.</i>	Esquema de diferenciación de las variables que intervienen en la participación política.	

⁷⁸ Cronología extraída de Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F., abril 2000, pp. 2 – 14. El cuadro con la información proporcionada en este texto es creación de la autora de la presente investigación.

Erich Fromm y Michael Maccoby (década de los sesenta).	<i>Sociopsicoanálisis del campesino mexicano.</i>		
Keneth Coleman. (década de los sesenta).	<i>La opinión pública en la ciudad de México acerca del sistema electoral.</i>		
Wayne Cornelius.	<i>Los inmigrantes pobres en la ciudad de México. (Análisis).</i>		Publicada en 1975 por el Fondo de Cultura Económica.

Estudios sobre acontecimientos del 68.

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
Manuel Cañibe.	<i>El movimiento estudiantil y la opinión pública.</i>		Incluido en el número de enero-febrero de 1970 de la Revista Mexicana de Ciencia Política.
Cecilia Imaz.	<i>El apoyo popular al movimiento de 1968.</i>		Publicado en Revista Mexicana de Sociología (abril-junio 1975).

Estudios realizados para la mercadotecnia.

Fundamentalmente llevadas a cabo por empresas como IMOP (Gallup/México), Nielsen, BIMS y filial mexicana de INRA.

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
Enrique Alducín (década de los ochenta).	<i>Los valores de los mexicanos.</i>	Estudio de amplia cobertura como los patrocinados por Banamex.	Primer producto editado en 1986, a esta le siguió otra en 1987.
Coordinada por Alberto Medina y Luis Narro Rodríguez.	<i>Como somos los mexicanos.</i>	Sobre los valores de la población basados en los resultados de una encuesta nacional levantada en 1982.	Patrocinada por el Consejo Nacional de recursos para la Atención de la Juventud (CREA) para el Centro de Estudios Educativos.

Bibliografía sobre encuestas en esta fase:

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
Basañez, Miguel.	<i>El pulso de los sexenios.</i>	Análisis profundo de los resultados de dos amplias encuestas nacionales (1983 y 1987). Basañez pretendía hacer una	Ed. Siglo XXI.

		caracterización de regiones y estratos sociales con base a los datos empíricos anteriores.	
--	--	--	--

Cuadro 6⁷⁹.

(2) Encuestas patrocinadas por algunos medios impresos.

Encuestas patrocinadas por algunos medios impresos, cuyos antecedentes están aún en las realizadas por investigadores para ciertos institutos En este grupo se hallan:

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
Miguel Basañez.	<i>Poner a prueba la utilidad y confiabilidad de los sondeos de opinión pública.</i>	Con base en la encuesta nacional 1983 (antes mencionada) y otra levantada en el estado de México dos años después, se presenta un intento de pronóstico electoral. Lamentablemente poco riguroso, al incorporar valoraciones puramente subjetivas.	En Nexos de julio de 1985.
Iván Zavala.		Sobre valores políticos de los jóvenes mexicanos, basado en una encuesta nacional realizada por Hechos y Opiniones y CREA en diciembre de 1984.	En Nexos.
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.			Encuesta en 16 distritos electorales en ocasión de las elecciones federales de 1985.
Carlos Sirvent y la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez (1986).		Polémica encuesta en Chihuahua.	
Carlos Sirven (1988).			Encuesta atribuida a la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) por Excelsior el 13

⁷⁹ Cronología extraída de Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F., abril 2000, pp. 2 – 14. El cuadro con la información proporcionada en este texto es creación de la autora de la presente investigación.

			de mayo de 1988. Encuesta nacional en 45 distritos electorales cuyo resultado fue favorable para el Partido Revolucionario Institucional (PRI).
<i>El Norte</i> (1985).		Seguimiento de la popularidad de los candidatos.	A partir de esta encuesta surge el Departamento de Investigación (éste triplicará de 1989 a 1990 su volumen de operación con cien mil entrevistas levantadas). de ese diario. Le seguirán otros estudios sobre aspectos de la vida cotidiana. <i>El Mexicano</i> y el semanario Zeta de Baja California van a intentar emular a <i>El Norte</i> .
1988.		Análisis de encuestas carente de rigor.	<i>El Cotidiano</i> número 25.
<i>La Jornada</i> (1988). A cargo de Prospectiva Estratégica.		Sobre el Pacto Económico en el Distrito Federal.	Finales de mayo de 1988.
<i>La Jornada</i> (1988). A cargo de Prospectiva Estratégica.		Intención de voto mediante el método de cuotas.	Apareció el 5 de julio de 1988.
Consejo Mexicano de Ciencias Sociales.		Rebasan el mero intento de medición de intenciones de voto. Se realizó en la entidad capital.	Divulgada por <i>La Jornada</i> . Selección aleatoria bietápica basada en el listado de empadronados.
Bendixen & Law.		Rebasan el mero intento de medición de intenciones de voto. Con cobertura nacional.	Divulgada por <i>La Jornada</i> .
Francisco Baéz.		Proyecto <i>Datavox</i> como simulacro de elección.	Semanario capitalino <i>Punto</i> .
<i>El Universal</i> (1988).		Cobertura nacional donde las intenciones de voto favorecían al PRI.	
<i>Gallup Organization</i> (1988).		Para la empresa Eco mediante distribución de papeletas con opciones electorales.	
<i>El Norte</i> (1988).		Encuesta nacional en ciudades capitales. La observación más desviada de los resultados oficiales.	

Foros Nacionales.

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM (1988).	<i>Encuestas de opinión y Elecciones: aspectos políticos.</i>		Organizadas a finales de junio de 1988.

Cuadro 7⁸⁰.

(3) Encuestas que empezaron a ser divulgadas con regularidad en la prensa referidas a procesos electorales próximos.

Encuestas que empezaron a ser divulgadas con regularidad en la prensa referidas a procesos electorales próximos y generalmente realizadas mediante convenios con empresas especializadas. Dentro de este tipo tenemos las siguientes:

Surgimiento y consolidación de diversas empresas investigadoras.

Centro de Estudios de Opinión Pública (CEOP), Opinión Profesional ((OP), Investigaciones sobre Opinión Pública (ISOP) y el Gabinete de Estudios de Opinión (GEO).

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
Centros de Estudios de Opinión Pública en Michoacán y Baja California.	<i>Encuestas de opinión y Elecciones: aspectos políticos.</i>	Encuestas realizadas mediante el método de cuotas.	Encuestas patrocinadas por <i>La Jornada</i> . Julio de 1989. Encuestas donde se preveía el primer caso de una cerrada competencia entre el PRI y PRD y otorgando en el segundo (Baja California), una ligera ventaja a Ernesto Ruffo sobre Margarita Ortega, resultados que podían ser contrastados con los de <i>Zeta-El Norte</i> .
La Asociación Michoacana de Sociólogos.		Encuesta realizada en ocasión de las elecciones locales como *la realizada por la Universidad Nacional Autónoma de Puebla en 1989 relativa a los seis	Encuesta encargada por <i>La Voz de Michoacán</i> .

⁸⁰ Cronología extraída de Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F., abril 2000, pp. 2 – 14. El cuadro con la información proporcionada en este texto es creación de la autora de la presente investigación.

		principales municipios de esa entidad y **la encuesta del Centro de Estudios de Población de la Universidad Autónoma de Hidalgo sobre información política y preferencias electorales de los hidalguenses previa a las elecciones de diputados federales del 21 de enero de 1990, levantada a principios de 1989 y publicada días antes de los comicios.	
Universidad Nacional Autónoma de Puebla (1989)		Relativa a los seis principales municipios de esa entidad.	
Centro de Estudios de Población de la Universidad Autónoma de Hidalgo.		Sobre información política y preferencias electorales de los hidalguenses.	Previa a las elecciones de diputados federales del 21 de enero de 1990, levantada a principios de 1989 y publicada días antes de los comicios.

Encuestas de reconocimiento de actitudes con intento de predicción.

Aparición de la revista *Encuestalia* en la revista *Nexos*, originalmente encargada a los directivos de CEOP (septiembre 1988 – junio de 1989).

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
<i>Encuestalia</i> (CEOP) (septiembre 1988 – junio de 1989).		Aspectos variados como liderazgo, distribución del ingreso, machismo, problemas nacionales, abstencionismo o intenciones de voto por sector social, con base en encuestas previamente publicadas. Posteriormente se preguntaba sobre la visita del Papa, el Tratado de Libre Comercio o las actitudes ante el informe presidencial.	

<i>Encuestalia</i> (CEOP)		Posteriormente se dedicó a presentar los resultados de investigaciones inéditas realizadas por diversas instancias públicas y privadas.	
Gilberto Guevara (Nexos).	<i>La Encuesta Nacional de Valores Educativos.</i>	Sobre La Encuesta Nacional de Valores Educativos y los resultados de exámenes escolares aplicados por <i>Datavox</i> .	<i>Nexos</i> (marzo de 1991). Los resultados de la encuesta por <i>Datavox</i> se dieron a conocer en junio de 1991.
OP (1990).		Empresa encargada de realizar encuestas a jóvenes mexicanos sobre aspectos culturales.	Publicó la revista <i>Examen</i> en su número de enero de 1990.
<i>Revista Mexicana de Comunicación.</i>		Publicación de productos de reducidos operativos realizados por la Unidad de Opinión Pública de la misma empresa entre las que destaca la encuesta sobre salario mínimo para periodistas y abrió su espacio para otros trabajos elaborados por instituciones profesionales en el campo.	
<i>El Nacional</i> (a partir de 1989). –Estudios de Opinión Profesional.		Resultados obtenidos por Opinión Profesional sobre informes de gobierno del Ejecutivo federal y balance anual de su gestión, así como posturas ante la Firma del Tratado de Libre Comercio.	

Cuadro 8⁸¹.

(4) Encuestas no estrictamente preelectorales:

Autor y año.	Título.	Contenido.	Características.
<i>El Nacional</i> (a partir de abril de 1990). A través de los operativos del Gabinete de Estudios de Opinión en el Distrito federal.		Es la primera experiencia periodística por construir una serie histórica de observaciones mediante encuestas con un método uniforme que permitirá su comparatibilidad. Atiende no solamente aspectos electorales, sino pretende detectar indicadores relativos a la cultura política de los ciudadanos de la entidad capital y sus actitudes frente coyunturas específicas.	Mediante encuestas con un método uniforme que permitirá su comparatibilidad. Mediante muestreo por zonificación con arranque aleatorio y entrevistas en hogares.
<i>Política</i> – en su suplemento <i>Dominical (Geo)</i> . (Arrancaron en mayo de 1991).		Amplio informe sobre sexualidad de los capitalinos. Permite conocer detalles de la iniciación y experiencia sexual y de pareja de la población capitalina, así como sus prácticas, preferencias y actitudes frente a la sexualidad y problemáticas tales como esterilización, Sida y aborto.	Con base en entrevistas autoaplicadas y confidenciales a una selección aleatoria de personas.
<i>Excélsior</i> (CEOP).		Una encuesta sobre la reforma política en el Distrito federal que mostró la recuperación del prisma en la capital.	Publicada en septiembre de 1989.
<i>Excélsior</i> (CEOP).		Otras encuestas previas a las elecciones municipales en noviembre de 1989 en Michoacán y que dio ventaja de diez puntos al PRI sobre el PRD.	
<i>Excélsior</i> (CEOP).		Una encuesta nacional sobre las relaciones Estado-Iglesia.	Publicadas el 6 de mayo de 1990.
<i>Excélsior</i> (CEOP). Este diario se retiró del campo			

⁸¹ Cronología extraída de Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F., abril 2000, pp. 2 – 14. El cuadro con la información proporcionada en este texto es creación de la autora de la presente investigación.

del campo de investigación por encuesta.			
<i>El Día</i> a través del operativo en el Distrito Federal a cargo de Investigación Pública.		Incurrió en el conocimiento de los valores de la población capitalina.	Método aleatorio sistemático en dos etapas.

Encuestas estrictamente coyunturales.

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
CEOP		Recupera opiniones de la población del Distrito Federal en torno a reprivatización de la banca en México.	Publicada por <i>La Jornada</i> el 6 de mayo de 1990.
GEO.		Operativo en la capital sobre la participación de México en la Guerra del Golfo.	Publicado por <i>El Nacional</i> el 31 de enero de 1991.
Gallup.		Estudio en torno al tratado de libre comercio.	Realizado en las tres naciones involucradas. Dado a conocer en diversos diarios el 5 de abril de 1991.

Cuadro 9⁸².
(5) Las exit polls.

Entre algunas encuestas del empleo de este instrumento orientado a conocer los comportamientos electorales anticipadamente a los resultados oficiales tenemos:

<i>Autor y año.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
		Aplicados en el estado de México.	Aplicados en municipios seleccionados en el estado de México durante las elecciones del 11 de noviembre de 1990.
Grupo Rivas en Mérida, por encargo de la estación XEB.			Aplicadas el 25 de noviembre de 1990.
			<i>Exit poll</i> aplicada en el estado de Morelos que se levantó en ocasión de las elecciones municipales del 17 de marzo de 1991.
			17 de julio de 1990 aplicó una encuesta de salida en Nuevo León para la elección de gobernador de dicho estado.
Grupo Rivas, por encargo de la estación XEB.		Resultados obtenidos de un <i>exit poll</i> aplicados por encargo de este periódico (<i>La Jornada</i>), con el apoyo del Consejo para la Democracia, a fin de obtener resultados generales y en tres municipios del Estado de México en	Publicado en <i>La Jornada</i> el 12 de noviembre de 1990.

⁸² Cronología extraída de Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F., abril 2000, pp. 2 – 14. El cuadro con la información proporcionada en este texto es creación de la autora de la presente investigación.

		las elecciones municipales del día anterior.	
Abril de 1991, aparición de la primera revista orientada centralmente a la publicación de encuestas: <i>Este País</i> . (CEOP). El grupo Rivas por encargo del <i>Diario de Monterrey</i> .		Los dos primeros números de <i>Este País</i> retomaron información producto de operativos realizados en 1990 por CEOP, como fue la <i>Segunda encuesta mundial de valores</i> y el estudio sobre religiosidad anteriormente referido.	Aparición de la primera revista orientada centralmente a la publicación de encuestas: <i>Este País</i> .
<i>Este País</i> . (CEOP). Encuesta patrocinada por la Universidad Autónoma de Querétaro en noviembre de 1990.	CEOP con el apoyo del Consejo para la Democracia.	Su tercer número presentó resultados de una encuesta sobre preferencias políticas.	

Instituciones interesadas en la investigación de opinión pública por encuestas.

<i>Institución y fecha.</i>	<i>Título.</i>	<i>Contenido.</i>	<i>Características.</i>
CEN del PRI	<i>Avances y perspectivas de investigación sobre la opinión pública</i>		Coloquio publicado en la revista <i>Examen</i> el 16 de noviembre de 1989 en la ciudad de México.
Universidad Autónoma de Nuevo León, los días 7 y 8 de julio de 1990.	<i>Opinión Pública y encuestas 1990.</i>		Simposio en Monterrey.
Universidad de las Américas y la <i>Revista Mexicana de Comunicación</i> en Puebla, los días 20 y 21 de octubre de 1990.	<i>Las encuestas de opinión en el proceso electoral.</i>		Simposio en Puebla.

Debates sobre Metodología.

Noviembre de 1990.		Debate en torno de las encuestas preelectorales en el estado de México en noviembre de 1990. Este debate giró en torno al tratamiento de los datos producto de encuestas, que resultaban por demás coincidentes en el balance global directamente resultante	Tratamiento de los datos producto de encuestas, que resultaban por demás coincidentes en el balance global directamente resultante de la observación –que otorgaba amplia ventaja al PRI-. A pesar de las diferencias en cuanto métodos y cobertura.
--------------------	--	--	--

		de la observación –que otorgaba amplia ventaja al PRI-. A pesar de las diferencias en cuanto métodos y cobertura. Mientras que ISOP y O.P. circunscribieron su presentación a dichos datos directos, CEOP realizó un ajuste fundado en la asignación de indecisos ⁸³ conforme a otras respuestas –método anteriormente utilizado por esta empresa para la previsión de resultados- que proporcionaba un poco creíble predominio perredista.	Mientras que ISOP y O.P. circunscribieron su presentación a dichos datos directos, CEOP realizó un ajuste fundado en la asignación de indecisos conforme a otras respuestas –método anteriormente utilizado por esta empresa para la previsión de resultados- que proporcionaba un poco creíble predominio perredista. Observaciones de Francisco Baéz publicadas en <i>El Nacional</i> el 9 de noviembre de 1991. Intervención tardía de Iván Zavala publicada en <i>La Jornada</i> el 5 de marzo de 1991.
Enfrentamiento televisivo de Nexos entre Miguel Basáñez y María de las Heras.	<i>Guerra de las encuestas.</i>	Acompañado de desplegados de la Liga de Economistas Revolucionarios cuestionando los estudios de CEOP y con la publicación de cobros al gobierno del estado realizados por esta empresa.	Dio tribuna <i>La Jornada</i> durante la primera quincena de diciembre de 1990, acompañado de desplegados de la Liga de Economistas Revolucionarios cuestionando los estudios de CEOP y con la publicación de cobros al gobierno del estado realizados por esta empresa.

No obstante las diferencias entre los investigadores y la incredulidad en las encuestas su número y su especialización han crecido; ahora se divulgan de manera más regular y amplia esto se debe, según el Ricardo de la Peña, a cuatro razones: 1) la aparición de foros públicos (considérese aquí las tres primeras reuniones ubicadas en el último cuadro), 2) establecimiento de programas educativos (Universidad Iberoamericana en 1988), 3) la búsqueda de la vinculación gremial en esta área [proyecto de conformación de una Sociedad Mexicana de estudios de Opinión Pública (1988), a través de la constitución en febrero de 1991 de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Opinión Pública] y, 4) el

⁸³ Negritas y cursivas más.

empleo de instrumentos como los sondeos para las decisiones del gobierno (uso del sondeo sobre la prórroga del programa "Hoy No Circula"). A este desarrollo, se han sumado una serie de debates respecto a la seriedad, metodología y el empleo de las encuestas de opinión.

En el trabajo del investigador Ricardo de la Peña⁸⁴, aparecen otros de tipo regional importantes para la conformación de la cultura de la opinión pública; sin embargo, aquí sólo reportamos aquellos relacionados a investigaciones y fuentes de información a escala nacional.

La realización de este tipo de estudios en tiempos no electorales de tipo presidencial, puede servir para el conocimiento del comportamiento electoral de los jóvenes, en nuestro caso de los mexicanos. Para los investigadores de la universidad de Michigan o para Guadalupe Pacheco, la población juvenil es considerada como volátil, es decir sin una intención de voto duradero y por tanto cambiante. Por tal motivo, el "blanquiazul" debe atender su desempeño actual en la administración federal pues el PAN está en constante evaluación por lo novedoso y prometedor de la autonominación de "el gobierno del cambio", es decir debe cuidar la transmisión de poder presidencial en las votaciones del 2000.

2.2. *LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES EN MÉXICO DE 2000 Y LOS JÓVENES.*

Para las elecciones del 2000 la lista nominal del Instituto Federal Electoral (IFE) contaba con 58, 782,737 electores, de éstos 63.97% participó en dichas votaciones, es decir, 37,601,618 ciudadanos, contra el 36.03%

⁸⁴ Ricardo de la Peña, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F. , abril 2000, pp. 2 – 14.

que se abstuvo de sufragar, o sea, 21, 181, 119 ciudadanos. De acuerdo con los datos arrojados por el INEGI, en ese mismo año los jóvenes entre los veinte y veinticuatro años de edad eran 9, 137, 662, lo que representaba casi una sexta parte de esta lista nominal, suponiendo que todos ellos estuvieran registrados en la misma. De esta cantidad de electores jóvenes, entre 1995 y 2000 había una existencia de 136,249 estudiantes de licenciatura.

El voto juvenil es uno de los más importantes, pues entre los electores es el más volátil de todos por diversas razones; inexperiencia y débil vinculación grupal, como lo hace notar Lazarsfeld; o por su poco arraigo a un partido, como indica Guadalupe Pacheco. Este voto volátil, es un voto que puede convertirse en el “voto útil” tal como lo conceptualiza Fernando Bazúa, donde la elección se escinde entre tener una preferencia electoral y una intención de voto de última hora. En el caso de las elecciones del 2000, la intención de voto se orientó directamente a dar el mayor apoyo al PAN para que hiciera salir de “Los Pinos” al PRI.

Tras la victoria del Presidente Vicente Fox en las votaciones nacionales del mes de julio de 2000, los electores se felicitaron por su participación por el “cambio” y la “muerte del gobierno” de 71 años del PRI. Este festejo no sólo marcó este suceso, sino, además, manifestó el poder del empleo del denominado voto volátil en un momento propiciado por toda una trayectoria de gobierno del partido revolucionario; tal y como se expuso en el Capítulo primero de este texto donde hemos relacionado la fractura del corporativismo priísta por la aplicación de

políticas económicas neoliberales y la consecuente pérdida de electores cautivos abiertos a nuevas propuestas partidistas y electorales y la escisión entre los grupos dominantes en el "tricolor" ("dinos" y renos").

Este panorama de cambio se remite a un proceso donde se conjugaron tanto hechos de tipo ideológico, económico, social e histórico que han producido efecto sobre las actitudes de los electores; en general uno de los aspectos fundamentales para la existencia de la posibilidad de la competencia electoral se halla en la modificación del código electoral, que respondió a todas las exigencias que los nuevos panoramas (económicos, políticos y sociales) habían planteado tanto al PRI como a la misma población mexicana:

En el plano cultural, la modernización se entiende como el abandono de los modos tradicionales de concebir el mundo, la aparición de tendencias de secularización y el predominio de la racionalidad instrumental sobre la racionalidad efectiva.

Ahora bien, la modernización, de haber ocurrido, estaría asociada a las reformas gubernamentales emprendidas por los diversos gobiernos en las últimas décadas, y con mayor énfasis en el periodo 1982 – 1994. Durante este periodo tuvo lugar un conjunto de cambios institucionales y de políticas públicas que se asumieron explícitamente como modernizadoras y que, en efecto, tomaron como modelo paradigmas de la teoría de la modernización, en particular en el campo económico (Beltrán, Ulises, et. al., 1996: 16).

Los diferentes aspectos que se toman en cuenta metodológicamente para el estudio de los electores y de la participación política de los mexicanos han sido cuestionados por Guadalupe Pacheco en su libro *Caleidoscopio Electoral. Elecciones en México 1979-1997*. Mientras esta autora aborda en esta obra el tema del empleo del voto por generaciones, el investigador Jorge Buendía no favorece en su texto *El Elector Mexicano en los Noventa: ¿Un Nuevo Tipo de Votante?* el análisis sincrónico de datos económicos, sociales, culturales y electorales, porque para él la actitud electoral se debe a la valoración de la situación

económica personal como nacional en periodos no electorales (periodos de capitalización de un partido, de acuerdo con Teodoro Luque) como durante campañas electorales (periodos políticamente orientados principalmente a ganar la mayor número de intenciones de voto a favor).

Si es cierto que la diferencia de edades y las situaciones económicas, sociales y culturales de los individuos determinan las decisiones sobre su voto, las circunstancias de los jóvenes electores no será la misma por siempre; de ahí que el acierto de Guadalupe Pacheco sea el de haber diferenciado a los electores por edades, mas fue un desatino el marcar por generaciones a la población pues en la nuestra los estudios generacionales no son aplicables por la desigualdad socioeconómica y cultural de la sociedad mexicana; debido a esta limitación, en este trabajo es necesario abordar esta división como una instantánea del momento de interés y considerar al grupo en cuanto muestra de una porción de la juventud mexicana: aquellos jóvenes estudiantes entre el quinto y último semestre de licenciatura en universidades de la ciudad de México⁸⁵.

En esta tesis nos centramos en conocer la preferencia de voto para las elecciones por el gobierno federal en el 2006 y analizar las variables comprendidas en sus capitales cultural, económico y social expresadas en sus preferencias por ciertos noticiarios transmitidos en canales abiertos nacionales; su posición económica, según el lugar donde habita en la

⁸⁵ En nuestro caso la encuesta fue de tipo sección transversal no ponderada con cincuenta individuos entrevistados y el análisis de la información obtenida se analizó por medio de cruces. El grupo estudiado no se sobreestimó, es decir, no se le consideró por tener una importancia en particular, sino como parte de un estudio de preferencias electorales en un cierto momento tomando en cuenta características de la población en un momento particular. El acercamiento al estudio de preferencias electorales entre estudiantes de licenciatura tiene la intención de ser empleado en un futuro con una encuesta trabajada en secciones transversales sucesivas con aplicación de cuestionarios a través del tiempo y a la misma población en cuanto las características establecidas y no necesariamente a los mismos individuos.

ciudad de México y su lugar de estudios y; el medio donde comenta la información obtenida en los noticiarios. Jorge Hernández Campos nos advierte acerca de este tipo de estudios y de su aplicación en la realidad al momento de emitir el voto:

Cuando hablamos de encuestas electorales estamos pues suponiendo que la composición de la votación el día de la elección es un hecho contingente, que no se termina hasta que efectivamente ocurre. Puesto de otra manera, las tendencias que se miden a través de una encuesta son "intenciones de voto" de los entrevistados y para que las intenciones se conviertan en votos, van a intervenir diversas cuestiones como el ánimo del elector el día de la elección, el clima que hace, la cola que hay en la casilla, el capítulo de la telenovela que se está transmitiendo, los invitados que van a tener en su casa ese día, etcétera (Hernández Campos, Jorge, et. al., 1991, p. 19).

En la preferencia por el desempeño de un partido o de un líder, la educación, la clase social y el consumo de medios informativos en televisión (así como la actitud ante éstos), serán parámetros útiles, pero en especial, el nivel de educación por ser un proceso socialización de los electores en la transición a una cultura democrática.

La cultura política mexicana explorada en 1969 por Rafael Segovia, en su estudio de la socialización política entre los niños en edad escolar, encontró amplia evidencia de la existencia de actitudes autoritarias entre estos infantes, y halló que la tendencia a orientaciones democráticas se incrementaron marcadamente de acuerdo con el mayor nivel de estudios (Domínguez, Jorge, 1996: 27)⁸⁶.

Referente a la elección por partido o candidato existen divergencias sobre la importancia de uno u otro, así mientras José N. Parás en su artículo

⁸⁶ "Another aspect of this complex picture was explored in 1969 by Rafael Segovia in his fine study of the political socialization of Mexican schoolchildren. Segovia found ample evidence of authoritarian attitudes among these children, though he also noted that the likelihood of democratic orientations increased markedly as levels of education increased" (Domínguez, Jorge, 1996: 27).

“Campañas Electorales y Comunicación” reporta que “hay que recordar también, pues esto es muy importante aunque a veces algunos candidatos suelen olvidarlo, que las encuestas han demostrado que el 65% ó el 70% de los electores votan preferentemente por partidos políticos y no por candidatos” (Hernández Campos, Jorge, et. al., 1991, p. 73); Yolanda Meyenberg indica en los resultados de su estudio “Modelos de política, percepciones políticas, gestión gubernamental” que “El 53% de los encuestados optó por el candidato y el 28% por el partido, tendencia que no varía al considerarse las variables económicas” (Beltrán, Ulises, et. al., 1996: 58).

El PAN y el PRD (Partido de la Revolución Democrática) se beneficiaron de las percepciones negativas de la economía nacional en sus discursos electorales. Aunque en las condiciones económicas negativas se incrementó el voto por el partido del “sol azteca”, en 1991 y 1994 su impacto electoral no fue tan importante como para el “blanquiazul”; por ejemplo, en 1991 la probabilidad de votar por el “albiazul” aumentó en ocho puntos porcentuales por la percepción de un deterioro en la economía nacional; mientras el incremento fue de sólo dos puntos porcentuales en el caso del PRD. Este es un resultado que no coincidió con trabajos previos donde se encontró que el partido que más obtuvo provecho del deterioro económico fue el del “sol azteca” (Maganoli, 1999; Poiré, 1999; Sánchez, 1999). Sólo en 1997 el PRD logró conseguir mayor cantidad de votos que Acción Nacional a consecuencia del deterioro económico: la probabilidad de votar por el PRD aumentó 17 puntos (Buendía, Jorge, 2000: p.21).

El caso de los jóvenes es muy interesante porque de acuerdo con César Cisneros Puebla, en el Estado del Arte sobre Participación Política y Ciudadanía, existe una hipótesis central: "...la 'normalidad democrática' es una aparición inédita en la vida cotidiana de los jóvenes y que a partir de ella existe una primera generación de jóvenes que debiesen ser vistos en términos del impacto que tendrá su participación electoral dentro de la constitución competitiva de un sistema de partidos" (Padilla Herrera, Jaime Arturo, 1996: 36).

El presente trabajo se inspiró en el fenómeno de la victoria del entonces candidato presidencial del PAN en las elecciones en México el 2 de julio del 2000, Vicente Fox Quesada. En dicha contienda el pueblo mexicano expresó el deseo de cambio de partido en el poder presidencial. Uno de los recursos de la campaña del PAN fue la creación de un grupo denominado "Amigos de Fox⁸⁷" con el cual no sólo reunió

⁸⁷ "Fundada en febrero de 1998 por José Luis González –su primer coordinador nacional-, Lino Korrodi y 150 guanajuatenses, la asociación Amigos de Fox logró afiliar en su primera convocatoria, a finales de ese año, a 10,000 ciudadanos. En la segunda semana de febrero de 1999 la organización realizó su primera 'semana de afiliación', con el fin de lograr el apoyo práctico de 100 mil simpatizantes. La meta fue superada, con 110 mil afiliados. Al final de la segunda campaña, en marzo de 1999, la asociación ya tenía 350 mil amigos de Fox, casi el mismo número de militantes activos y adherentes del PAN en el país, estimado en 360 mil. Casi 12 meses después cuenta ya con más de dos millones de miembros.

Ante el éxito obtenido, el grupo se ha reorganizado en la Red Fox 2000. Surgen por todas partes las 'casas de amigos de Fox', en misceláneas, talleres y casas rentadas, que llegan a 310 en todo el país. El estado con mayor número de ellas es Jalisco, que cuenta con 60 locales de este tipo. Esa red está dividida a su vez en diversos grupos especializados, como Mujeres con Fox, Artistas con Fox, Grupo de discapacitados, Jóvenes con Fox, Deportistas con Fox, Maestros con Fox, Grupo de la tercera edad, Militares con Fox, Empresarios con Fox, Chiquillos con Fox. Además existe la red cibernética, que cuenta con 100,000 miembros, sobre todo de estratos altos.

También actúa en Estados Unidos. El grupo Migrantes mexicanos por el cambio, a decir de Martha Real, coordinadora de ese movimiento, cuenta con 357 mil afiliados –independientemente de los dos millones de 'amigos' que hay en México –principalmente en California, pero también en Illinois, Texas y Arizona. 'Utilizamos el método *grass routes*, muy conocido en los Estados Unidos', explica Real. 'Consiste en el convencimiento de persona a persona'.

Toda vez que el PRI bloqueó la reforma legislativa para que los mexicanos en el extranjero pudiesen votar, Migrantes por el cambio –fundada el 'día de la reintegración', el 16 de septiembre de 1999- tiene por objetivo 'ejercer influencia sobre nuestros familiares que viven en México para que voten por Vicente Fox; convencerlos de que nosotros hemos cumplido con nuestro compromiso de irnos a trabajar a Estados Unidos para brindarles mejores condiciones de vida, y que ahora les corresponde a ellos asumir su propio compromiso, sacando al PRI de Los Pinos'" (Ortíz Pinchetti, Francisco, 2001: 83 y 84).

fondos, sino además, invitaba a la participación de tipo interactiva por medio del *Internet*.

El empleo de medios masivos⁸⁸, en especial los de carácter individual⁸⁹, es un rasgo propio del fin de la Guerra Fría, aspecto que viene a modificar la comunicación vertical de los grandes poderes para privilegiar la horizontal; es "...esta comunicación horizontal y altamente individual, propiciada por la multiplicación creciente de eso que Jaques Attali ha llamado 'objetos nómadas' (teléfonos celulares, computadoras personales, fax, etc. etc.)" (Hernández Campos, Jorge, et. al., 1991: 12).

Basta un teclazo para que el mensaje llegue simultáneamente a más de 8 mil 500 usuarios registrados en la red electrónica de los Amigos de Fox de todo el país. Cada uno de ellos lo retransmite por internet a sus "ligas" personales, que en algunos casos supera las 500 direcciones. El universo final, estiman los foxistas, es superior a los 100 mil receptores, a los que se llega en minutos

⁸⁸Para referirnos a los medios masivos de comunicación, primero se define al medio, conforme al texto: De la Mota, Ignacio H., *Diccionario de comunicación. Televisión, publicidad prensa, radio*, Ed. Paraninfo S. A., Madrid, España, 1988, Tomo II, pp. 367. "Medio: En el proceso técnico de comunicación, portador del mensaje informativo con destino al público que pueda estar interesado en su recepción (De la Mota, Ignacio H., 1988: p 93). De acuerdo con la misma obra un medio de comunicación de masas es la "Traducción española de la locución inglesa "mass media". Sistema de transmisión de un mensaje público numeroso, disperso y heterogéneo a través de diferentes instrumentos técnicos existentes: prensa, cine, radio, televisión, disco, libro, etc. También por extensión, se da este nombre a las empresas que lo producen. Interpretes de la realidad y suministradores de la información, cuyos fines son servir al sistema político concienciando al público para su participación en la sociedad a fin de salvaguardar sus derechos frente al Estado, sirviendo al sistema económico mediante la publicidad, y colaborando al entretenimiento y a la cultura popular en sus más diversos aspectos dentro de la libertad de expresión que le debe conceder la autosuficiencia económica suficiente para liberarle de cualquier tipo de presión externa" (De la Mota, Ignacio H., 1988:94).

Para Eulalio Rodríguez Ferrer (en Ferrer Rodríguez, Eulalio, *Comunicación y comunicología*, Ediciones Eufesa, México, 1982, pp. 120 –Col. Comunicaciones), los medios de comunicación masiva obtienen este nombre tanto por una aplicación histórica como por su mismo funcionamiento: "En una de las variantes del proceso operativo de la opinión pública, como elemento catalizador y dinamizante de todas sus motivaciones y energías, están los medios de comunicación –prensa, cine, radio, televisión–, llamados genéricamente de masas por la influencia acuñada en la Revolución Soviética. Medios de masas porque rompieron el sentido elitista o aristocrático que muchas de las facetas de la comunicación humana había conservado desde el invento de Gutenberg. De hecho fue la aparición de la prensa, más que la del libro impreso, la que primero posibilitó la difusión y divulgación de ideas, conocimiento y sucesos a grupos numerosos de personas y, sobre todo, la que generalizó en el hombre moderno el concepto de *actualidad*, de pertenencia a un tiempo histórico. Los periódicos no vacilaron en llamar *artículos de opinión* a los que aspiraban a formarla e influir en una gran variedad de temas en los que sobresalían los políticos

(...)

Anotemos de pasada que cuando los medios se denominan de masas, el concepto referencial está envolviendo a una suma genérica de individuos que, aún siendo distintos y heterogéneos, se sienten identificados a los demás" (Ferrer, Eulalio, 1982: 31).

⁸⁹ Los medios individuales están definidos en el *Diccionario de comunicación...* como "Los que se dirigen al individuo, publicaciones, radio, televisión y publicación directa" (De la Mota, Ignacio H., 1988: 94). Sin embargo, Jorge Hernández se está refiriendo a los objetos nómadas mencionados en la cita textual.

con información, encuestas, instrucciones, avisos. Objetivo central: contrarestar acciones contra el candidato y el efecto negativo de los medios de información.

Los operadores de la página web vicentefox.org.mx son Alberto y Mercedes Bolaños. Cuentan con cuatro listas de direcciones: una, de la gente del equipo de comunicación de los estados, para enviar instrucciones e informaciones importantes a los diferentes comités de campaña; otra, la lista general, con 8 mil 500 nombres de los ciberamigos de Fox (Ortíz Pinchetti, Francisco, 2001: 149).

Acerca del comportamiento electoral de un joven, Jorge Buendía indica que:

La edad de una persona es relevante para explicar la participación electoral. En las tres encuestas aquí analizadas, la gente de mayor edad tiene una probabilidad más alta de acudir a las urnas que los jóvenes. Este resultado es consistente con estudios hechos en los Estados Unidos (Wolfinger y Rosenstone, 1980: 47). Una explicación probable de lo anterior es que, a medida que la gente crece, se tiene una mayor familiaridad con los requisitos del proceso electoral como empadronamiento, encontrar la casilla, etc. Una vez que se pagan los costos de aprendizaje se torna más fácil votar en la siguiente elección (Wolfinger y Rosenston, 1980: 60) (Buendía, Jorge, 2000: 26).

Para Enrique Alducín, los jóvenes no le dan casi importancia a la política, tienen bajo nivel educativo, es un grupo heterogéneo y ellos se sienten felices con la situación actual del país (Padilla Herrera, Jaime Arturo, 1996: 27 – 32). Las actitudes de este sector joven de electores a examinar, estudiantes de nivel licenciatura, con respecto a la situación económica del país se pueden vincular también con el contexto socio económico de cada grupo juvenil, así lo hace ver Jaime Arturo Padilla Herrera cuando asevera que un estudiante de un instituto privado se presenta pasivo ante la situación económica en su futuro porque el mismo sistema les garantiza tranquilidad, en cambio, en el caso de los pasantes de universidades públicas están en desventaja y por tanto son políticamente más activos:

Esta afirmación es fundamental porque se funda en un hecho cierto: los estudiantes de la universidad privada no comparten la preocupación de la universidad pública. De hecho, tampoco se comparten las preocupaciones dentro de una universidad privada en relación con lo que sucede en otra universidad privada.
(...)

¿Por qué señalar esto?. Por lo que el autor retoma de Hirshman y O'Donnell, en el sentido de que la participación juvenil, aparentemente se funda en una vocación emotiva que el joven no puede hacer de lado y que, además, se explica como una necesidad de insertarse en el mundo social. En ese escenario fragmentado, ¿qué pasa con la necesidad de participación política de los jóvenes universitarios?: ¿por qué esa participación política es mucho más discreta, silenciosa, callada, casi nula en las universidades privadas?. La respuesta está en el mismo texto; las universidades privadas, sin duda, ofrecen a los estudiantes una mayor posibilidad, casi una garantía de inserción social (Padilla Herrera, Jaime Arturo, 1996: 40).

De esta manera "La democracia les ofrece a los jóvenes no una solución a todos sus problemas, pero sí muchas cosas positivas; les ofrece un mecanismo de inserción y participación dentro del sistema social de una forma directa mediante el voto;..." (Padilla Herrera, Jaime Arturo, 1996: 42).

2.3. *LA INDIVIDUALIZACIÓN, LA SOCIABILIZACIÓN DE LOS JÓVENES ELECTORES MEXICANOS Y LA OPINIÓN PÚBLICA.*

La discusión sobre lo que es o no es opinión pública tiene una larga discusión derivada de los múltiples empleos que ésta ha tenido a lo largo de su historia; Sartori en su trabajo "Opinión Pública", nos remite a la opinión de los ilustrados de la Francia de 1789, a la opinión consensada, de los romanos tardíos, como elemento que se ha mantenido hasta el día de hoy. Contemporáneo a la idea de ilustración, convivieron el concepto de "voluntad general" de Rousseau, o la idea de la doctrina liberal de Locke de la legitimidad. Sin embargo, bajo el dominio del ideal de que "el pueblo no sabe" de Platón y "el espíritu del pueblo" de los románticos. Aunado con la democracia representativa, es decir, el de gran escala, la situación conlleva a una serie de principios y fuentes de reflexión que la hace difícil de asir; el autor, al final, nos deja esta definición de opinión pública: "un público, o una multiplicidad de públicos, cuyos estados mentales difusos

(opiniones) interactúan con flujos de información sobre el estado de la cosa pública", a ésta agrega una explicación de su definición:

Bien entendido, la opinión pública tal y como se define aquí contiene, como ingredientes de cualquier estado mental; pero contiene además, y como un factor característico, datos sobre cómo se gestiona la cosa pública. Es en este último aspecto, y por este motivo, por lo que la teoría de la opinión pública se convierte en parte constituyente de la teoría de la democracia (Sartori, Giovanni, 1992: 149 – 151).

En el mismo plano del cuestionamiento, pero ahora en el empleo del espacio público, Nora Rabotnikof, nos indica que, gracias, al proceso histórico, existen tres tipos de espacios de discusión política que conviven actualmente: el del modelo clásico; el moderno-ilustrado⁹⁰ y el de sociedad de masas, sociedad funcionalmente diferenciada. Al referirse a sociedad de masas, la autora también presenta la omnipotencia de los medios que hacen fluir la información verticalmente:

...el impacto de esos medios nos habla de una potencial extensión horizontal y vertical del espacio público. Horizontal en cuanto supone que la comunicación se expande más allá de los límites nacionales de las sociedades civiles; vertical, en tantos nuevos sectores se incorporan a la comunicación. La extensión vertical se relaciona también con la escenificación y tematización de 'episodios hasta hace poco relativamente privados de la intimidad profesional, conyugal o familiar y, más allá, de la intimidad última y de las angustias reprimidas (Rabotnikof, Nora, 1997:72).

De esta forma, la comunicación de temas de tipo vertical, en América Latina, como lo subraya la misma autora, deja sin garantía la dimensión pública legal, falta el ejercicio de la responsabilidad "horizontal", la pública, es decir, no integra en su funcionamiento lo indicado por Sartori como legitimidad. Así el cuestionamiento del cambio de poder federal en México en el 2000 no debe quedar como una

90 Nora Rabotnikof se refiere al modelo clásico con el de la idea de la democracia griega antigua donde el demos influía directamente sobre las decisiones de gobierno, considerando como pueblo a los ciudadanos con derechos y no a esclavos, niños ni a las mujeres; en cuanto al modelo ilustrado, la democracia está relacionada con la participación de quienes tiene los conocimientos para poder hacerlo, es decir, los ilustrados. Rabotnik, Nora, *El Espacio Público y la Democracia Moderna*, IFE, México, 1997, p. 82.

instantánea de la voluntad de ámbito público, sino como un estudio del espacio público en transformación.

Hasta aquí se ha considerado al Estado conformado por la opinión de privados, sin embargo esta situación se torna compleja con la aparición de lo social al ampliarse las demandas consideradas ya dentro de la opinión pública:

La crisis del Estado de derecho liberal está determinada precisamente por la crisis de la igualdad formal, de la forma del derecho igual que había permitido mediar entre el valor de la igualdad y el hecho de la desigualdad, a través del círculo virtuoso del sujeto igual=derecho igual. A partir de la aparición de las masas, el problema de la decisión política de Estado, al que hace referencia la opinión pública, se complejiza no sólo por la presencia de nuevos sujetos políticos, grandes organizaciones y no ya individuos dialogantes, sino por el principio de referencia de su acción política, la igualdad social cargada de contenido empírico de las demandas determinadas. Desde esta nueva perspectiva, la pregunta ¿cómo producir una decisión política? Significaba, en conexión con la nunca olvidada denotación primera del liberalismo, ¿cómo producir una decisión política capaz de 'consenso' de masas, es decir, de la identidad de sentidos con las demandas particulares y concretas que necesariamente conlleva y desprende la invocación del principio de justicia-igualdad social? El nuevo planteamiento no sólo 'repolitiza lo social', haciendo directamente público lo privado y comenzando a borrar la separación entre Estado y sociedad civil (Aguilar Villanueva, Luis F. 1987:110).

Este planteamiento considera dos suposiciones: primera.- la existencia de reglas de decisión y de atención consciente (a temas); y la segunda.- gira en torno a la existencia de un tema atendible conforme a las reglas relacionadas a la racionalidad de decisiones, discusión que tiene como finalidad la "equifinalidad". Sin embargo, como apunta Aguilar, esta segunda suposición no atiende las diferentes reglas de decisión; este panorama funcional ha exagerado el poder de convocatoria y exige la solución normativa y técnica. No obstante, contar con temas de interés que convoquen disminuye la complejidad en los procesos de comunicación política:

El papel legislador y gubernamental es también específico y singular, pero su especificidad consiste, a través de sus aparatos informativos y procedimientos deliberativos (a ellos pertenece la opinión pública), el producir las decisiones vinculantes para toda la sociedad. Es evidente que cumplir su función decisoria tiene como condición entrar en "comunicación política", mediante "temas", con su público destinatario.

(...)

La legitimidad de su red ya no depende del estado que guarda la opinión pública, sino más bien la de los procesos electorales de selección del líder y temas de opinión (Aguilar, Felipe, 1987: 124).

Entonces, para poder entender la vinculación entre el campo de lo macro y de lo micro⁹¹ en esa comunicación vertical, es necesario estudiar la actitud hacia temas concretos, que si bien nacen en lo alto de una cascada, son criticadas en diferentes ámbitos hasta afectar al *demos* que describe Deutsch⁹².

2.4. *LAS ENCUESTAS COMO UNA HERRAMIENTA EN PROCESO DE CAMBIO.*

Las encuestas como herramienta de trabajo en el área sociológica en México ha pasado a ser un instrumento valioso para el estudio de la opinión pública mediante la cual, en los últimos tiempos, los partidos encontraron la voz de las cifras donde apoyarse para convencer al electorado de que la elección ganadora se hallaba en su propuesta.

Hasta hace un poco más de una década, estudiosos de la opinión pública como María de las Heras o Alejandro Garnica, han visto la necesidad de que la encuesta no sea empleada con fines de tipo especulativo, sino, y sobre todo, de investigación como tal. La misma tendencia de colocar a las encuestas y sondeos como voz declaratoria del estado de las cosas no sólo perjudica al elector común, pues también confunde y enseguece a los mismos partidos.

⁹¹ Véase el apartado 2.5.: "El estudio de la opinión pública desde la perspectiva del consenso cognoscitivo".

⁹² Cfr. Apartado 2.5.

El estudio sobre el voto juvenil no puede ser investigado con las puras cifras, ahora se manifiesta necesario recurrir a nuevos planteamientos donde el aspecto social, tecnológico y cultural requieren sus espacios en éstos. Después de las elecciones del 2 de julio de 2000, quedó claro que no sólo se jugó con las diferentes tecnologías al alcance de la mano de los creadores de las diferentes campañas, sino además fueron usadas para atraer a diversos públicos. En el caso de los jóvenes se consideraron sus tendencias de vinculación con estas tecnologías, su participación social y sus aspiraciones y exigencias.

Por lo anterior, las encuestas tienen que recurrir a modelos complejos donde se vinculen teorías diferentes y complementarias. Por ello, lo retrospectivo es contraparte y complemento de lo prospectivo y la preferencia electoral se ubica entre la inercia y la circunstancia; estas polaridades y complementariedades deberán ser valoradas como variantes de un mismo tema investigación: la formación de la (s) preferencia (s) de voto.

Ante la problemática de la vinculación gobierno-electores y partido-candidato-electores, el proceso histórico es fundamental para comprender los trayectos de estas relaciones; pero es a partir de la investigación de las preferencias electorales de la población juvenil a través del estudio por medio del modelo de los tres niveles de Jack

McLeod, Zhongdang Pan y Dianne Rucinski, que se logra relacionar los niveles macro con los micro⁹³.

Para estudiar la actitud de los jóvenes, hemos elegido la aplicación de la teoría cognoscitiva y para rastrear la consistencia en la preferencia de electoral en la población elegida decidimos emplear los capitales cultural, económico y social de los individuos para visualizar el vínculo de éstos con un objeto determinado, en este caso la preferencia de voto para la elección de poder federal para el 2006.

Por un lado, del capital cultural obtendremos información sobre todo aquello referido a la preferencia por ciertos noticiarios y canales abiertos de cobertura nacional que los transmiten; por otro lado, el capital económico nos brindará información relacionada a la situación económica del entrevistado y; por último, el capital social nos proporcionará un panorama sobre la vinculación del encuestado con su manera de relación del interrogado en espacios como el familiar, el escolar y/o laboral, pero también con los medios de difusión (en este caso noticiarios transmitidos en canales de televisión abierta) y su forma de consumo, es decir, llegar a saber con quiénes comentan los contenidos recibidos a través de ellos.

Todo el proceso de estudio de los resultados del cuestionario aplicado a 23 alumnos de la Universidad del Tepeyac, en el norte de la

⁹³ Expresados en la relación de los noticiarios transmitidos en canales de televisión abierta (y elegidos y consumidos por los partidos en diferentes momentos, no necesariamente en periodos de campañas) y los receptores (los entrevistados de esta investigación) y entre receptores (los interrogados al aplicar el cuestionario de este estudio y personas con quienes comenta la información obtenida en la televisión abierta). Véase apartado 2.5.

ciudad de México, y a 27 estudiantes de la UNAM, campus CU (Ciudad Universitaria), de acuerdo con los capitales propuestos: cultural, económico y social, 1) nos proporcionarán elementos para comprender los planos de relación en los niveles macro-micro y micro-micro planteados por Jack McLeod, Zhongdang Pan y Dianne Rucinski en su modelo de evaluación de gobiernos y; 2) nos permitirán elaborar cuadros comparativos sobre las vinculaciones de los jóvenes con su medio social, con sus preferencias de consumo de medios informativos en canales abiertos y con los partidos políticos.

2.5. EL ESTUDIO DE LA OPINIÓN PÚBLICA DESDE LA PERSPECTIVA DEL CONSENSO COGNOSCITIVO.

De acuerdo con el modelo de cascada de K. W. Deutsch⁹⁴, la información política llega verticalmente a la población en general, no son ellos quienes la originan⁹⁵. La opinión pública no sólo es de tipo vertical

⁹⁴ Véase cuadro n.10.

⁹⁵ Las opiniones no son innatas y no surgen de la nada; son el fruto de procesos de formación. ¿De qué modo, entonces, llegan a formarse o se forman las opiniones?

Una primera representación de los procesos de opinión es la del *bubble-up*, de la opinión pública como un «rebullin» del cuerpo social que sale hacia lo alto. Deutsch contrapone a esta imagen el *cascade model*, es decir, una serie de procesos descendentes en «en cascada» cuyos saltos son contenidos a intervalos por contenedores en los cuales se vuelven a mezclar cada vez. En el modelo de Deutsch los niveles o depósitos de cascada son cinco. En lo alto está el contenedor en el que circulan las ideas de las *élites* económicas y sociales, seguido por aquel en el que se encuentran y enfrentan las *élites* políticas y de gobierno. El tercer nivel está constituido por las redes de comunicación de masas y, en buena medida, por el personal que transmite y difunde los mensajes. Un cuarto nivel lo proporcionan los «líderes de opinión» a nivel local, es decir, aquel 5 – 10 por ciento de la población que verdaderamente se interesa por la política, que está atento a los mensajes de los *media* y que es determinante en la plasmación de las opiniones de los grupos y con los que interactúan los *líderes* de opinión. Finalmente el todo confluye en el *demos*, en el depósito de los públicos de masas. Profundizaremos a continuación en los procesos que tienen lugar en este último nivel. Por el momento baste con señalar que el grueso de la literatura más reciente niega la pasividad de las denominadas masas, y de este modo subraya cómo el receptor de los mensajes es, al recibirlos, bastante más activo que pasivo.

Volviendo al esquema de conjunto de Deutsch, es oportuno poner en evidencia tres aspectos. El primero es la importancia del nivel de los *líderes* de opinión local: un lugar de paso y de intermediación que ha estado infravalorado durante largo tiempo. El segundo aspecto es que ninguno de los niveles es monolítico y tampoco, normalmente, solidario: en el interior de cada depósito las opiniones y los intereses son discordantes, los canales de comunicación múltiples y polifónicos. Lo que equivale a decir que en todos los niveles encontramos un ciclo completo de dialéctica de opinión. El tercer aspecto es que, aunque el sentido de una cascada es descendente, Deutsch subraya la continua presencia de *feedbacks*, de retroacciones de retorno. En este último

descendente sino además es mediatizada por una serie de grupos de personas reconocidas por el público como autoridades en el tema. De ahí que sea necesario también comprender los puntos de referencia de los electores considerados en la población que se desea estudiar, es decir los medios de comunicación más frecuentados para su información política; aquí debemos considerar lo que el mismo creador de este modelo nos indica no confundir a los líderes de opinión de la vida cotidiana del *demos* con los líderes de opinión de los medios de comunicación.

Sobre Martha Saghún, Francisco Ortíz nos refiere que ella es conocedora del cómo mover al *demos* por medio de la visualización de un panorama de la opinión pública en forma de círculos:

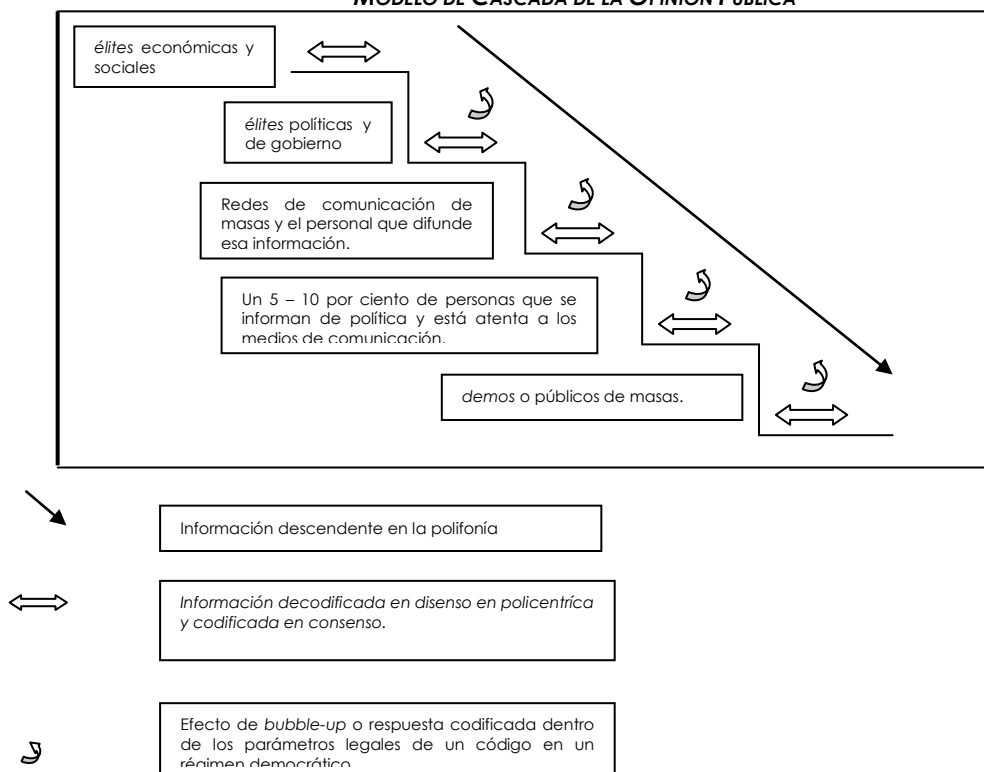
La coordinadora de comunicación social, mujer muy cercana al candidato, explica la teoría de Vicente sobre la comunicación. "El habla siempre de los dos círculos: el círculo rojo y el círculo verde. El círculo rojo, reducido, está conformado por gente que hace opinión, gente informada, analistas, columnistas, intelectuales. El círculo verde lo compone el pueblo, la ciudadanía, que es muy sabia y capta las cosas de manera diferente. Esto fue claro en el dichoso martes negro. En el círculo rojo se captó y se manejó como un gran fracaso de Fox, su derrumbe, pero en el círculo verde la percepción fue otra, la gente lo vio bien y el supuesto fracaso se convirtió en el gran empujón del final de la campaña. La gente percibió la actitud de Vicente como tenacidad, perseverancia, honestidad" (Ortíz Pinchetti, Francisco, 2001: 217 –218).

Reynolds al tratar la consistencia cognoscitiva indica que para conformar sus actitudes, el individuo recurre a funciones: 1) *socializar*, ser compatible con el grupo al que pertenece; 2) *la defensa de sí mismo*, poder mantener las propias ideas, no obstante las diferencias existentes con quién (es) convive; 3) *la expresión de sus valores*, mantener una línea de valores ante lo presentado por el exterior y; 4) *la expresión de lo que se*

respecto podría mantenerse que el modelo de la cascada incorpora, como un elemento propio interno, el del resurgimiento, el del *bubble-up*. Me parece más exacto ver los dos tipos de procesos como fenómenos alternativos que pueden muy bien coexistir, pero que normalmente se reemplazan el uno al otro" (Sartori Giovanni, 1992: 153 y 154).

sabe de algo, un tema, por ejemplo. En estas cuatro funciones entra el grupo de pertenencia y su vinculación con un objeto implicado, como puede ser la lectura de determinado material, favorecer a un partido político, participar en ciertas actividades, etcétera.

CUADRO N° 10
MODELO DE CASCADA DE LA OPINIÓN PÚBLICA



(Interpretación de la exposición hecha por Giovanni Sartori en su texto "Opinión Pública").

El voto por lo tanto está ligado a la economía de la maximizar los beneficios de un voto como lo reportan Glyn y Herbst⁹⁶ al referirse al trabajo de Downs en su *An Economic Theory of Democracy*:

Downs se percató que los beneficios tangibles del acto de votar eran pequeños, por lo cual cada ciudadano casi no tiene oportunidad de afectar en los resultados de una elección. Contra estos beneficios reducidos, los electores deben valorar no sólo los costos inmediatos de votar (tal como el tiempo lo marca) sino también aquellos relacionados a la obtención de información de cómo

⁹⁶ Glynn C., Herbst S., et al., *Public Opinion*, Westview Press, Oxford, 1999.

decidir votar. Aún si los votos preocuparan enormemente, los electores quisieran tener suficiente información para decidir cuál candidato probablemente les "pagará mejor". Y a pesar de que los electores prospectivos se equivoquen, los electores no racionales buscarán información sobre candidatos y temas (Glynn C., Herbst S., et al., 1999: 335)⁹⁷.

A pesar de estar de acuerdo con el modelo de cascada de Deutsch y la concepción de la opinión pública como fruto de actitudes formadas por una consistencia cognoscitiva planteada en el trabajo de Reynolds, el trabajo de Graber nos propone ser más flexibles en cuanto la concepción del mundo de las personas, en especial el político y lo relacionado a los issues o temas políticos expuestos por los grupos de elite y los medios. Más allá de la coincidencia con la anterior perspectiva de la opinión pública, el punto de arranque de la investigadora es el tipo de mecanismo: las personas no siempre van a tener el interés y el deseo de ocupar tiempo en hacer consistentes los asuntos públicos desde su perspectiva y sólo se recurre a esquemas (aunque se cause disonancia cognoscitiva). La controversia se soluciona con el planteamiento del mismo Reynolds, quien indica que el individuo siempre buscará una línea de equilibrio para no sentirse incómodo.

Entre otros autores acordes con la teoría de la consistencia cognoscitiva, están Markus y Zajonc, Heider y Osgood y Tannenbaum. Básicamente el desequilibrio se presenta cuando existe una configuración cognoscitiva inconsistente y ante la tensión, el individuo busca restaurar la consistencia modificando ciertos elementos cognoscitivos: actitudes, opiniones, percepciones, etc., sin embargo, el conflicto no sólo queda en

⁹⁷ 'Downs notes, the tangible benefits of voting are tiny, because each citizen has almost no chance of affecting the election outcome. Against these small benefits, citizens must weigh not only the immediate costs of voting (such the time entailed) but also the cost of gathering enough information to decide how to vote. Even if votes mattered a great deal, voters would want just enough information to decide which candidate would probably 'pay off' best for them. Since prospective voters could generally afford to be dead wrong, no rational voter would seek out information on candidates and issues" (Glynn C., Herbst S., et al., 1999: 335.

el ámbito individual porque se confronta en lo grupal. En esta búsqueda, es en el modelo de accesibilidad⁹⁸ donde los medios de comunicación ayudan en el logro de vinculación con los marcos de referencia de los electores.

El trabajo de Jack McLeod, Zhongdang Pan y Dianne Rucinski, indica que se requiere de una perspectiva de múltiples niveles para poder visualizar todo el proceso de la opinión individual. Los vínculos entre estos niveles se les denominan lazos de nivel cruzado. Estos autores citan cuatro tipos de relación:

El nivel micro-micro: en este nivel se examinan los procesos individuales cognoscitivos y afectivos de la formación, cambio y expresión de la opinión, éstos se representan en un proceso psicológico que antecede al proceso de exposición ante sucesos y eventos.

Nivel macro-macro: aquí son consideradas las cuestiones relacionadas a la opinión pública, políticas públicas y la relación y conflictos con los medios de comunicación.

El nivel macro-micro(flujo de lo alto a lo bajo *Top-down flow*, en un control social): Un ejemplo de éste es cuando un candidato en campaña intenta influir en el electorado.

Y el nivel micro-macro (flujo de lo bajo a lo alto *Bottom-upen*), la agregación: caso menos común porque un individuo con su voto no

⁹⁸ Accesibilidad a los medios y a la información.

decide la elección de un candidato, sólo en casos especiales donde éste tenga un peso especial como por ejemplo uno institucionalizado.

En el nivel micro, los procesos relacionados con este nivel están caracterizados por tres tipos de actividades relacionadas: la exposición a los medios de comunicación y el comportamiento que se procesa, procedimiento cognoscitivo y la expresión de la cognición.

De acuerdo con estos investigadores, en una parte de los medios de comunicación existe un *input* sobre los asuntos que después crean opinión en los individuos. Cuando no existe memoria, lo más seguro es que se deje el asunto en el olvido, si llega a tener algo de significativo para el involucrado en el proceso, entonces existirá la selección de cómo encontrar acomodo para lo que se está interpretando, pero después de que llega a ser opinión se queda en este nivel o se pierde en el nivel micro social o desconectado de los canales de comunicación o unidades macro.

El asunto pasa entonces a la esfera de lo público y es necesario acceder al nivel de relación macro donde se desarrollan las “agenda-setting” y el “gatekeeping” en ellos se expresa el sentir de las elites oficiales y políticas. Aquí los medios de comunicación siguen teniendo gran importancia porque pueden llegar a romper un sistema o hasta crear diferentes jerarquías burocráticas. Los tres sujetos más influyentes son las elites políticas, el público en general y los medios de comunicación que llegan a filtrar su influencia en el nivel micro.

Los roles de los medios de comunicación en los procesos de cruce pueden ser estructurados en términos de sus funciones como 1) canales o conectores, 2) agentes de cambio y, 3) recursos (aparatos) epistemológicos. Como canales o conectores, los medios de comunicación logran este rol en tres categorías de actores: elites políticas, periodistas y público en general. Los individuos en cada una de estas categorías tiene diferentes niveles de control sobre los canales de los medios de comunicación para reunir información y en la diseminación e, incluso, para la recepción y comprensión de los canales.

Agregamos a la influencia y fuerza de los medios de comunicación la capacidad de brindar el lenguaje para la discusión interpersonal (Katz y Lazarsfeld; Chaffee; Gamson; o Kathleen K. Reardon; en cuanto la intención de persuasión en los medios) y con ello establecer las premisas del comportamiento para interacciones "informándonos" cómo otra gente, tal vez, fue influenciada por los medios de comunicación. Véase cuadro 11 sobre teorías y modelos de investigación de efectos.

De esta manera el estudio de la posible influencia de los medios de comunicación informativos en los jóvenes seleccionados como muestra nos permite verificar la relación entre éstas y las futuras posibles intenciones de voto a través de las actuales preferencias electorales.

Cuadro 11

Teorías y modelos de investigación de efectos⁹⁹.

Primeros trabajos sobre persuasión.

<i>Autor.</i>	<i>Estudio.</i>	<i>Comentario.</i>
Aristóteles (s. IV a.c.)	Obra.- <i>Retórica</i> : sobre los principios que regulan el arte de la persuasión.	No es un estudio experimental ni aún se vincula con los efectos de los medios de comunicación.
Lasswell (1948)	Análisis de las campañas de propaganda durante la primera guerra mundial y durante el surgimiento de los partidos totalitarios.	Aún no se estudia el cambio de actitud ni la relación de éstos con procesos de reorganización cognoscitiva.
Lazarsfeld (1948)	Estudios, por medio de encuestas, para establecer los efectos de la campaña presidencial de 1940 sobre la conducta de los electores, midiendo la reacción del público a diversas fuentes.	Se confirmó la hipótesis del "flujo de dos niveles": los medios influyen sobre los líderes de opinión y éstos tienen influencia sobre la parte menos activa de la población

Estudios sobre cambios de actitud desarrollados a partir de los años 50.

1) Teoría perceptiva: Sherif y Hovland (1961).

<i>Estudio.</i>	<i>Comentario.</i>
Estudios sobre el cambio de percepción de los objetos: para predecir qué efecto tendrá sobre las actitudes determinada comunicación es preciso saber cómo recibe el mensaje la persona, cómo la interpreta, comprende o distorsiona la información recibida.	Para estos investigadores, en el juego de la persuasión no intervienen las creencias ni las actitudes cuanto al cambio de percepción de un objeto. No se incluye en este proceso la organización cognoscitiva. Hovlan criticó sus estudios por su carácter experimental y por considerar sólo los aspectos "estáticos" de la comunicación persuasiva en el ámbito de los "aspectos de validez ecológica" (no se contaban con datos externos a los del laboratorio).

⁹⁹ Exposición sobre las teorías tradicionales sobre la comunicación persuasiva hallada en Ricci Bitti, Pio y Zani, Bruna, *La comunicación como proceso social*, trad. Manuel Arbolí, Grijalbo, CNCA, México D.F., 1990, pp.235 - 241, (col. Los noventa). El cuadro fue elaborado por la autora de esta tesis.

2) Teoría funcionalista: Daniel Katz (1960).

Estudio.	Comentario.
Investigaciones sobre el cambio de actitud ligada a la aceptación o rechazo de un mensaje; éste es aceptado si entra en la latitud de aceptación. La aceptación o rechazo está vinculado con la utilidad, las necesidades y satisfacción de quien hace esta decisión.	Estos estudiosos toman en cuenta la latitud de la no participación, es decir cuando un individuo es indiferente ante un mensaje. Tiene las funciones a) "utilitaria" o adaptativa como instrumento de la consecución de un propósito con el fin de maximizar necesidades y satisfacciones propias; b) expresiva "para mantener una imagen del yo más próxima a la deseada y justificar la propia conducta; c) de conocimiento" o económica, disposición del individuo de una organización cognoscitiva de lo real, clara, coherente y dotada de significado que le permita actuar en situaciones complejas y tener un marco de referencia estable para dar orden a la experiencia (puede tener la función de "defensa del yo" para mantener una imagen positiva de sí).

3) Enfoque de la coherencia cognoscitiva: a) teoría del equilibrio: Heider (1946), b) teoría de la disonancia cognoscitiva: Festinger (1957), c) teoría de la congruencia: Osgood y Tannenbaum (1955).

Estudio.	Comentario.
Trabajos relacionados con las modalidades que una persona adopta a nivel de creencias, actitudes y comportamientos para mantener una armonía interna en el sistema cognoscitivo. De acuerdo con este enfoque, se tiene un cambio de actitud, para mantener cierto equilibrio y reducir la disonancia, cuando interviene algún elemento que produce incoherencia en el sistema.	Estos investigadores sostienen que es de igual eficacia inducir un cambio en el comportamiento y luego actuar de manera que la persona modifique su actitud para justificar su nueva conducta y no necesariamente que se de un cambio de actitud se produzcan modificaciones a nivel de conducta.

4) Enfoque de la respuesta cognoscitiva: Petty, Ostrom y Brock (1981).

Estudio.	Comentario.
De acuerdo con estos investigadores, quien recibe una comunicación persuasiva trata de vincular la nueva información con los conocimientos que tiene sobre el tema; en esta operación se utilizan elementos cognoscitivos no presentes en la comunicación por parte del receptor.	La respuesta cognoscitiva en una comunicación es influenciada si los pensamientos explicados son favorables para receptor, de lo contrario, si son antagonistas, porque los conocimientos del receptor son contrarios a los temas propuestos por el emisor, el sujeto no modifica su actitud.

2.6. ENCUESTAS BASADAS EN LA EXPERIENCIA DEL COMPORTAMIENTO ELECTORAL JUVENIL: UN ESTUDIO POR CONSISTENCIA COGNOSCITIVA Y POR NIVELES.

En este Capítulo segundo de este texto se rastrearon dos elementos históricos fundamentales para plantear la forma en que se trabajaría el cuestionario de esta investigación, por un lado se expuso el desarrollo de las encuestas en México con la finalidad de precisar nuestro objetivo, es decir, realizar un trabajo académico con resultados manifiestos en una instantánea sobre la preferencia electoral de nuestros entrevistados, pero también la posible comparación de los resultados con trabajos realizados anteriormente donde se han podido verificar o rechazar algunos supuestos con los cuales se construyó la hipótesis¹⁰⁰ de esta tesis basándonos en los capitales cultural, económico y social de cada estudiante consultado.

Por otro lado, se realizó una aproximación al cómo los jóvenes mexicanos se comportan electoralmente y cómo se relacionan con los medios de comunicación, en especial durante las campañas electorales de 2000. Estos investigadores nos reportan que este segmento de la población es individualista y apegado a las nuevas tecnologías como es el *Internet*; razón por la cual se consideró realizar el trabajo comprendiendo lo más posible a esta parte de los electores limitando el trabajo a la adquisición de información por medio de canales y noticiarios de televisión abierta, pues la televisión es un medio a la mano de cualquier consumidor

¹⁰⁰ Donde se propone que a un menor capital cultural, un capital económico medio y un capital social medio del entrevistado, se prefiera la continuación del PAN para el 2006. De otra manera, la expectativa sería que el PAN no continuará en el gobierno federal para dentro de dos años.

puesto que no requiere habilidades especiales para acercarse a ella y consumir sus productos.

De acuerdo con lo anterior se trabajó en tres planos: 1) en el cómo los medios de comunicación influyen o no en los receptores, 2) en la forma en que se difunde la información de interés público, y 3) la relación de las empresas dueñas de los medios de comunicación y los receptores y la socialización de la información obtenida en dichos medios entre los receptores.

1) Para el estudio de la población investigada se consideró la Teoría de la consistencia cognoscitiva donde los individuos, ante un tema u objeto, toman una actitud conforme a sus ideas de tal forma que se sienten conformes con su decisión y su previa manera de pensar;

2) En cuanto a la información que afecta o no la preferencia electoral de cualquier elector adoptamos la perspectiva de la difusión y respuesta a la información pública, tal como K. W. Deutsch lo hace, en un modelo de cascada donde la divulgación de un tema cae, pero por estratos es discutida polifónicamente y llega a ser respondida y no sólo absorbida sin posibilidad de ser socializada y:

3) Respecto al manejo de las preguntas formuladas en el cuestionario, se eligió el estudio por niveles macro – micro (empresa – receptor) y micro – micro (receptor – receptor). Aunada a la decisión del tipo de niveles a emplear en este estudio y para comprender cómo se forma la preferencia electoral de los entrevistados se determinó el uso del modelo de cascada

(conjuntamente con el estudio de los capitales cultural, económico y social –expuestos en el Capítulo 3 de este texto- de los jóvenes consultados) y se planteó analizar la influencia o rechazo de la información proporcionada en noticiarios en el proceso de socialización de ésta.

CAPÍTULO 3.

El presente Capítulo 3 tiene como finalidad la exposición de los capitales cultural, económico y social así como la “Teoría de la consistencia cognoscitiva” y la relación de éstos con la indagación de preferencias electorales entre estudiantes del quinto al último semestre de licenciatura en dos centros de estudios universitarios de la ciudad de México. Para tal propósito se explican el capital cultural y los capitales económico y social, ya sean como parte del capital cultural o separados de éste; y se vinculan estos tres capitales con los indicadores considerados como correspondientes al análisis de cada uno en el estudio de las preferencias electorales de la población mencionada.

Más adelante se expone parte de la “Teoría de la consistencia cognoscitiva” para explicar cómo cada individuo conforma, en parte, su preferencia electoral a través de un proceso de elecciones, de acuerdo con sus capitales, de 1) canales y noticiarios de televisión abierta y 2) de personas con quienes comentar la información obtenida en estos medios. En este aspecto sólo estamos estudiando, como se expuso en el Capítulo 2, la recepción de los contenidos de noticiarios de la televisión abierta (en cuanto la relación de los niveles macro – micro pero más específicamente aquella existente en el nivel micro – micro), es decir en la vinculación de las empresas emisoras y el receptor y entre los mismos receptores.

Para el desarrollo de este apartado se recurrió a la consulta del texto de Pierre Bourdieu¹⁰¹ y el de Elinor Ostrom y T. K. Ahn¹⁰², en cuanto los capitales cultural, económico y social. En el caso de la exposición de la "Teoría de la consistencia cognoscitiva" recurrimos al trabajo de H. T. Reynolds¹⁰³.

3.1. LOS CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL Y LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA: ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA PREFERENCIA ELECTORAL.

El capital cultural depende de tres formas de existencia para que éste pueda más que ser definido, englobado en sus diferentes manifestaciones. La primera forma de existencia, *el estado incorporado*, se vincula con aquello relacionado a la cultura, como objetos (cuadros, libros, etc.), expresiones de tipo cultural que rodean a un sujeto y que van formando parte de una agregación cultural en el mismo y el tiempo dedicado a cultivarse corresponden al capital cultural, en éste se involucra la capacidad de intercambio de los bienes por medio de un capital económico problematizado por la dificultad de tasar un precio de intercambio gracias a las consideraciones de tipo simbólicas. En este tipo de valoraciones entra el *Arrow generalizado*¹⁰⁴, efecto por el cual todo lo

¹⁰¹ La información de la exposición sobre los tres capitales involucrados en el capital cultural se extrajo de: Pierre Bourdieu, "Los tres estados del capital cultural", *Sociológicas*, UAM Azcapotzalco, año 2, número 5, otoño de 1987, México, pp.11 – 23.

¹⁰² Acerca del capital físico o capital económico y el capital social la información empleada se extrajo del texto: Elinor Ostrom y T. K. Ahn, "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva", *Revista Mexicana de Sociología*, Instituto de Investigaciones Sociales, año 65, núm 1, enero – marzo 2003, México, pp. 155 – 233.

¹⁰³ Material extraído del texto: Reynolds, H. T., Ph. D., *Politics and the Common Man*, 3º ed., Dorsey Press, U. S. A., 1976, pp. 228.

¹⁰⁴ "Lo que yo llamo Arrow generalizado, es el hecho de que el conjunto de los bienes culturales, cuadros, monumentos, máquinas, objetos labrados, y en particular, todos los objetos que forman parte del ambiente natal, ejercen por su sola existencia, un efecto educativo; es sin duda uno de los factores estructurales de la

que rodea a un sujeto agrega valor a un objeto producido por éste (os). Por ejemplo, la cotización de un objeto arqueológico.

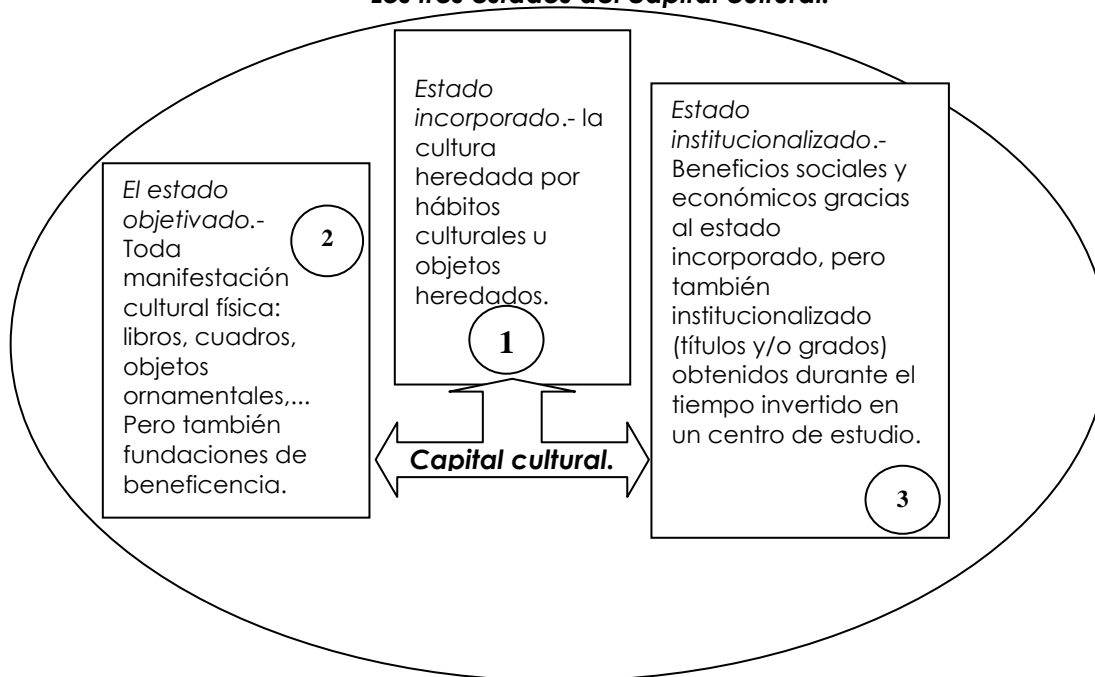
La segunda posibilidad de existencia del capital cultural está relacionada con el objeto en sí, es *el estado objetivado*, ya sea en cuadros, objetos de ornamento, libros,... Su valoración ya considera en sí la posibilidad de apropiación del mismo por medio de un capital económico. Sin embargo, la presencia *del estado incorporado* sigue siendo un elemento fundamental en el intercambio de este tipo de objeto porque si un comprador consume una computadora, por ejemplo, también requerirá de la preparación necesaria para hacerla trabajar, habilidad adquirida en un centro de enseñanza y por lo tanto de tipo cultural, el cual incorpora capital cultural a quien lleva el conocimiento en sí.

La tercera existencia del capital cultural corresponde al *estado institucionalizado*, es decir, la valoración social e institucional del capital cultural incorporado de un sujeto. Su presencia se debe gracias a que "...la alquimia social produce una forma de capital que tiene una autonomía relativa respecto de su portador y del capital cultural que él posee efectivamente en el momento" (Bourdieu, 1987: 16). Por ejemplo, al contratar a un profesor en una universidad se considerará su nivel educativo, lugares donde fue formado, y trabajos publicados por el mismo; de todo lo anterior dependerá si su contratación sea considerada o no y el profesor valorará el salario propuesto por el trabajo solicitado y las ventajas que de esta contratación puedan resultar.

explosión escolar, en el sentido en que el crecimiento de la cantidad de capital cultural acumulado en el estado objetivo incrementa, a su vez, la acción educativa que ejerce automáticamente el medio ambiente. Si además de esto, el capital cultural incorporado crece constantemente, se puede ver cómo, en cada generación, lo que el sistema puede considerar como ya adquirido, se ha incrementado" (Bourdieu, Pierre, 1987: 14).

Un esquema del capital cultural, de acuerdo con lo planteado por Bourdieu, debe contener todos los objetos vinculados con aquello que hace portador a un objeto o a un sujeto de un conocer, de una relación con su historia o de la capacidad para poder apreciar objetos gracias a un goce estético. Deseamos expresar gráficamente las existencias del capital cultural y la presencia de los capitales sociales dentro de éstas en siguiente esquema¹⁰⁵:

Cuadro 12.
Los tres estados del capital cultural.



El capital cultural se presenta en quien posee un cierto capital cultural en tres estados 1) el estado incorporado, 2) el estado objetivado y 3) el estado institucionalizado (Bourdieu, Pierre, 1987: 12):

a) Estado incorporado.- está relacionado netamente con lo cultural tanto heredado como apropiado, referido a objetos físicos de tipo cultural o una

¹⁰⁵ Ver cuadro 12.

serie de habilidades o capacidades culturales heredadas o adquiridas. El capital económico está oculto en este caso. Interviene el capital cultural y el social, en cuanto transmisión de la cultura, y en menor medida el capital económico (Bourdieu, Pierre, 1987: 12 - 14).

b) El estado objetivado.- es toda manifestación cultural física de un capital cultural que se puede valorar económicamente de manera directa. En este estado del capital cultural Intervienen el capital cultural y el capital económico (Bourdieu, Pierre, 1987: 15 - 16).

c) Estado institucionalizado.- es el correspondiente a la transmisión del saber, a su acumulación y a su ostentación social. En esta manera de existencia del capital cultural intervienen con mayor presencia el capital económico y el social (Bourdieu, Pierre, 1987: 16 - 17).

De acuerdo con el planteamiento de James Coleman, reportado por Elinor Ostrom y T.K. Ahn (Ostrom y Ahn, 2003: 155 – 233), el capital social se vincula con el capital humano y el físico, donde el capital social se refiere a “...los conceptos de confianza, normas de reciprocidad, redes de participación civil, reglas y leyes” (Ostrom y Ahn, 2003: 171), elementos creados entre persona que tienen un fin común y no recurren, necesariamente, a las normas impuestas por una institución. El segundo tipo de capital abarca todas las creaciones humanas ya sean intelectuales como físicas: por ejemplo aprender un nuevo idioma o conservar una buena salud invirtiendo tiempo en aparatos gimnásticos, su existencia es similar a la de aquella del estado incorporado y el institucionalizado del capital cultural de Bourdieu. En cuanto al capital físico, se relegaría, al

hacer una analogía al estado objetivado del capital cultural también tratado anteriormente.

Referente al capital social, en el texto de Elinor Ostrom y T.K. Ahn se aclara que no sólo se trata de tener la capacidad de ostentar una situación cultural elevada dentro del sistema de las instituciones de estudio, si no además a la capacidad para que un grupo de personas pueda llevar a cabo una serie de acciones conjuntas de forma exitosa. El capital social se manifiesta bajo esta perspectiva como elemento *sine qua non* los capitales humanos como físicos no llegan a tener éxito, una red de relaciones confiables proporcionan el ambiente propicio para llevar a efecto la construcción de cualquier obra y que ésta misma sea útil y funcional.

Entre las dificultades para visualizar, medir y considerar al capital social se encuentran sus propias características, porque en comparación con el capital físico, éste se gasta con el uso que no es fácil de percibir ni de medir, además de su dificultad para crearlo a partir de inversiones externas y su capacidad para ser afectado por regulaciones de tipo nacional, regional o local.

Al relacionar los capitales que están integrados en el capital cultural: el capital incorporado, el estado objetivado y el estado institucionalizado, y los indicadores usados en su seguimiento para esta

investigación¹⁰⁶ en los cuadros 13, 14 y 15, éstos se vinculan de la siguiente forma:

Cuadro 13.
Capitales incorporado y los indicadores usados en su seguimiento para esta investigación:

Capitales incorporado y los indicadores usados en su seguimiento para esta investigación:	
Estado incorporado: integrado por el capital integrado, relacionado con lo netamente cultural	*El semestre que cursaba el entrevistado al momento de aplicar el cuestionario.
	*El conocimiento o desconocimiento de los canales y / o estaciones y del nombre de los programas que, según los jóvenes entrevistados, ven.
	*La creencia o no de lo dicho en la televisión y/o la radio.
	*El nivel de estudios de los abuelos paternos y maternos, de los padres y/o tutores.
	*El lugar donde realizó el entrevistado sus estudios desde la primaria hasta la universidad.
	*Su situación como estudiante, es decir, si estudia, estudia y trabaja o solamente se dedica a trabajar. Lo anterior nos informa la capacidad de cómo incorporación la información obtenida por medio de la radio y televisión, además de la adquirida en la escuela, para formarse una preferencia electoral.
	*En cuanto a las preguntas referentes a la preferencia electoral, se debe considerar con quién comenta el entrevistado las informaciones obtenidas por la radio y televisión, porque en estudios anteriores se ha relacionado la preferencia electoral con aquellas de la familia.

Cuadro 14.
El estado objetivado y los indicadores usados en su seguimiento para esta investigación:

Capitales incorporado y los indicadores usados en su seguimiento para esta investigación:	
El estado objetivado: aquel referente a los bienes económicos, pero que a su vez transmiten cultura.	*Los indicadores referentes a la ubicación de su lugar donde habita nos informa sobre su capital económico: asimismo es importante observar dónde se localiza el centro de estudios y la casa habitación, pues esta información también nos habla de los posibles gastos realizados por los mismos al momento de desplazarse; tomando en consideración, además, si usa transporte público o vehículo particular.
	*Otro indicador del capital económico del entrevistado es la ocupación y posición laboral del padre y de la madre, pues los ingresos serán diferentes si éstos son empresarios, empleados, burócratas o sólo se dedican a las labores del hogar. Dependiendo, además, de la combinación de las dos posibilidades laborales de los padres.
	*El centro de estudio donde cursó el entrevistado la primaria hasta el centro en el cual estudia la carrera.
	*La situación del estudiante como tal, si sólo estudia, estudia y trabaja o únicamente trabaja, nos informa sobre sus posibilidades personales económicas.

¹⁰⁶ Estos indicadores, como para nuestro caso de estudio, se pueden emplear en la investigación de preferencias electorales por medio de los capitales cultural, económico y social; aunque éstos fueron indagados en el instrumento empleado en las entrevistas no todos fueron analizados en los cruces.

Cuadro 15.
El estado institucionalizado y los indicadores usados en su seguimiento para esta investigación:

Estado institucionalizado y los indicadores usados en su seguimiento para esta investigación:	
Estado institucionalizado: los capitales culturales aportan cierto estatus social a quien los posee.	*Para este tipo de capital hemos recurrido, por un lado, a preguntas sobre los horarios, canales y estaciones y programas que el entrevistado frecuenta. Por otro lado, la socialización está presente en cuanto la atención a los mismos medios, visible en la capacidad del entrevistado para recordar tanto dónde se encuentran los programas seleccionados para su información como el nombre de los mismos.
	*Por otro lado, la credibilidad o no hacia lo dicho en los programas que ve y/o escucha el entrevistado también nos informa del tipo de acercamiento que se tiene a los mismos.
	*Referente a los centros de estudio del entrevistado, éstos nos reportan el círculo de convivencia de éste, los cuáles serán diferentes si el entrevistado asiste a una universidad pública o a una privada.
	*El antecedente (o respaldo – <i>back ground</i> -) proporcionados por los niveles educativos alcanzados por abuelos, padres y/o tutores.

3.2. ANTECEDENTES: LA PREFERENCIA ELECTORAL EN PROCESO DE AJUSTE CON LOS TIEMPOS.

De acuerdo con estudios realizados sobre identificación partidista, preferencia de votos y valores de los mexicanos, hemos extraído algunos datos que consideramos importantes para formular nuestra hipótesis, donde “a un menor capital cultural¹⁰⁷, un capital económico medio¹⁰⁸ y un capital social medio¹⁰⁹ del entrevistado, se prefiere la continuación del PAN para el 2006. De otra manera, la expectativa sería que el PAN no siga en el gobierno federal para dentro de dos años”. Entre los datos aportados en investigaciones anteriores encontramos que:

¹⁰⁷ Como la población elegida para este estudio cursa el mismo nivel de educación superior, la medición de capital cultural como mayor, medio o menor se determinó por la cantidad de canales y programas que se ven en televisión abierta, la credibilidad en ellos y la capacidad para relacionar el nombre de los programas televisivos con el canal que los emite.

¹⁰⁸ Se relacionó, para medir este indicador (capital económico), el lugar donde se estudia y donde se vive.

¹⁰⁹ Para medir el capital social como mayor, medio o menor, se consideraron los espacios de socialización de la información obtenida en la televisión abierta.

a) Las preferencias electorales no se han mantenido estables todo el tiempo, éstas fueron variando por la misma apertura de posibilidades electorales para otros partidos gracias a 1) circunstancias que lo orillaron, tales como el movimiento estudiantil de 1968 o la misma expectativa de hacer entrar a México en el proceso económico mundial u otros fenómenos sociales, políticos como económicos¹¹⁰:

En los últimos doce años se observó un cambio en las formas de organización de la economía. Este cambio pretendía 'la estabilización de la economía a partir de un manejo realista del presupuesto, la privatización de las empresas paraestatales, la reforma fiscal, la desregulación económica, la reforma financiera, la liberalización del comercio, la renegociación de la deuda externa y el fortalecimiento de la tenencia de la tierra'. Su aplicación implicó el abandono de una política económica basado en la planeación e intervención del Estado, para dar paso a una forma de gestión en la que se apoyaba al libre mercado.

Esta reforma ha provocado algunas modificaciones en los patrones de cultura económica, que tienden a la gradual aceptación de las reglas de una economía de mercado...

(...)

La opinión mayoritaria acerca de la privatización de las empresas estatales no es positiva. Sin embargo, los datos sugieren que las actitudes se modifican a favor de esta política: un porcentaje relativamente alto no tiene una opinión formada al respecto y el grado de acuerdo aumenta proporcionalmente con el grado de escolaridad y con el nivel de ingreso. (Beltrán, Ulises, et al., 1997: 25).

2) a la desvinculación ideología y situaciones coyunturales:

En su texto clásico, *Una teoría económica de la democracia*, Anthony Downs argumentó que en condiciones de incertidumbre, los partidos políticos se podrían apoyar en ideologías con el fin de maximizar sus votos. Los electores racionales, además, podrían decidir cómo votar enfocándose en llamados ideológicos en lugar de compara políticas; votar en campos ideológicos ahorra tiempo porque los electores no necesitan volverse expertos en *issues* específicos que separen a los partidos políticos. Las políticas mexicanas estuvieron seguramente marcadas por la incertidumbre, pero los llamados ideológicos partidistas se vieron fracasar porque los mexicanos no estaban ideologizados. Sus puntos de vista en *issues* específicos no se superponían lo suficiente para permitir que los llamados ideológicos tuvieran éxito en la maximización de votos. Los puntos de vista de los mexicanos parecían variar más por *issues* que por una visión del mundo¹¹¹.

¹¹⁰ Véase el Capítulo 1 de esta tesis y el Capítulo 1 del texto de Julia Flores *Los mexicanos de los noventa*, realizado por Yolanda Meyenberg. (Beltrán, Ulises, et al., 1997: 25).

¹¹¹ "In the classic work, *An Economic Theory of Democracy*, Anthony Downs argued that in conditions of uncertainty, political parties may rely upon ideologies in order to maximize votes. Rational voters, moreover, may decide how to vote by focusing on ideological appeals instead of comparing policies; voting on ideological grounds saves time because voters need not become experts on the specific issues that may separate the political parties. In 1988, Mexican politics was surely marked by uncertainty, but partisan ideological appeals were likely to founder because Mexicans were no ideologues. Their views on specific issues did not overlap sufficiently to permit ideological appeals to succeed in maximizing votes. The views of Mexicans seem to vary more by issue than by worldview" (Domínguez, Jorge y McCann, James A., 1996: 75-76).

y 3) a la misma capacidad de los electores para plantearse nuevos panoramas de gobierno durante las elecciones:

En la actualidad los partidos han perdido gradualmente sus perfiles ideológicos para construir amplias plataformas que les permitan representar los intereses y acoger las demandas de un electorado heterogéneo. Esta nueva concepción de los partidos es aceptada por el 63% de la ciudadanía, que prefiere a un partido que modifique sus programas de acuerdo con las preferencias de los votantes, mientras que sólo el 28% tiende a elegir a uno que siempre siga sus principios y sus ideales. La postura a favor de la adecuación de los programas es constante, aún si se toma en cuenta la intención de voto. Los votantes del PAN la apoyan en 69%, los del PRI 61% y los del PRD en 65 por ciento. (Beltrán, Ulises, et al., 1997: 57).

b) Los capitales culturales, económicos y sociales son medios para acercarnos a los orígenes por los cuales los jóvenes conforman su preferencia electoral. Consideramos que las preferencias formadas por juicios no son resultado de una ecuación lineal sino que se fundamentan en una serie de elementos que conforman la visión de cualquiera de los entrevistados. Para comprender al votante, Alejandro Moreno nos remite a:

Compenetrarse en sus adhesiones partidarias, en su ideología, en su sistema de creencias y en las bases sociales que las respaldan; en el interés y la atención con que sigue los asuntos políticos; en sus fuentes de información y en las predisposiciones y prejuicios que le ayudan a entenderla y procesarla; en sus percepciones y opiniones acerca de los candidatos, de los partidos y de los gobernantes; en su propensión a ser persuadido o a persuadir a otros acerca de por quién votar; en sus evaluaciones acerca de las condiciones del país y de su ámbito personal y familiar; en sus expectativas; en sus valores políticos y sus actitudes hacia la democracia; en su nivel de tolerancia y en su capacidad de coexistencia política; en suma, en la manera como ve el mundo de la política con los símbolos, las ideas y las imágenes que tiene a su alcance. (Moreno, Alejandro, 2003: 13).

c) Los medios más frecuentados para obtener información de campañas políticas y de tipo político son la televisión y la radio. Después de las elecciones del 2 de julio de 2000 y de la victoria del PAN, Alejandro Moreno escribe que:

Durante el periodo de campañas de 2000, alrededor de dos tercios de los electores (casi 66%) dijeron enterarse 'mucho' o 'algo' de las noticias a través de sus televisores de manera más o menos constante, mientras que alrededor de un tercio siguió las noticias principalmente a través de la radio y poco más de la cuarta parte lo hizo por medio de los periódicos.

(...)

El uso de estos medios alternativos y, para muchos, complementarios, de información, tiene que ver con su credibilidad. De acuerdo con las encuestas nacionales de *Reforma* realizadas en 2000, 47% de los encuestados dijo creer mucho o algo a los noticiarios de la televisión. Evidentemente hay un déficit de credibilidad, ya que alrededor de 66% dice enterarse de noticias a través de ésta. Al menos una quinta parte del electorado se enteró de política en televisión pero no cree lo que ve y escucha. (Moreno, Alejandro, 2003: 196).

d) En el estudio de una preferencia electoral de un joven se deben considerar siempre los cambios suscitados en el ámbito económico y político en México y no esperar una situación estable y segura en los estudios de esta preferencia: "...el voto por Fox provino significativamente más de un electorado joven, urbano, del electorado del norte, de votantes que consideraban tener un cierto deterioro en su situación económica personal, de los panistas, de muchos votantes independientes y de los más escolarizados" (Moreno, Alejandro, 2003: 15).

Para cuando Guadalupe Pacheco escribió su texto *Caleidoscopio electoral. Elecciones en México, 1979-1997*,

El grupo de jóvenes menores de 29 años básicamente tuvo sus primeras experiencias con el mundo de la política nacional en los años de la crisis económica, a la par que le tocó vivir las primeras experiencias de la reforma política de 1977; probablemente es una generación en la que se conjugaron las actitudes de crítica al régimen con la angustia del futuro ocupacional. (Pacheco, Guadalupe, 2000: 180).

e) Hay una estrecha relación entre las preferencias de un elector y las de su familia. En el caso de este estudio, la idea es comprobar si existe vinculación entre las preferencias electorales de nuestros entrevistados y las preferencias electorales de gente externa a su familia. Alejandro Moreno nos reporta de Miller y Shanks que "Al igual que la afinidad religiosa, la afinidad partidista por lo general se origina en la familia, en donde se establece durante la temprana socialización dentro de las

normas familiares" (Moreno, Alejandro, 2003: p. 52). Sin embargo, Alberto Hernández Medina señala que los mexicanos, por lo común, no tienen fuertes lazos de este tipo, pero sí se cuenta con un fuerte núcleo familiar¹¹².

f) El capital económico, de acuerdo a Alejandro Moreno, ha influido en el apoyo a ciertos partidos y en la manera de ser o no reaccionarios ante la situación del gobierno, en específico durante los gobiernos priístas. Al respecto Moreno señala en su libro *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*¹¹³ que: " ...la clase social parece jugar un papel importante como determinante entre moderado y fuerte de las identidades políticas: el perredismo tiene más arraigo entre electores de menores niveles de ingresos, el panismo entre las clases medias, y el priísmo entre los electores menos escolarizados". (Moreno, Alejandro, 2003: 14).

g) Se pueden vincular las condiciones económicas de las zonas del Distrito Federal y de la República con predicciones sobre las posibles preferencias electorales de los entrevistados. Por su parte Guadalupe Pacheco nos informa en su obra, con respecto a la regionalización e identificación partidista en el Distrito Federal, lo siguiente:

El espacio desempeña un papel estructurante en la conformación de conductas sociales específicas; esta espacialidad también puede mediar el cambio en la producción de ciertos procesos políticos. Los fenómenos electorales son influidos por su contexto socioespacial, lo que se expresa en el patrón de distribución territorial del voto. Esto se debe a que la problemática que impone el espacio social urbano a una comunidad, la lleva a compartir experiencias comunes y a desarrollar patrones de conducta específicos, en tanto que colectividad definida por el espacio

¹¹² El mexicano trata poco de convencer a los otros, 43%, habla poco de política con los amigos, 36%, comparte poco las opiniones políticas en la familia. El mexicano tiene poca confianza individual o institucional: tienen un fuerte núcleo familiar, pero es débil su tejido societario y más frágil organismo social. Ver el texto coordinado por Luis Narro, *Cómo somos los mexicanos*, en el apartado "¿Qué valoran los mexicanos?", escrita por Alberto Hernández Medina. (Narro, Luis, 1987: 33-34).

¹¹³ Moreno, Alejandro, *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conductas electorales*, FCE, México, 2003, pp. 252.

común en el que habita. Las experiencias compartidas por sus integrantes se constituyen en un sustrato común que contribuye a estructurar patrones compartidos de conducta electoral. (Pacheco, Guadalupe, 2000, 204-205).

3.3. LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA Y LOS CAPITALES CULTURA, ECONÓMICO Y SOCIAL: VÍNCULO EN LA ELECCIÓN POR UNA OPCIÓN POLÍTICA.

El capital cultural, está relacionado con el nivel de educación y al consumo de bienes culturales. El capital económico, o grupo socioeconómico al que pertenecemos y los bienes económicos con que contamos; y el capital social, es decir, el respeto y reconocimiento social adjudicado a nuestra persona, son elementos que conforman al individuo en su contexto histórico, también son contemplados por Reynolds en la formación de actitudes, en este caso políticas, en la preferencia por un partido a la hora de sufragar.

De acuerdo con Reynolds, una actitud puede ser considerada como algo que la gente ya tiene objetivado en la mente, pero nadie, en contraposición, ha tocado una actitud, de ahí que una opinión es un juicio acerca de una *actitud-objeto*¹¹⁴, y son las cualidades evaluativas y afectivas las que distinguen las actitudes de otros tipos de cognición. La definición de una actitud queda asentada así por este estudioso: "Una actitud es una lectura individual o disposición a responder de manera favorable o desfavorable a algún objeto" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 3)¹¹⁵. Los psicólogos definen una actitud con relación a tres componentes: cognoscitivo, afectivo y de comportamiento. Las actitudes se pueden componer por su saliencia (capacidad para sobresalir), por su

¹¹⁴ Pongamos, por ejemplo, mi posición frente a un tema como la legalización de venta de drogas.

¹¹⁵ "An attitude is an individual's readiness or disposition to respond in a favorable or unfavorable manner to some object" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 3).

dimensionalidad, su estabilidad, por el contenido de una información, las creencias de una persona, las funciones de ésta para el sujeto, y la centralidad y contraste que tenga el asunto con respecto a la persona en cuestión.

INTENSIDAD Y SOBRESALIENCIA (SALIENCE).- En América, como en otros países, la política es vista como fuera de la vida diaria y tiene interés o los temas en este ámbito llegan a ser sobresalientes sólo hasta que son tratados como algo público o el interesado se siente involucrado en ellos. Reynolds nos advierte de este hecho y nos previene sobre este aspecto para el momento de realizar la lectura de los datos recabados por medio de una encuesta: "Algunos individuos cambian de atrás para adelante en sus preferencias simplemente porque no están muy interesados con el tópico. De ahí que no obstante la apariencia objetiva y científica, las encuestas de opinión frecuentemente miden sólo actitudes débilmente sostenidas" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 8)¹¹⁶.

DIMENSIONALIDAD.- Las actitudes están formadas de diferentes dimensiones o componentes por lo cual en su observación se debe considerar una actitud como multidimensional. Así una persona que aparentemente es conservadora en un sentido, puede ser liberal en otro, por ejemplo, alguien que está en contra de altos impuestos, después puede estar exigiendo aumento en el gasto social.

ESTABILIDAD.- Tiene relación al mantenimiento o no de una actitud; los psicólogos han observado una predisposición al mantenimiento de largo

¹¹⁶ "Many individuals seitch back and forth in their preferences simply because they are not very concerned with the topic. Therefore, despite their objective and scientific appearance, opinion surveys often measure only weakly held attitudes" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 8).

plazo de las actitudes cuando éstas son aprendidas, sin embargo, algunos estudios (en especial estudios de voto) han demostrado que la actitud es inestable. Por ejemplo "Existen diferentes razones para la inestabilidad. Algunos temas no son sobresalientes o importantes al público. Así las personas naturalmente cambian de manera de pensar ocasionalmente. A esto se agregan fuerzas de corto plazo, una campaña política por ejemplo, algunas veces crea interés temporal en un tópico" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 11)¹¹⁷.

CONTENIDO DE LA INFORMACIÓN (COMPONENTE COGNOSCITIVO).- Las actitudes están relacionadas con información sobre el *actitud-objeto*. Así si una persona favorece a un candidato es porque frecuentemente cuenta con más información sobre éste.

CREENCIAS.- Las creencias sobre el *objeto-actitud* se refieren a las cualidades y características de ese objeto al cual se le imputan ciertos atributos; según Reynolds un psicólogo mantiene que las creencias están vinculadas a la actitud, así si se cambian las primeras la segunda se modifica, por ello no es posible simplificar la actitud hacia un candidato o un partido pues las actitudes se basan en una cantidad numerosa de creencias.

FUNCIONES.- La trayectoria de un individuo con relación a sus actitudes debería tender a una vía recta y centrada para evitar el mayor número de contradicciones, de ahí que una actitud es funcional si permite al individuo

¹¹⁷ "There are several reasons for instability. Many issues are not salient or important to the public. So people naturally change their minds occasionally. In addition, short-term forces, a political campaign, for example, sometimes create a temporary interest in a topic" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 11).

entender y caminar a través del mundo, pero es disfuncional si no le permite adaptarse al medio. "Se ha argumentado que las actitudes sirven a una variedad de funciones. Un ejemplo es el ajuste social" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 13)¹¹⁸.

CENTRALIDAD Y CONTRASTE.- Una ideología está frecuentemente relacionada al contraste de actitudes y creencias, como por ejemplo entre los conservadores y los liberales, sin embargo, en un estudio efectuado en 1950, Converse se dio cuenta que las ideologías no son frecuentes entre el público y que en ese entonces sólo el 4 por ciento de votantes podía ser clasificado como ideologizado. Por ello los votantes tienen dificultades para votar de manera racional por no contar con una dimensión ni abstracta ni general con la cual medir el desempeño de sus representantes. Cuando los electores se dan cuenta de su inconsciencia se motivan para dar respuesta a los desequilibrios de una u de otra manera.

Para la realización de esta labor de estudio de actitudes conforme a la consistencia cognoscitiva, acudiremos al trabajo de Jack McLeod, Zhongdang Pan y Dianne Rucinski sobre los tres niveles de análisis en la investigación de opinión pública y a la indagación de los capitales culturales, económicos y sociales de los entrevistados.

3.4. LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA Y LOS CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL: EL ESTUDIO DE LA PREFERENCIA ELECTORAL.

¹¹⁸ "It has been argued that attitudes serve a variety of functions. One example is social adjustment" (Reynolds, H. T., Ph. D., 1976: 13).

Para poder estudiar las preferencias electorales mediante un cuestionario se han considerado, antes de llegar a este tercer apartado 1) en el primer Capítulo de este texto los aspectos estructurales de los partidos en sus diferentes estadios y la situación histórica y política de México, entre la década de los setenta hasta el año 2000; 2) en el segundo Capítulo, la cronología de las encuestas tomando en cuenta sus características.

Después de los dos primeros capítulos se subrayó la necesidad, para realizar nuestra investigación, de formulación de preguntas orientadas a comprender los rasgos del elector joven, específicamente en el caso del mexicano y en especial durante las últimas elecciones federales, e indagar en el cuestionario la influencia de la televisión abierta en las preferencias de los entrevistados por medio de los niveles los macro – micro (emisores de televisión abierta y receptores) y el micro – micro (entre receptores).

Es en este Capítulo tercero, donde mediante la exposición de los capitales cultural, económico y social relacionados con la "Teoría de la consistencia cognoscitiva", se ha establecido la forma en la cual se estudió en el siguiente Capítulo, bajo el supuesto de que los electores son individuos cuyos capitales les hacen preferir o desechar ciertas actitudes-objetos, las preferencias electorales de los estudiantes de licenciatura entrevistados en nuestra investigación, y cómo la hipótesis de este trabajo se comprobó.

CAPÍTULO 4.

Basados en la “Teoría de la consistencia cognoscitiva” y en el estudio de los efectos de los medios de comunicación en los receptores y en sus preferencias electorales, se trabajó este Capítulo 4 con los niveles macro – macro (vínculo empresas de televisión abierta – receptores) y micro – micro (socialización entre receptores), para relacionar los capitales cultural, económico y social de los entrevistados con sus preferencias electorales para las elecciones federales de 2006. Las opciones presentadas a los entrevistados fueron la continuación del PAN en el gobierno federal, el regreso del PRI a este poder, la ascensión del PRD para la presidencia, la toma de posesión del gobierno federal por parte de cualquier otro partido diferente al “albiazul”, el “tricolor” o el partido del “sol azteca”, o simplemente no votar por algún partido para esos comicios electorales.

El nivel macro – micro fue estudiado mediante el capital cultural, para este fin se preguntó a los entrevistados por la cantidad de noticiarios que ven, los canales de televisión abierta donde ven estos noticiarios y los nombres de los programas (noticiarios) que se ven; posteriormente se relacionó los canales usados para ver los noticiarios y los nombres de los noticiarios. Asimismo se pudo entender las preferencias de los entrevistados por empresas de televisión abierta y por los noticiarios transmitidos en éstos y sus preferencias electorales.

Por medio del capital económico se siguió estudiando al entrevistado en sí, para más adelante relacionar estos datos con su situación social, en su capital social. En cuanto al capital económico primero se le preguntó a los estudiantes investigados por el lugar donde

viven (ían) y esta información se analizó conforme a la zonificación económica de BIMSA para determinar el ingreso de éstos¹¹⁹. Después, por el hecho de haber acudido sólo a dos centros de estudios de la ciudad de México para llevar a cabo la aplicación de nuestro instrumento: “Universidad del Tepeyac”, en el norte, y la UNAM en el campus de CU, en el sur, no fue necesario cuestionar sobre el lugar de estudio de los indagados. Finalmente se relacionó el capital económico de los entrevistados y su preferencia electoral.

El nivel micro – micro se estudió fundamentalmente por medio del capital social de los entrevistados, se recurrió al trabajo realizado en la investigación del capital cultural y se relacionó con las personas con quienes el estudiante comenta la información obtenida en noticiarios transmitidos en canales de la televisión abierta. El capital social reportó la socialización de la información de esta información noticiosa y la preferencia electoral.

Para la realización de este apartado se recurrió a autores que en fechas recientes han elaborado trabajos por medio de encuestas, referentes a la situación económica, social y cultural de los mexicanos y sus preferencias electorales e intenciones de voto. Entre los investigadores consultados están: Jorge I. Domínguez y James A. McCann¹²⁰; Julia Flores y Yolanda Meyenberg¹²¹; Luis Narro y Alberto Hernández Medina¹²²;

¹¹⁹ Por razón de límite de tiempo y las dificultades para aplicar el cuestionario que se sustituyó, después de haber trabajado con siete instrumentos piloto, algunas preguntas no se realizaron como cuál era el ingreso de los entrevistados, por la pregunta 16: ¿En qué colonia habitas? y ésta se relacionó con la zonificación económica de BIMSA para obtener este dato.

¹²⁰ Domínguez, Jorge I. y McCann, James, A., *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, U.S.A., John Hopkins, 1996.

¹²¹ Beltrán, Ulises, *Los mexicanos de los noventa*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM, México, 1997, pp. 207.

Guadalupe Pacheco¹²³; María de las Heras¹²⁴; Alejandro Moreno¹²⁵; Enrique Alducín¹²⁶; y Raúl Trejo Delabre¹²⁷.

Este Capítulo, así como toda esta tesis, debe mucho para su realización a la FCP y S (Facultad de Ciencias Políticas y Sociales) de la UNAM, al Instituto de Investigaciones Sociales de la misma casa de estudios y al trabajo de profesores e investigadores que apoyaron de manera paciente y generosa a la autora de este texto. Muchas gracias a mi asesor y profesor Murilo Kuschick Ramos y a los académicos e investigadores que intervinieron en la estructuración, formulación y análisis de las preguntas del cuestionario resultante; así como en las aportaciones referentes al manejo de teorías y planteamientos en las ciencias sociales para el estudio, por medio de encuestas, de las preferencias electorales. A continuación menciono los nombres, en orden de intervención y no por lo mucho que les quedo en deuda, a quienes dirijo mi agradecimiento: Alma Alva de la Selva, Margarita Yépez Hernández, Uriel Caballero, Mauricio Suez, Raúl Vega Gil, Ilya Adler, Francisco Reveles Vázquez, Jorge Dettmer y Martha Márquez.

Deseo hacer extensivo este agradecimiento a los profesores que conformaron el cuerpo docente de mis estudios de maestría y a mis

¹²² Narro, Luis, (coord.), *Cómo somos los mexicanos*, 2ª ed., Centro de estudios educativos CREA, México, 1987, pp. 299.

¹²³ Pacheco Méndez, Guadalupe, *Caleidoscopio Electoral. Elecciones en México, 1979 – 1997*, México, I.F.E., U. A. M. y F. C. E., 2000, pp. 458.

¹²⁴ De las Heras, María, *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, México, Océano, 1999, pp. 192.

¹²⁵ Moreno, Alejandro, *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conductas electorales*, FCE, México, 2003, pp. 252.

¹²⁶ En: César Cisneros Puebla, "Participación Política y Ciudadanía. De Trípticos, Espejos y Paradojas", *La Construcción de lo Juvenil. Reunión Nacional de Investigadores Sobre Juventud 1996*, Centro de Investigación y Estudios Sobre lo Juvenil (Causa Joven), México, abril de 1998, pp. 33 - 37. (Colección Joven/es) n. 2).

¹²⁷ Trejo Delabre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, 2001, México, pp. 563.

compañeros por sus valiosos cuestionamientos sobre este trabajo. A todos ustedes, muchas gracias.

4.1 LA APLICACIÓN DE UN CUESTIONARIO BASADO EN EL ESTUDIO DE LOS CAPITALS CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL: INDAGACIÓN DE LA PREFERENCIA ELECTORAL.

Para la realización de este trabajo de investigación sobre la preferencia electoral entre jóvenes estudiantes del quinto al último semestre de nivel licenciatura en la ciudad de México, se recurrió a la técnica de la encuesta o investigación tipo survey. El estudio es de tipo exploratorio, por lo cual, la muestra no pretende respetar el margen de error, sino la elaboración de un cuestionario orientado al estudio de la preferencia de voto de esta población.

Esta investigación tuvo como finalidad la aplicación de teorías y planteamientos para el estudio de las preferencias electorales por medio de un instrumento cuyos los hallazgos y logros puedan ser empleados en un futuro en una encuesta de la misma naturaleza. A la representatividad de la muestra no se le dio tanta importancia como a elaboración de las preguntas, la aplicación del cuestionario y la comparación de los resultados obtenidos con aquellos de trabajos de investigadores orientados a la indagación, sobre los últimos veinte años, de la situación económica, social y cultural de los mexicanos y de las preferencias electorales e intenciones de voto. Esta falta de rigor se explica también por el límite de tiempo para la estructuración del instrumento de investigación como para la realización de esta tesis, establecido por el tiempo para cursar los

estudios de maestría, es decir dos y medio años; y los recursos económicos determinados por la naturaleza de este estudio, o sea los propios de un becario.

Se recurrieron a dos universidades de la ciudad de México donde se pudiera trabajar con dos poblaciones con el mismo nivel de estudios pero con diferentes circunstancias en tanto que unos estudian (aban) en una universidad privada y otros lo hacen (ían) en una pública. La intención inicial no fue polarizar sino abarcar dos espacios delimitados por la situación económica que implica socializar información de noticiarios o hasta preferencias electorales en uno u otro centro de estudios superiores: público o privado. En el trayecto de la investigación se dificultó el acceso a diversas universidades privadas para entrevistar a los estudiantes de éstas; finalmente se contó con el apoyo de la Universidad del Tepeyac, en la delegación Gustavo A. Madero.

Tres de los siete instrumentos piloto se aplicaron en la UNAM. Finalmente en diciembre de 2002 y por razones de tiempo, sólo se trabajó con 23 estudiantes de la UNAM de diferentes áreas de estudio y con 27 alumnos de la Universidad del Tepeyac de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Entre los objetivos del cuestionario creado estaban que fuera un instrumento autoaplicable y rápido de ser resuelto, con promedio de quince minutos y que contestar siempre escribiendo datos sino más bien llenando espacios con equis "x". Además se buscó que la extracción de la

información no resultara difícil, sino sencilla, y que el análisis de ésta no complicaran la labor de la investigación.

En el trabajo de estructuración del cuestionario y en la aplicación de los instrumentos piloto se verificó la comprensión de los temas cuestionados y la facilidad para contestarlo; sin embargo, al momento de relacionar la propuesta teórica del estudio por medio del capital cultural, el social y el económico, las variables no facilitaban el análisis de la información. Por tal motivo se desecharon algunas preguntas y respuestas y se laboró con otras consideradas como claves¹²⁸. Sólo cuando se indagó sobre el capital económico se acudió a la zonificación económica de BIMSA de 1998 de la ciudad de México, pues entre las preguntas formuladas no se contempló interrogar sobre los ingresos de los entrevistados.

A continuación se exponen los elementos constitutivos de este trabajo: Orientación en el campo de investigación y formulación de un sistema de hipótesis; construcción, evaluación y manejo de instrumentos de recolección de datos (cuestionario) y muestreo; recolección de información; procesamiento y análisis de datos y; presentación de resultados.

¹²⁸ Pregunta 1: sexo al que pertenece el interrogado: hombre o mujer; 2, Edad; 10, Canal y nombre del noticiario que se ve; 11, Con quién se comenta la información de los noticiarios: con alguno de los abuelos, con alguno de los padres, con hermanos, con tutor, con tu pareja, con alguien ajeno a tu familia, con nadie, con otros; 16, colonia donde habita el entrevistado y; 22, por cuál partido votaría entre Convergencia por la Democracia, Partido Acción Nacional, Partido Alianza Social, Partido de la Revolución Democrática, Partido de la Sociedad Nacionalista, Partido del Trabajo, Partido Revolucionario Institucional y Partido Verde Ecologista (partidos que hasta abril de 2002 aparecían en la lista de partidos en la página de Internet del IFE).

I. Orientación en el campo de investigación y formulación de un sistema de hipótesis.

La hipótesis de este trabajo: *“a un menor capital cultural, un capital económico medio y un capital social medio del entrevistado, se prefiere la continuación del PAN para el 2006. De otra manera, la expectativa sería que el PAN no siga en el gobierno federal para dentro de dos años¹²⁹”* se elaboró conforme a la investigación de tres ejes que nos proporcionaron información sobre los elementos que intervienen en las preferencias electorales de los entrevistados: su capital cultural, su capital económico y su capital social.

Se planteó la investigación de los capitales cultural, económico y social, de acuerdo con lo establecido al respecto por 1) Pierre Bourdieu¹³⁰ (relacionando al capital cultural con su carácter netamente cultural en su estado incorporado; en su estado objetivado, vinculado con su aspecto económico en tanto su potencial para ser comercializado; y en su estado institucionalizado en el área de la socialización del capital cultural) y 2)

129 En cuanto al capital cultural se consideró que quienes ven más canales de televisión y aunque no memorizaron los nombres de los programas, por el hecho de consultar más noticiarios se les consideró, entre los cincuenta entrevistados, como los de mayor capital cultural. Se consideró como capital cultural menor si se veían de cero a dos noticiarios, como medio si el rango era de uno a cuatro noticiarios y mayor de uno a seis.

En la valoración del capital económico se tasó como 1) capitales económicos mayores los rangos A/B y C+ (con ingresos mensuales de los \$21,000.00 a los \$49,000.00 pesos); 2) como medios los que entraron en los niveles C y D+ (cuyos ingresos mensuales están entre los \$6,000.00 y \$20,000.00 pesos para el primero, y para el segundo de \$4,000.00 a \$5,000.00 pesos) y; 3) como menores a aquellos que se encontraron entre los rangos D (con ingresos al mes de entre \$1,500.00 y \$3,000.00 pesos) y E. También se evaluó el centro de estudios donde cursan sus estudios los entrevistados; si ellos frecuentan la “Universidad del Tepeyac”, por ser una escuela privada, se les consideró en la valoración de capital económico mayor y si asisten a la UNAM, entonces en capital económico menor; este dato podía variar dependiendo de la ubicación del lugar donde se habita.

Referente al capital social, éste se valoró con respecto al lugar donde los entrevistados comentan la información obtenida en los noticiarios de canales de televisión abiertos y de cobertura nacional. Básicamente se consideró si los jóvenes comentan la información en el núcleo familiar o no, en caso de hacerlo sólo, o la mayoría de los casos, con la familia, entonces el capital social se designó como menor; si se comentan fuera de la familia, entonces el capital social es mayor; sólo en caso de hacerlo tanto con la familia como con gente externa al núcleo familiar, entonces se le tomaría como de capital social medio.

¹³⁰ Bourdieu, Pierre “Los tres estados del capital cultural”, *Sociológicas*, UAM Azcapotzalco, año 2, número 5, otoño 1987, México, pp. 11 – 23.

James Coleman¹³¹ (referido al capital físico y social). Los estudios de estos dos investigadores, uno en el ámbito de la educación y el otro sobre la influencia del capital social en la política, nos brindaron una material básico para el planteamiento de la hipótesis de este trabajo. La intención fue averiguar la influencia que tienen estos capitales en la preferencia electoral del entrevistado (ubicada en la pregunta 22 del cuestionario por “Si hoy fuera 2006 y se llevaran a cabo las elecciones presidenciales, indica el partido por el que votarías”).

La estructuración final del cuestionario encontró su origen en trabajos realizados por estudiosos de la opinión pública en México, ya sea antes de las elecciones del 2 de julio de 2000 como posteriores a ésta (Jorge I. Domínguez y James A. McCann, Julia Flores y Yolanda Meyenberg, Luis Narro y Alberto Hernández Medina, Guadalupe Pacheco, María de las Heras, Alejandro Moreno, Enrique Alducín, etc.).

II. La construcción, evaluación y manejo de instrumentos de recolección de datos (cuestionario) y muestreo.

Para la elaboración del instrumento de levantamiento de información, se crearon siete versiones piloto que han pasado por la supervisión de algunos especialistas en la materia, entre ellos: Mauricio Suez y Raúl Vega Gil del Instituto Federal Electoral; Uriel Caballero del Tecnológico de Monterrey; y los profesores del programa de posgrado de

¹³¹ Elinor Ostrom y T. K. Ahn, “Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva”, *Revista Mexicana de Sociología, Instituto de Investigaciones Sociales*, año 65, núm 1, enero – marzo 2003, México, pp. 155 – 233.

la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México, Murilo Kuschick, Margarita Yépez e Ilya Adler.

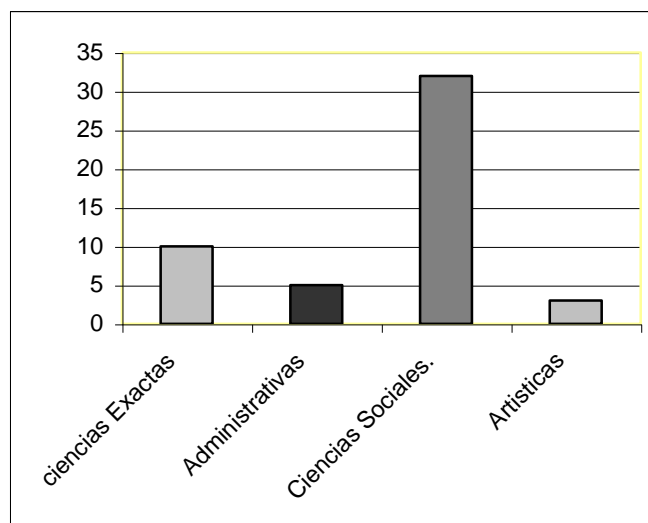
La intención final de este trabajo fue aplicar este cuestionario a una muestra de cincuenta estudiantes divididos entre dos universidades: una privada (Universidad del Tepeyac) y otra pública (UNAM) y obtener, por medio de dicho instrumento, información sobre el consumo de medios informativos, la relación de la información obtenida con la preferencia electoral de los jóvenes seleccionados, así como conocer la influencia en ésta por parte del capital cultural y de la situación sociodemográfica de los entrevistados.

El cuestionario fue aplicado a 23 alumnos de la Universidad del Tepeyac, en el norte de la ciudad de México, y a 27 estudiantes de la UNAM, *campus* CU. De las carreras que éstos cursaban en diciembre de 2002, 20% estudiaban en el área de las ciencias exactas (actuaría o ingenierías), 10% en la administrativa, 64% en las ciencias sociales (entre ciencias de la comunicación, relaciones internacionales, ciencias políticas y sociología), y 6% estaban matriculados en estudios artísticos (de la Escuela Nacional de Música de la UNAM).

Cuadro 16.
Cruce: Semestre / área de estudio.

<i>Semestre que cursan los entrevistados.</i>	<i>Cantidad de entrevistados de acuerdo al área de estudio</i>				
	Ciencias Exactas	Administrativas	Ciencias Sociales	Artísticas	Total
quinto	2	2	25		29
sexto	2			2	4
séptimo	6	3		1	10
octavo			7		7
Total	10	5	32	3	50

Gráfica 1.
Del cruce: Semestre / área de estudio.

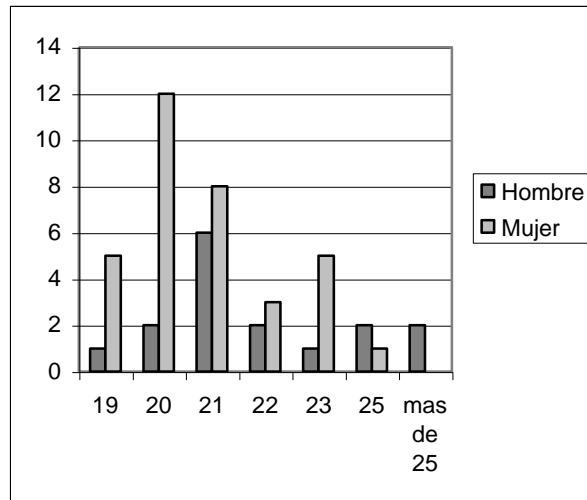


Todos los entrevistados cursaban entre el quinto y el octavo semestre de manera regular, 58% estaban en el quinto semestre, 8% en el sexto, 20% en el séptimo y 14% en el octavo. 16 eran hombres y 34 mujeres entre los 19 y 25 años de edad (con excepción de dos casos): 12% de 19, 28% de 20, 28% de 21 años, 10% de 22, 12% de 23, 6% de 25 y 4% de más de 25. En cuanto su estado civil 92% estaban solteros, 4% en unión libre y 4% casados. De los entrevistados, sólo 2 tenían hijos.

Cuadro 17.
Cruce: Edad / sexo.

<i>Edad de los entrevistados..</i>	<i>Cantidad de entrevistados, de acuerdo a su edad y sexo.</i>		
	Hombre	Mujer	Total
19	1	5	6
20	2	12	14
21	6	8	14
22	2	3	5
23	1	5	6
25	2	1	3
Más de 25	2		2
Total	16	34	50

Gráfica 2.
Del cruce: Edad / sexo.



III. Recolección de información.

Fueron aplicados tres cuestionarios, dos de ellos como pruebas piloto para depurar el instrumento de recolección y el último fue la aplicación del cuestionario definitivo: la primera ocasión se entrevistó a diez estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México, la segunda a siete jóvenes de la misma casa de estudios en el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras y la tercera se aplicó el cuestionario a 27 estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en el *campus* CU. y a 23 de la Universidad del Tepeyac, al norte de la ciudad de México.

Las preguntas incluidas son abiertas como cerradas y se consideró la escala de Guttman para saber los diferentes niveles dentro de las respuestas de los entrevistados. Las preguntas giraron en torno a a) aspectos personales de los entrevistados, b) la obtención de información en noticiarios y programas de discusión política en televisión en canales

abiertos, c) los espacios de socialización de la información adquirida en los medios y programas antes mencionados, d) la situación del nivel de educación de los familiares del entrevistado, e) la situación económica del estudiante, y f) la preferencia electoral por medio de la pregunta de "por cuál partido votaría para el 2006".

De 28 preguntas, formuladas en siete páginas, 17 son cerradas compuestas por 12 donde se presentaban más de dos posibles respuestas, pero no siempre se podía responder con más de dos contestaciones. Entre las 11 preguntas abiertas 5 contaban con posibles resultados y por tanto eran dirigidas. Se realizaron 3 preguntas de identificación del entrevistado (sexo y edad)¹³²; 7 sobre su situación cultural (relación con los medios de comunicación y antecedentes culturales: escolaridad del estudiante como de sus padres y abuelos)¹³³; 13 referentes a su capital económico (si tiene hijos o no; lugar donde vive; lugar donde cursó anteriormente sus estudios; su calificación sobre la seguridad en diferentes espacios y; la circunstancia laboral de los interrogados y de los padres)¹³⁴; 4 respecto a su capital social (personas con quienes comenta los noticiarios)¹³⁵ y; 2 acerca de las preferencias electorales de los estudiantes para los comicios electorales federales de 2006¹³⁶. En cuanto al lugar donde el interrogado realizó sus estudios, pregunta 19 de la batería de preguntas, se contabilizó entre las respectivas a los aspectos económicos y culturales porque ésta aporta información sobre ambos; por ese motivo la suma del enlistado reportado en este párrafo no resulta de 28 sino 29 preguntas.

¹³² Preguntas 1, 2 y 3.

¹³³ Preguntas 5, 6, 9, 10, 13, 17, y 19.

¹³⁴ Preguntas 4, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 23, 24, 25, 26, 27 y 28.

¹³⁵ Preguntas 7, 8, 11 y 12.

¹³⁶ Preguntas 21 y 22.

Originalmente no sólo se interrogaba sobre canales y noticiarios de televisión abierta, sino también sobre estaciones y programas noticiosos en radio; asimismo se cuestionaba sobre la calificación que los entrevistados daban a la seguridad en la ciudad de México y por lo tanto al gobierno federal por su tratamiento de este aspecto. Sin embargo la información al ser analizada se hacía compleja en su manejo y llegó a ser un trabajo titánico que aportaba datos no tan útiles para nuestro fin, razón por la cual se desecharon estos aspectos.

IV. Procesamiento y análisis de datos.

Se realizó el vaciado de los resultados con ayuda del programa SPSS. En cuanto al análisis de los resultados se pretende hacer un estudio de contenido mediante cruces de variables para poder ver la relación entre las diversas variables y la interpretación de los resultados que nos permitió acercarnos al conocimiento de la preferencia electoral de los entrevistados.

Los cruces responden a los planteamientos de las hipótesis planteadas para este trabajo: se cruzaron los datos 1) de los jóvenes que prefirieron la continuación del PAN en el gobierno federal después de las elecciones de 2006, 2) de los que optaron por el retorno del PRI, 3) de aquellos favorables al ascenso del PRD a la presidencia, 4) de los entrevistados que prefirieron otro partido diferente al PAN, PRI o PRD frente al gobierno federal y, 5) de los indagados cuya decisión sería no votar por algún partido para los próximos comicios electorales, con a) su consumo de noticiarios en televisión, b) con respecto a su lugar de habitación en la

ciudad de México y lugar de estudio y, c) con el consumo de noticiarios en televisión abierta y con el espacio de socialización de la información adquirida en los mismos.

V. Presentación de resultados.

La información recabada, gracias a las entrevistas realizadas tanto en la Universidad del Tepeyac como en la UNAM, nos han permitido elaborarla y registrarla como datos sobre la preferencia por la continuación del PAN en el gobierno federal para el 2006 o la oposición a esta continuación con una preferencia por cualquier partido (o ninguno) para que llegue como nuevo gobierno a escala federal.

El interés de este trabajo no sólo es conocer la preferencia por un partido o por ninguno en las elecciones federales de 2006, sino apreciar y analizar el juego de aquellos elementos propios del capital cultural, económico y social del entrevistado que conforman esta tendencia a favor o en contra del actual partido en el gobierno federal.

De acuerdo con los pronósticos, de las características de los entrevistados que preferirían la continuación del "albiazul" para el 2006 en el gobierno federal, en la hipótesis de este trabajo, los resultados obtenidos no se alejan mucho de los aportados en estudios anteriores al presente. Conforme a estos trabajos se ha encontrado de manera general que por un lado, los panistas pertenecen a la clase media con un nivel educativo alto y que casi siempre ven los noticiarios por televisión y, por otro lado, que

la preferencia por el PRI ha decaído en los últimos años en el D. F. por el mismo aumento de nivel educativo¹³⁷.

¹³⁷ Las siguientes citas, sobre rasgos de los electores del PAN en las elecciones federales del 2000. Acerca del capital cultural, se toman las palabras de Raúl Trejo Delabre nos reporta que "En una investigación que también realizó *Reforma*, se constató que el 60% de los posibles votantes reconocían que se enteraban 'mucho' o 'algo' de las noticias a través de la televisión. Entre quienes dijeron que se enteraban 'mucho' por TV apenas el 8% eran posibles votantes de Cárdenas, el 37% de Labastida y el 53% dijeron ser simpatizantes de Vicente Fox.

(...)

En otras palabras, los votantes de Fox eran mucho más fieles a las noticias en televisión que cualquier otro candidato" (Trejo Delabre, Raúl, 2000: 395). Sin embargo, la relación entre el canal donde el entrevistado ve los noticiarios y el nombre del programa consultado, determinó si el capital cultural es mayor, medio o bajo. En el presente trabajo se contempló lo dicho en el párrafo anterior, que los seguidores del "albiazul" se enteran "mucho" por medio del televisor; sin embargo, en nuestro caso sólo se preguntó por los noticiarios a los que recurren para informarse de las noticias.

Referente al capital económico (relativo a la zona donde vive (ía) el entrevistado, en este mismo cuarto Capítulo, contamos con el dato aportado por Guadalupe Pacheco y la pérdida de votos "clientelares" en zonas del D. F., en las locaciones establecidas por la investigadora podría hallarse población favorable al "albiazul": "Por el contrario, en el D. F. existen otro tipo de distritos, donde se concentran las colonias de clases medias y altas, a menudo con mayor antigüedad en la ciudad, y con un promedio elevado de electores de nivel educativo medio y alto. Ahí la movilización clientelar del voto tiene menos peso, debido a las características sociales de sus habitantes; lo cual favorece la presencia del electorado panista. (Pacheco, Guadalupe, 2000: 207).

Sólo con el fin de ampliar la información sobre las suposiciones de los capitales cultural, económico y social de la población estudiada, con respecto al capital económico (referente al lugar donde se estudia la universidad) y relacionado al social en el Capítulo 2 Jaime Padilla nos reporta cómo, para él, los estudiantes de las universidades privadas tienden a comportarse comparados con aquellos que cursan sus estudios en una institución pública: "...los estudiantes de la universidad privada no comparten la preocupación de la universidad pública. De hecho, tampoco se comparten las preocupaciones dentro de una universidad privada en relación con lo que sucede en otra universidad privada

(...)

¿Por qué señalar esto?. Por lo que el autor retoma de Hirshman y O'Donnell, en el sentido de que la participación juvenil, aparentemente se funda en una vocación emotiva que el joven no puede hacer de lado y que, además, se explica como una necesidad de insertarse en el mundo social.

En ese escenario fragmentado, ¿qué pasa con la necesidad de participación política de los jóvenes universitarios?: ¿por qué esa participación política es mucho más discreta, silenciosa, callada, casi nula en las universidades privadas?. La respuesta está en el mismo texto; las universidades privadas, sin duda, ofrecen a los estudiantes una mayor posibilidad, casi una garantía de inserción social" (Padilla Herrera, Jaime Arturo, 1996: 40). Acerca del capital social los datos brindados por Alejandro Moreno (de una encuesta nacional de 2000) y no citados en este apartado cuarto, sobre la relación de hijos con padres con similares o diferentes preferencias electorales, es útil para comprender la importancia de este aspecto en la formación de la preferencia electoral de un individuo, sobre todo si se trata de la influencia de un progenitor sobre sus descendientes:

1) En el caso del PRI, se declararon como muy priistas el 29% de los padres muy priistas y el 23% como algo priistas cuando sus padres eran muy priistas; se decían algo priistas el 23% de los hijos de padres algo priistas y el 39% de los descendientes de algo priistas;

2) Para el caso del PRD, el 50% de los hijos declarados como muy perredistas tenían padres muy perredistas y el 0% se ubicó como algo perredistas si los padres eran muy perredistas; 0% se denominó como algo perredista cuando los progenitores eran algo perredistas y 44% se localizó como algo perredista si sus padres eran algo perredistas y;

3) En cuanto al caso de los panistas se consideraron muy panistas el 17% de hijos de padres muy panistas y 13% de progenitores algo panistas; 33% se caracterizó como algo panista cuando sus padres eran muy panistas y 23% si los padres eran algo panistas (Moreno, Alejandro, 2003: 56).

Consideramos, asimismo, que el análisis de la información recabada no sólo aporta información referente a la preferencia por un determinado partido, o ninguno, para el gobierno federal en el 2006, sino que además vincula aspectos personales de los entrevistados con sus estimaciones para dentro de dos años.

El análisis se refiere a la posibilidad de la continuación o la destitución del PAN en la elección federal de 2006 de acuerdo con el orden en que se plantearon los pronósticos referentes a los capitales cultural, económico y social de los entrevistados favorables a la continuación del “blanquiazul” en la presidencia para dentro de dos años en las hipótesis, es decir, relacionando la preferencia por el PAN con 1) un consumo menor de información a través de la televisión a través de noticiarios; 2) su lugar donde vive y de estudio, determinando su pertenencia a la clase media y; 3) las personas con quienes comenta el estudiante la información obtenida en los noticiarios transmitidos por televisión abierta, ubicando esta socialización como baja.

Hacemos mención de estudios como los de Alejandro Moreno, Guadalupe Pacheco, Raúl Trejo Delabre, que sirvieron como antecedentes útiles para corroborar la información obtenida mediante el cuestionario aplicado. En el caso de la valoración del capital económico de los entrevistados, gracias a la ubicación de su casa, recurrimos a los estudios mercadológicos de la ciudad de México realizados por el BIMSA en 1998.

4.2. *VOTACIÓN EN EL 2006: CONTINUIDAD O INTERRUPCIÓN DEL GOBIERNO FEDERAL DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.*

El cuestionario que se aplicó para el presente trabajo; pretende ser un acercamiento a un posible panorama electoral para el 2006 donde el planteamiento más importante fue: "Si hoy fuera 2006 y se llevaran a cabo elecciones presidenciales, indica el partido por el que votarías". Se dieron a elegir como preferencias electorales la continuidad del PAN en el gobierno federal; elegir otro partido entre el Partido Revolucionario Institucional y el Partido de la Revolución Democrática; seleccionar a los partidos considerados como nuevos y que se les denominó como "Otros", entre ellos encontramos al Partido Convergencia por la Democracia, Partido Alianza Social y al Partido Verde Ecologista y; también se dio espacio a la opción "ninguno", para considerar a los encuestados que no darían su voto a alguno de los partidos mencionados.

De los cincuenta entrevistados, 21 dijeron que no votarían por ningún partido, es decir el 42%; el partido con mayor preferencia fue el Partido Acción Nacional con 22%, como segunda preferencia quedó el Partido de la Revolución Democrática con 18%, la tercera preferencia la obtuvo el grupo de "Otro" con 12%, y la cuarta preferencia fue para el Partido Revolucionario Institucional con 6%. La posible continuidad o no del "albiazul" es un pronóstico que no se puede remitir sólo al juego con el "voto volátil" de los jóvenes¹³⁸, entran en juego diferentes circunstancias como se verifica en los resultados de las elecciones del 6 de julio de 2003

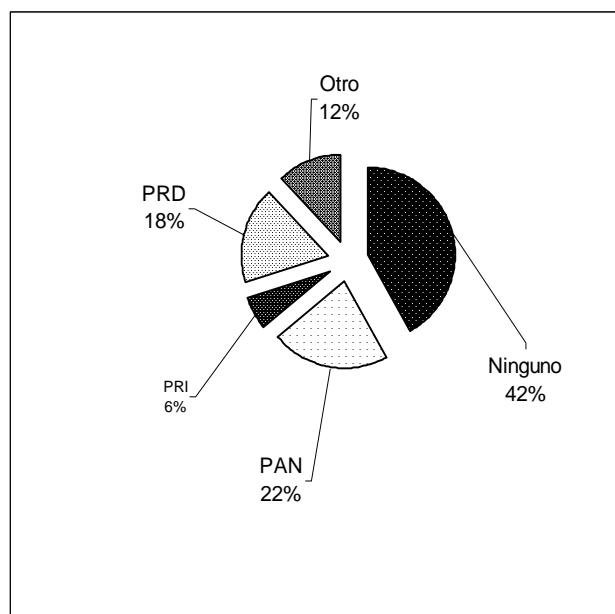
¹³⁸ Véase la explicación sobre el "Voto volátil" en "2.2. Las elecciones presidenciales en México de 2000 y los jóvenes".

donde se constató el poder del PRI en el país; de 55 millones 977 mil 274 mexicanos, 57.42% está gobernado por el “tricolor” y 22% por el “albiazul”, este factor parece condicionar numéricamente la continuidad del “blanquiazul” en la presidencia.

Cuadro 18.
Por cuál opción votaría para las elecciones federales de 2006.

<i>Partido.</i>	<i>Frecuencia y porcentaje de entrevistados que votarían por PAN, PRI, PRD, otro o ninguno de ellos en las elecciones federales de 2006.</i>	
	Frecuencia	Porcentaje
Ninguno	21	42
Partido Acción Nacional	11	22
Partido Revolucionario Institucional	3	6
Partido de la Revolución Democrática	9	18
Otro	6	12
Total	50	100

Gráfica 3.
Por cuál opción votaría para las elecciones federales de 2006.



Las siguientes cifras extraídas del periódico *Reforma*¹³⁹ nos reportan la importancia del “tricolor” como partido gobernante en nuestro país: En México habemos 97 millones 483 mil 412 habitantes, de éstos 55 millones

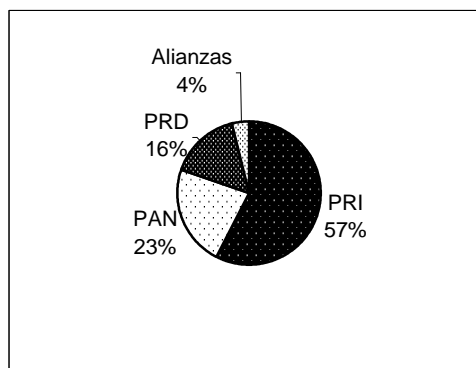
¹³⁹ “Mantiene PRI su influencia”, *Reforma*, 13 de julio de 2003, pp. 12.

977 mil 274 son gobernados por el PRI, el PAN gobierna a 22 millones 254 mil 043 mexicanos, 15 millones 331 mil 203 de habitantes son gobernados a su vez por el PRD y bajo la fórmula de alianzas son gobernados 3 millones 920 mil 892 connacionales. En el caso del DF con 8 millones 605 mil 239 habitantes (repartidos en 16 delegaciones) y con el c. Manuel López Obrador como partidista del PRD al frente del gobierno, el panorama favorece a este partido con 13 delegaciones bajo su gobierno, es decir, 7 millones 795 mil 349 capitalinos gobernados por el partido del "sol azteca"; 2 delegaciones están bajo el poder del "albiazul" (713 mil 118 habitantes); y 1 delegación para el PRI con 96 mil 773 habitantes (*Reforma*, 2003: 12). Tanto en el caso nacional como local, en la ciudad, de México el PAN ha quedado como la segunda fuerza de gobierno.

Cuadro 19.
Cantidad de mexicanos gobernados por partidos a partir de julio de 2003.

Partido.	Cantidad de mexicanos gobernados por el PRI, PAN, PRD o alianzas a partir de 2003.	
	Cantidad	Porcentaje
PRI	55'977,274	57.42%
PAN	22'254,043	22.82%
PRD	15'331,203	15.72%
Alianzas	3'920,892	4.02%
Total	97'483,412	99.98%

Gráfica 4.
Cantidad de mexicanos gobernados por partidos a partir de julio de 2003.



Asimismo es de remarcar el abstencionismo, que para estas elecciones¹⁴⁰ fue del 60% en promedio; la cual se manifestó como muy similar en los resultados de la aplicación del cuestionario entre los jóvenes entrevistados. Sin embargo, y aunque se ha especulado bastante sobre la razón de esta cifra al momento de la emisión de los votos, la investigadora María de las Heras, en el programa radiofónico *Radio Red*, en su sección de mesa política del día 7 de julio de 2003 explicaba que es común la baja participación en elecciones intermedias y que los sufragios provenían en estas contiendas a aquellos electores de “voto duro”.

Fuera de que la aplicación del cuestionario se realizó en tiempo no electoral (diciembre de 2002), los datos obtenidos sólo reportan la vinculación de ciertas características de los entrevistados (capital cultural, económico y social) con su preferencia electoral para el 2006. Aunque no son definitorios los resultados de esta investigación para pronosticar el panorama electoral entre la población analizada, al relacionar éstos con los productos de estudios realizados con anterioridad al presente, sí nos acercan a la comprensión de la formación de las preferencias electorales.

A continuación se hará mención de las cinco posibilidades de voto expresado por los entrevistados y más adelante se establecerán las características que se rastrearon entre los encuestados, rasgos determinados por el capital cultural, económico y social de los mismos.

Las opciones de voto propuestas se orientan a que los jóvenes encuestados prefieren: 1) la continuidad del PAN en el gobierno federal, 2)

¹⁴⁰ Es decir, en las elecciones del 6 de julio de 2003.

el retorno del PRI en el poder federal, 3) darle la oportunidad al PRD de gobernar por primera vez a escala federal, 4) otros partidos en el poder federal para el 2006 y 5) no votar por algún partido presentado como opción.

Los índices en el cuestionario referentes al capital cultural son: a) los canales de televisión que ve el encuestado y b) la capacidad del joven cuestionado para recordar los nombres de los noticiarios y la relación con los canales de televisión abiertos que se mencionaron como fuentes de información. La información recogida nos permitió valorar, mediante su análisis, 1.- La vinculación de la elección por un tipo de voto con la preferencia por uno o varios canal (es) de televisión y 2.- identificar circunstancias que, en el enlace de estas dos variantes, nos posibilitó inferir la manera en que los encuestados ven estos canales de televisión.

Los índices para rastrear entre los entrevistados su capital económico fueron valorados de acuerdo con a) el lugar donde se encuentra (ba) la vivienda del joven encuestado y b) el centro educativo donde el joven cursa (ba) sus estudios universitarios: particular o federal. Los datos obtenidos nos permitieron saber 1.- si la ubicación de las casas donde habitan (ban) los encuestados, de acuerdo con su situación económica como la determina el mapa BIMSA¹⁴¹, tiene relación con su preferencia de voto y 2.- El vínculo entre el hecho de estudiar en un centro

¹⁴¹ Como se mencionó anteriormente, no se preguntó por los ingresos de los entrevistados sino por el lugar donde viven (ían), a partir de esa información y la relación de ingresos con zonas de la ciudad de México de BIMSA, se determinaron los ingresos de los interrogados. Ciertamente era mejor haber indagado concretamente por los ingresos de cada individuo y no apegarnos a los estudios de ingresos promedio por zonas de la metrópoli, sin embargo, fue la forma de contar con un acercamiento a este aspecto en la investigación del capital económico del estudiante intervenido.

universitario privado o federal y la elección por uno de los votos propuestos en el cuestionario de la encuesta.

Referente al capital social, se prestó atención a dos momentos de la socialización de la información: a) los canales de televisión abierta y los noticiarios que ve el encuestado (cfr. análisis del capital cultural) y, como segundo, nos interesó saber b) con quiénes comenta el encuestado más la información adquirida en el medio anteriormente mencionado: padres de familia, hermanos, pareja, amigos o con gente ajena a estos vínculos. Los resultados permitieron saber la relación del tipo de voto a emitir para el 2006 para el gobierno federal por parte de los encuestados y los espacios de socialización de la información adquirida en la televisión.

4.2.1 CAPITAL CULTURAL: LOS NOTICIARIOS Y LAS PREFERENCIAS ELECTORALES.

En este espacio del apartado de análisis de la información recogida durante la aplicación de la encuesta, nos centramos en dos aspectos, 1.- cuáles canales abiertos de televisión ve el entrevistado y 2.- cómo ve el encuestado estos canales de televisión. Como se podrá apreciar más adelante, la relación entre los canales que se usan para ver noticiarios tiene que ver con los canales que consultan los electores que prefieren o no un determinado partido. De acuerdo con los trabajos de Raúl Trejo Delabre, durante la campaña para las elecciones del 2 de julio de 2000, los canales más solicitados para comprar espacios publicitarios por parte de los partidos políticos, aunque no específicamente por el "blanquiazul", fueron el 13 de T.V. Azteca y el 2 de Televisa. Como los resultados de la contienda

del 2000 fueron favorables para el PAN, de ahí se determinó que los sufragantes que favorecieron al “blanquiazul” frecuentaron esos dos canales de televisión, es decir, se relacionó mayor consumo de medios con mayor cantidad de electores favorables al partido ganador (este planteamiento se verificó con los resultados del análisis de datos del cuestionario aplicado para este trabajo).

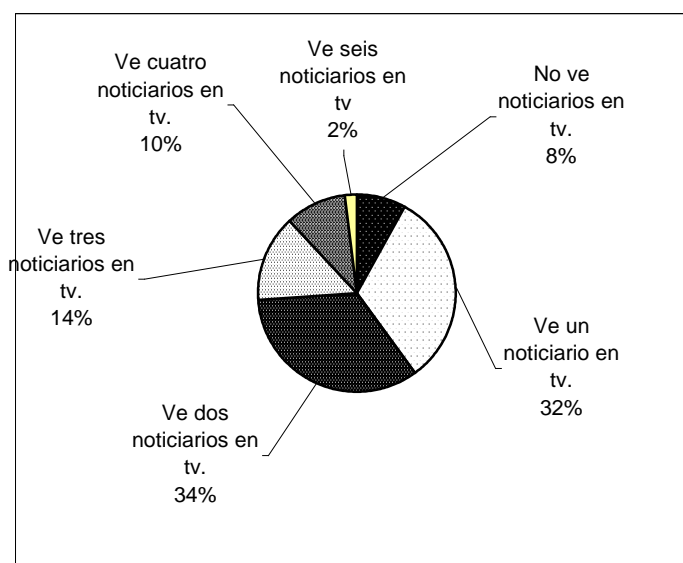
La manera de ver los canales de televisión por parte de los entrevistados nos da indicios sobre la credibilidad o no en los mismos. Se supuso que si sólo se ve uno o dos canales de televisión sin recurrir a otro, la credibilidad es mayor, si se ven más de tres, entonces la credibilidad en los medios se pone en juicio. A mayor cantidad de canales que se ven es mayor la inquietud de los entrevistados sobre lo visto en los canales televisivos. La memorización de los noticiarios que se ven en un canal de televisión no es reflejo de un vínculo muy estrecho con el canal o no, sólo nos habla de la atención o distracción con la que se ve dicho programa televisivo.

Los porcentajes de entrevistados que veían uno o dos noticiarios abarcan el 66% del total de los cincuenta encuestados, el resto aceptó ver de tres a cuatro noticiarios o simplemente no ver ninguno. En el caso del cruce de datos relacionados con la preferencia electoral y la cantidad de noticiarios vistos en la televisión, en canales abiertos, los panistas tienen la cifra más alta con 11 personas que ven noticiarios por televisión, sin embargo la mayoría sólo ven un noticiario para informarse de los acontecimientos diarios, tres de éstos jóvenes recurren a dos programas para tal fin.

Cuadro 20.
Cantidad de noticiarios que ven en televisión.

<i>Cantidad de noticiarios.</i>	<i>Frecuencia y porcentaje de entrevistados que ven de uno a seis noticiarios o que no ven ninguno.</i>	
	Frecuencia	Porcentaje
no ve noticiarios en tv	4	8%
ve un noticiario en tv	16	32%
ve dos noticiarios en tv	17	34%
ve tres noticiarios en tv	7	14%
ve cuatro noticiarios en tv	5	10%
ve seis noticiarios en tv	1	2%
Total	50	100%

Gráfica 5.
Cantidad de noticiarios que se ven los entrevistados en televisión.



El autor de *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, Televisión y elecciones*, Raúl Trejo Delabre señaló al respecto:

En una investigación que también realizó *Reforma*, se constató que el 60% de los posibles votantes reconocían que se enteraban 'mucho' o 'algo' de las noticias a través de la televisión. Entre quienes dijeron que se enteraban 'mucho' por TV apenas el 8% eran posibles votantes de Cárdenas, el 37% de Labastida y el 53% dijeron ser simpatizantes de Vicente Fox.
(...)

En otras palabras, los votantes de Fox eran mucho más fieles a las noticias en televisión que cualquier otro candidato (Trejo Delabre, Raúl, 2000: 395).

Aunque el canal más visto por los panistas es el 13, de acuerdo a los resultados del cruce de datos de este trabajo, se menciona con más frecuencia el noticiario de López Dóriga como medio para ver noticias, por ende la vinculación de los entrevistados con el noticiario sólo se aprecia por la memoria del canal, mas no por el nombre del programa.

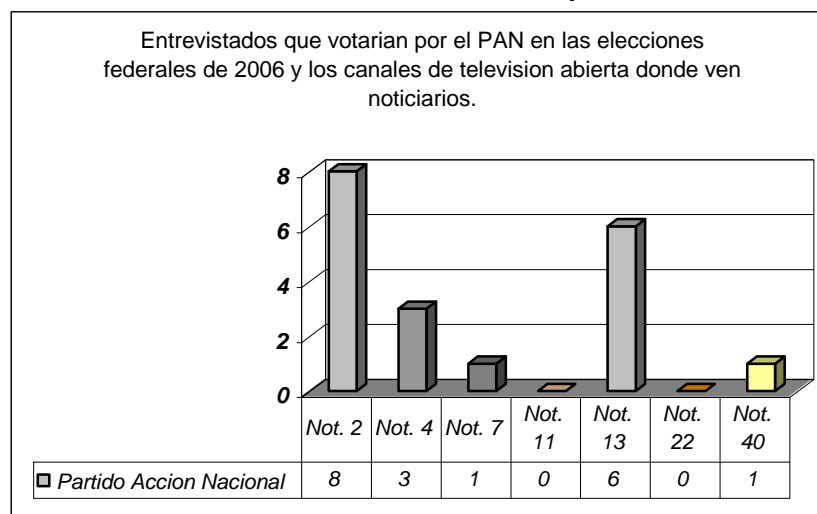
Cuadro 21.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.

Canal.	Número de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40
not. 2	8
not. 4	3
not.7	1
not. 11	0
not. 13	6
not. 22	0
not. 40	1

Gráfica 6.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.



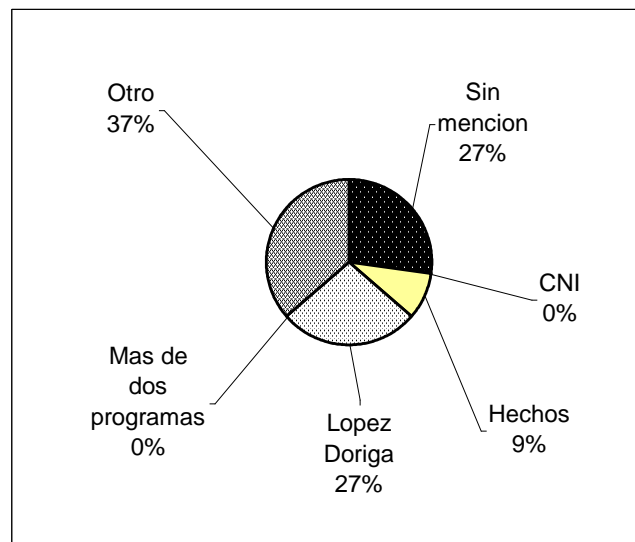
Cuadro 22.

Cantidad de entrevistados que votarían por la continuación del PAN en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.

<i>Programa.</i>	<i>Número de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 y que ven los noticiarios CNI, Hechos, de López Dóriga, ven más de dos de éstos, ven otro o no ven ninguno.</i>
Sin mención	3
CNI	0
Hechos	1
López Dóriga	3
Más de dos programas	0
Otro	4

Gráfica 7.

Cantidad de entrevistados que votarían por la continuación del PAN en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.



Sobre la importancia del canal 13 y del 2 sobre los demás, así como su empleo estratégico en la campaña del 2000 de Vicente Fox, Raúl Trejo Delabre reportó sobre el segundo debate como un evento que se transmitió en canales de segunda para no perder la presencia ganada en el debate anterior:

...visto por 7 millones 336 mil 201 ciudadanos en las transmisiones que hicieron los canales 7 y 9 de Televisa.

(...)

De cualquier manera se trata de una audiencia baja si se considera que el 2 de julio el padrón electoral reuniría a más de 50 millones de ciudadanos con derecho a votar.

(...)

La audiencia del debate no fue más alta, entre otras causas debido a la negativa de las empresas televisoras para transmitir en sus canales de mayor cobertura. El canal de Televisa con mayor audiencia es el 2, que según datos de esa empresa era sintonizado por el 40.6 % de los televidentes en todo el país. El canal 9 de esa misma empresa, tenía una audiencia del 11%. Según esa misma fuente, con datos de julio de 1998, el canal 13 de Televisión Azteca tenía el 11.7% de la audiencia nacional, en tanto que el canal 7, el 8.1%.

(...)

Al comenzar el año 2000, en el canal 2 un anuncio de 20 segundos a las 19 horas costaba 112 mil pesos, un anuncio de la misma duración, en el mismo horario tenía un precio de 18 mil 600 pesos en el canal 9. En Azteca al parecer las tarifas eran iguales en los canales 7 y 13 Trejo (Delabre, Raúl, 2000: 424 –425).

Es interesante observar cómo los panistas ven un programa de noticias mientras los perredistas recurren a dos o cuatro noticiarios para obtener información noticiosa, lo cual nos habla de una población más crítica, y menos crédula de lo dicho en los medios, bajo el supuesto expuesto anteriormente: si sólo se ve uno o dos canales de televisión sin recurrir a otro, la credibilidad es mayor, si se ven más de tres, entonces la credibilidad en los medios se pone en juicio. Los panistas se conforman, en cambio, con un solo medio del cual recuerdan con mayor atención el canal, pero no el nombre del programa.

Cuadro 23.

Partido por el que votaría en las elecciones federales del 2006 y cantidad de noticiarios que ve en televisión.

<i>Partido por el que votaría para el 2006.</i>	<i>Cantidad de noticiarios que ven los entrevistados de acuerdo con el partido por el que votaría en las elecciones federales de 2006.</i>					
	cero	uno	dos	tres	cuatro	seis
Ninguno	1	7	6	6		1
Partido Acción Nacional	1	6	3		1	
Partido de la Revolución Institucional		1	2			
Partido de la Revolución Democrática		1	4	1	3	
Otro	2	1	2		1	
Total	4	16	17	7	5	1

Cuadro 24.

Partido por el que votaría en las elecciones federales del 2006 y cantidad de noticiarios que ve en televisión.

<i>Partido por el que votaría para el 2006</i>	<i>Canal de televisión abierta y cantidad de entrevistados que ven noticiarios en ellos.</i>						
	not.2	not.4	not.7	not.11	not.13	not.22	not.40
Ninguno	12	3	4	6	9		12
Partido Acción Nacional	8	3	1		6		1
Partido Revolucionario Institucional	2	2			2		1
Partido de la Revolución Democrática	4	4	3	2	4	1	6
Otro	3		3	1	1		1
Total	29	12	11	9	22	1	21

Cuadro 25.

Programa de noticiario y partido por el que votarían los entrevistados en las elecciones federales del 2006.

<i>Programa de noticias.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que ven los noticiarios CNI, Hechos, de López Dóriga, más de dos programas, otro o no se menciona y el partido por los que votarían en las elecciones federales de 2006.</i>					
	Ninguno	Partido Acción Nacional	Partido Revolucionario Institucional	Partido de la Revolución Democrática	Otro	Total
Sin mención	6	3		1	3	13
CNI	2					2
Hechos	1	1				2
López Dóriga		3			1	4
más de dos programas	3		1	4		8
otro	9	4	2	4	2	21
	21	11	3	9	6	50

De los tres electores que elegirían al PRI para continuar en el poder federal después de las elecciones federales de 2006, dos ven dos noticiarios y uno sólo un noticiario; en dicha elección se observa la preferencia por la empresa Televisa y después por T.V. Azteca. Ninguno mencionó el nombre del noticiario que veía.

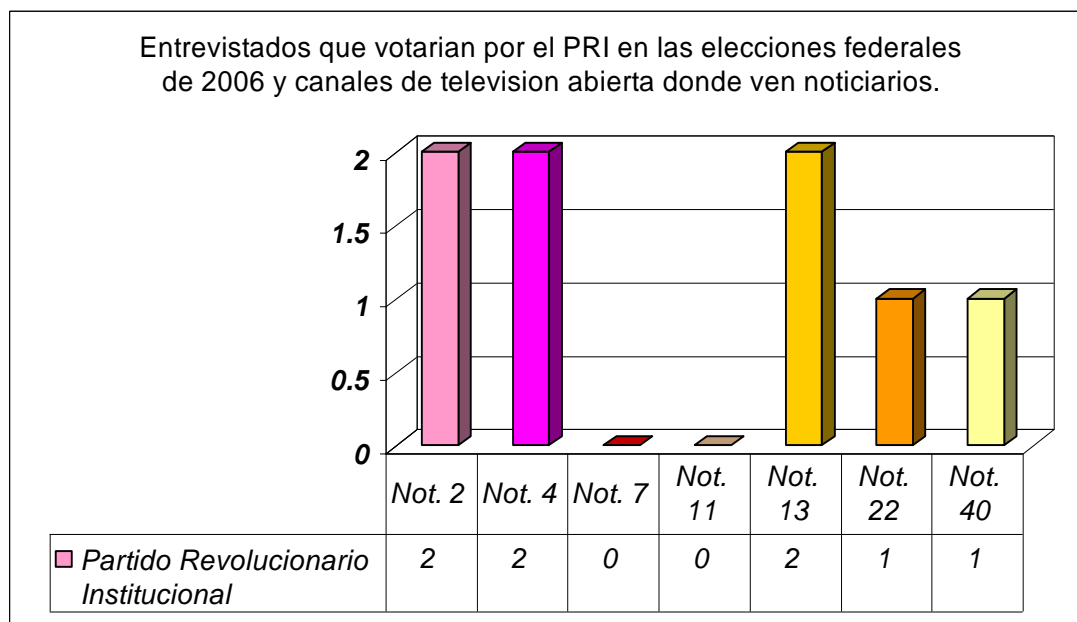
Cuadro 26.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.

<i>Canal.</i>	<i>Número de Entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40.</i>
not. 2	2
not. 4	2
not.7	0
not. 11	0
not. 13	2
not. 22	0
not. 40	1

Gráfica 8.

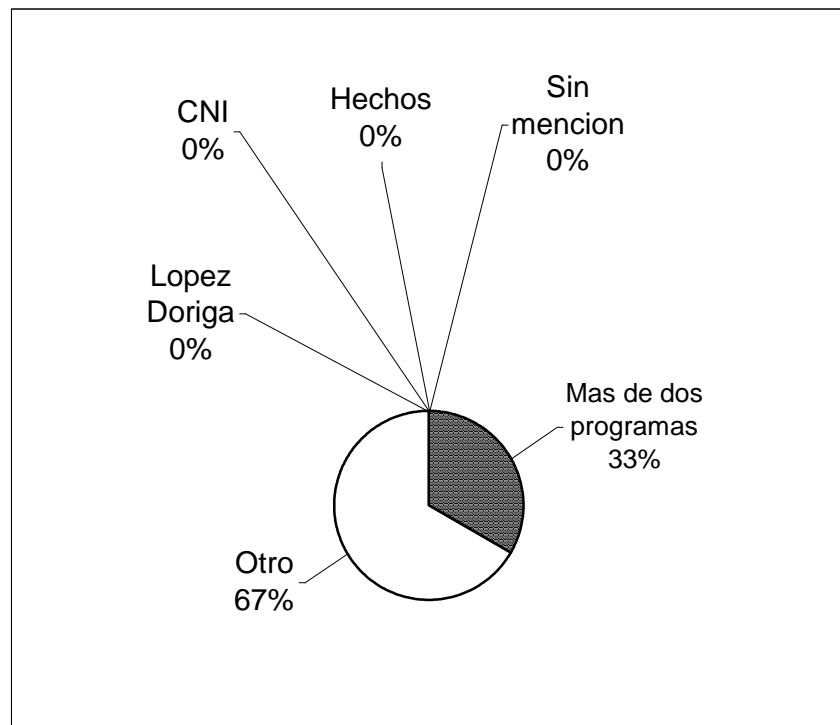
Cantidad de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.



Cuadro 27.
Cantidad de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.

<i>Programa.</i>	<i>Número de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006 y que ven los noticiarios CNI, Hechos, de López Dóriga, más de dos, otro o se menciona.</i>
Sin mención	0
CNI	0
Hechos	0
López Dóriga	0
Más de dos programas	1
Otro	2

Gráfica 9.
Cantidad de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.



Entre los nueve jóvenes que apoyarían para el 2006 al partido del “sol azteca”, cuatro ven dos canales de televisión, tres ven cuatro canales y dos ven uno y tres canales; estos entrevistados frecuentan canales con rating no considerado alto, como lo reportó Delabre en su apreciación en la contratación de canales para la emisión del segundo debate durante la campaña para el 2 de julio de 2000, a excepción del caso del canal 22. Ninguno mencionó el nombre de algún programa.

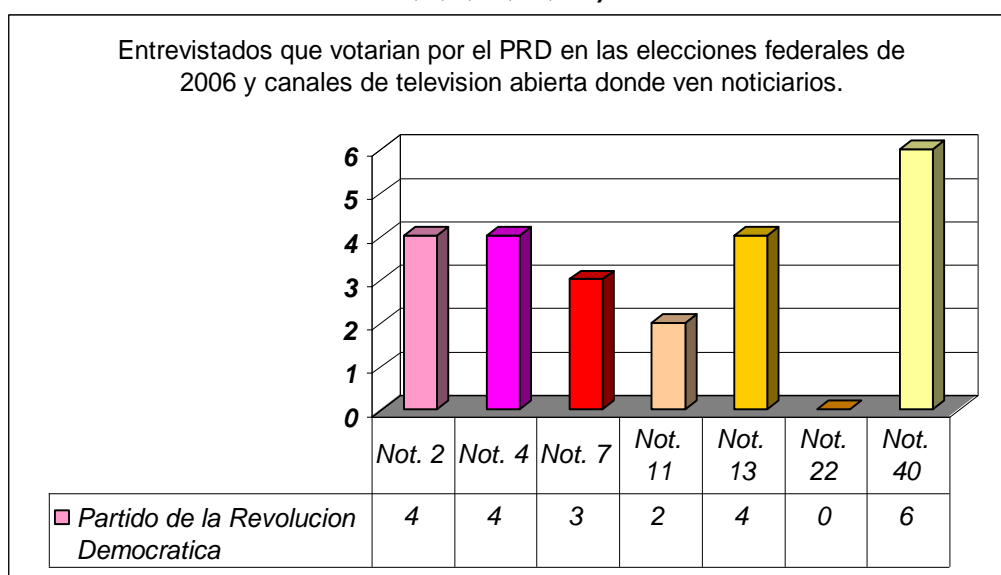
Cuadro 28.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.

<i>Canal.</i>	<i>Número de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40.</i>
not. 2	4
not. 4	4
not.7	3
not. 11	2
not. 13	4
not. 22	1
not. 40	6

Gráfica 10.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.



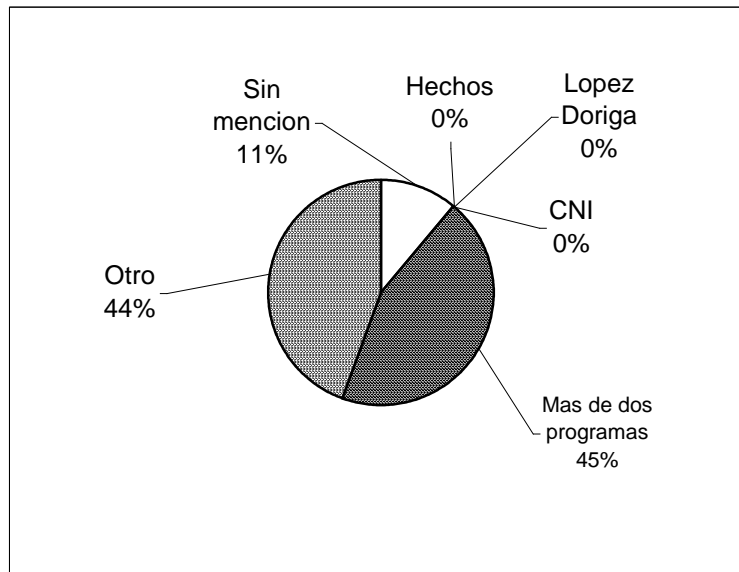
Cuadro 29.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.

<i>Noticiero.</i>	<i>Número de Entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven los noticiarios CNI, Hechos, de López Dóriga, más de dos, otro o no se menciona.</i>
Sin mención	1
CNI	0
Hechos	0
López Dóriga	0
Más de dos programas	4
Otro	4

Gráfica 11.

Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.



Referente a los que optarían por otros partidos, 6 en total, dos ven dos noticiarios, otros dos no ven ninguno, y uno acude a un solo noticiarios y otro a cuatro.

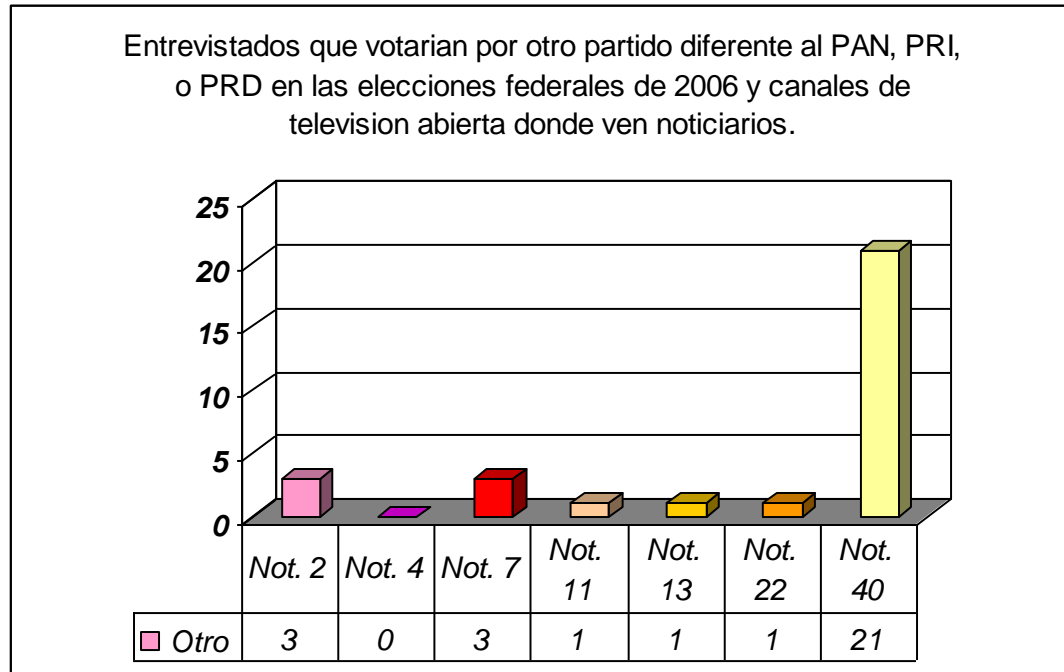
Cuadro 30.

Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.

<i>Canal.</i>	<i>Número de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40.</i>
not. 2	3
not. 4	0
not.7	3
not. 11	1
not. 13	1
not. 22	0
not. 40	1

Gráfica 12.

Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.



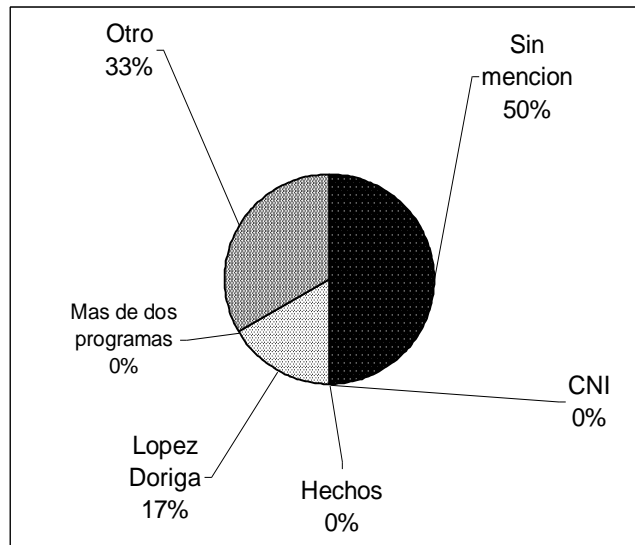
Cuadro 31.

Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.

<i>Noticiario.</i>	<i>Número de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006 y que ven los noticiarios CNI, Hechos, de López Dóriga, más de dos, otro o no se menciona.</i>
Sin mención	3
CNI	0
Hechos	0
López Dóriga	1
Más de dos programas	0
Otro	2

Gráfica 13.

Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.



De los 21 encuestados que declararon que no votarían por ningún partido para el 2006, siete dijeron ver un noticiario, seis mencionaron dos y tres noticiarios, uno recurre a seis y otro a ninguno.

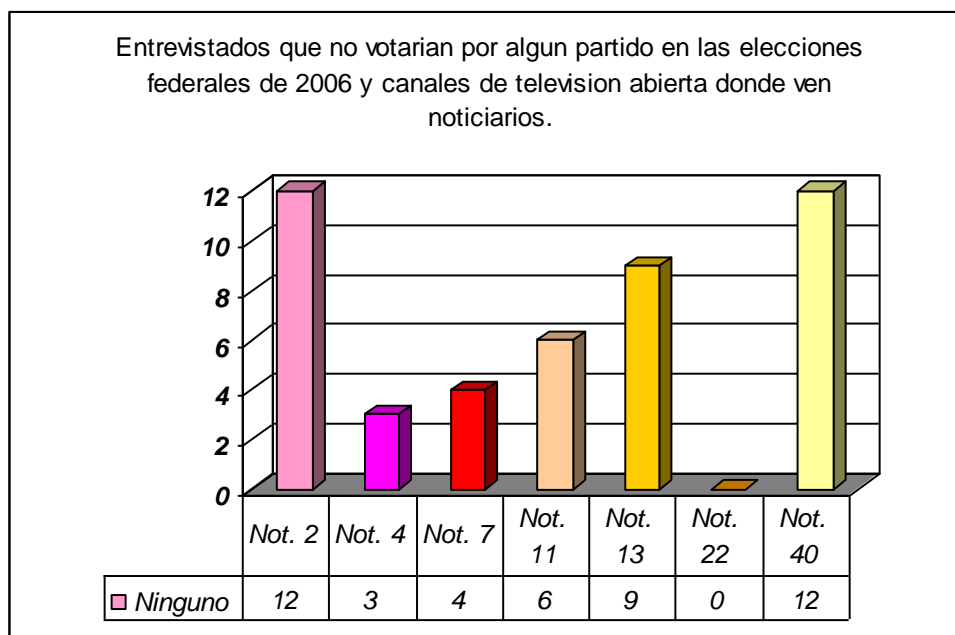
Cuadro 32.

Cantidad de entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.

<i>Canal.</i>	<i>Número de entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40.</i>
not. 2	12
not. 4	3
not.7	4
not. 11	6
not. 13	9
not. 22	0
not. 40	12

Gráfica 14.

Cantidad de entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006 y que ven noticiarios en los canales 2, 4, 7, 11, 13, 22 y 40 de la televisión abierta.



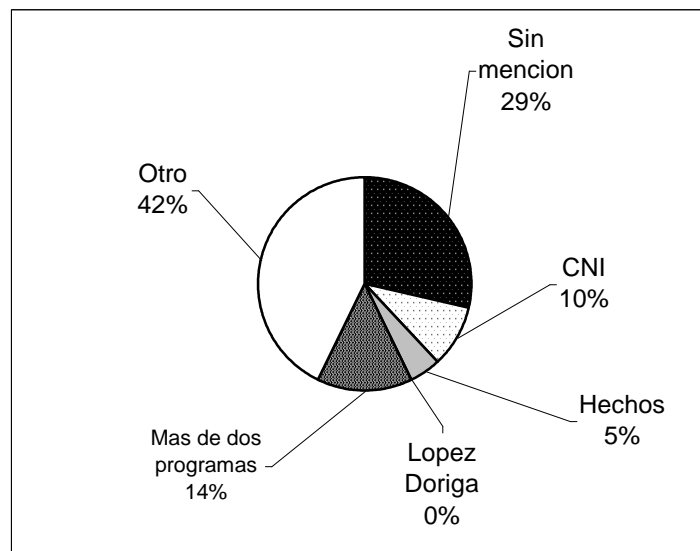
Cuadro 33.

Cantidad de entrevistados no votarían por algún partido en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.

<i>Noticiario.</i>	<i>Número de entrevistados que no votarían por ningún partido en las elecciones federales de 2006 y que ven los noticiarios CNI, Hechos de López Dóriga, más de dos, otro o no se menciona.</i>
Sin mención	6
CNI	2
Hechos	1
López Dóriga	0
Más de dos programas	3
Otro	9

Gráfica 15.

Cantidad de entrevistados no votarían por algún partido en las elecciones federales del 2006 y que ven CNI, Hechos, López Dóriga.

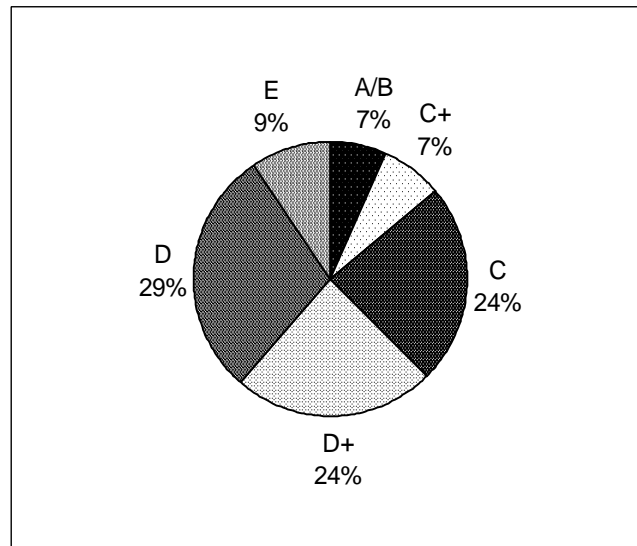


4.2.2. CAPITAL ECONÓMICO: CENTRO DE ESTUDIO, UBICACIÓN DE VIVIENDA Y PREFERENCIA ELECTORAL.

La categorización de las zonas habitadas por los entrevistados se realizó con base a la información proporcionada por el mapa BIMSA; de acuerdo con las investigaciones de esta empresa, para 1998 de 16'064,340 habitantes en la ciudad de México los pertenecientes a la categoría A/B eran 1'050,380 (6.54% de la población), de la C+ 1'190,640 (7.41%), en la C se encontraban 3'784,721 capitalinos (23.57%), en la D+ 3'832,083 (23.85%), para el rango D se hallaban 4'694,108 (29.22%), y en el E se contaron 1'512,408 correspondientes al 9.41% del total.

Gráfica 16.

Relación de zonas económicas, designadas por BIMSA, y cantidad en porcentajes de habitantes de la ciudad de México.



Las asignaciones de las categorías se determinaron con respecto a con los ingresos promedio de los habitantes de cada zona. En la zona determinada como A/B los ingresos son mayores de \$50,000 pesos

mensuales; para el rango C+ van de los \$21,000 a los 49,000; en el nivel C se encuentran entre los \$6,000 y \$20,000; para el D+ se consideran mensualmente \$4,000 a 5,000; en el estrato D se registraron como entradas mensuales de \$1,500 a \$3,000 pesos; y en la última categoría, la E, los ingresos son menores a \$1500 pesos.

Cuadro 34.
Ingresos conforme a la zonificación económica de BIMSA.

<i>Zona económica</i>	<i>Cantidad de dinero de ingresos por zona de acuerdo a lo estipulado por BIMSA.</i>
A/B	\$50,000
C+	\$21,000 - \$49,000
C	\$6,000 - \$20,000
D+	\$4,000 - \$5,000
D	\$1,500 - \$3,000
E	\$1,500

Cuadro 35.
Cruce: Partido por el que se votaría en las elecciones federales de 2006 / zona económica donde habita (ba) el entrevistado.

<i>Partido por el que votarían los entrevistados en las elecciones federales de 2006.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que viven (ían) en las zonas económicas D, D+, C, C+ y A/B.</i>					
Partido por el que votaría en 2006	Zona económica					
	D	D+	C	C+	A/B	Total
Convergencia por la Democracia			1			1
Partido Acción Nacional		2	3	1	2	8
Partido Alianza Social		2				2
Partido de la Revolución Democrática	1	4	1		2	8
Partido Revolucionario Institucional		1	1			2
Partido Verde Ecologista		1	2			3
Ninguno		11	4	3		18
Total	1	21	12	4	4	42

Los once jóvenes que votarían por el PAN para las elecciones por el gobierno federal en el 2006, de acuerdo con el mapa mercadológico de BIMSA, viven (ían) entre la zona D+ a la A/B, donde su mayor presencia se

ubica entre el D+ y el C. Tres de los entrevistados no mencionaron su lugar de habitación. De los estudiantes que sí refirieron la colonia donde vivían, dos lo hacen (ían) en la colonia Lindavista catalogada como A/B; uno en Clavería tasada como C+; tres se localizan en colonias del tipo C: Viaducto Piedad, Progreso y Rinconada Coapa; y para terminar, dos de los entrevistados tienen (ían) sus casas en zonas determinadas como D+, Jorge Negrete y Viveros de Xalostoc.

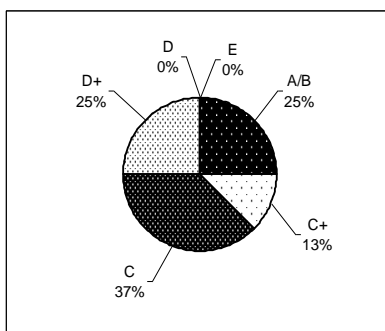
Cuadro 36.

Cruce: Colonias donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 / Cantidad de entrevistados que viven (ían) en ellas.

<i>Colonia donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que viven (ían) en las distintas colonias mencionadas por los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006.</i>
Sin mención	3
Clavería	1
Lindavista	2
Jorge Negrete	1
Viveros de Xalostoc	1
Viaducto Piedad	1
Progreso	1
Rinconada de Coapa	1
Total	11

Gráfica 17.

Del cruce: Colonias donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 / Cantidad de entrevistados que viven (ían) en ellas.



De acuerdo con los estudios de Guadalupe Pacheco al respecto, nos reporta que la ciudad de México tiene una conformación diferenciada por sus características históricas que han modificado a lo largo del tiempo

a las poblaciones que la habitan. Además agrega que el PRI fue perdiendo peso en el D. F. gracias a que el voto de ese partido se basa en la población con bajo nivel educativo y económico, situación que ahora en esta ciudad se ha modificado¹⁴².

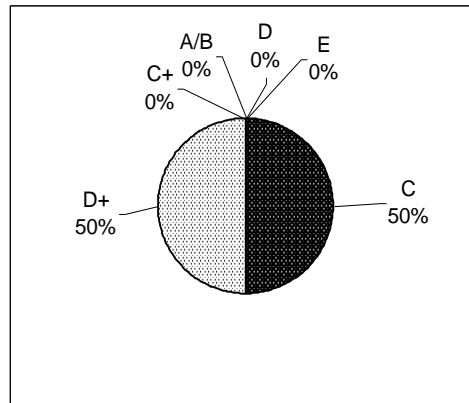
En cambio, las zonas marginadas, donde ha crecido la población gracias a la inmigración de otras partes de la República y todas las poblaciones aún ejidales, conforman el grosso del electorado propenso al clientelismo. Regresando al proceso cronológico de la urbanización de la ciudad capital, Guadalupe Pacheco escribió:

En el primer lugar está la ciudad central o interior que se expande y satura entre 1900 y 1930, constituida por las delegaciones Cuauhtémoc, Benito Juárez, Venustiano Carranza y Miguel Hidalgo; en seguida se desarrolló el primer anillo de conurbación entre 1930 y 1950, cuando la ciudad se expandió sobre las delegaciones Azcapotzalco, Gustavo A. Madero, Álvaro Obregón, Coyoacán, Iztapalapa e Iztacalco; está oleada continúa entre 1950 y 1970 con el segundo anillo de conurbación e incorpora a Tlalpan, Xochimilco y la Magdalena Contreras; sólo Cuajimalpa, Tláhuac y Milpa Alta mantienen un carácter rural, pero han registrado un proceso en marcha de conurbación (Pacheco, Guadalupe, 2000: 214).

Los jóvenes que preferirían al PAN en el 2006 en el gobierno federal se localizaron en zonas determinadas como C o D+ que en sus extremos los ingresos mensuales de esta población se encuentran entre los \$4,000 a los \$20,000 pesos. Como casos fuera del promedio de este grupo se encuentran dos entrevistados que habitan en zonas A/B, caso similar que el PRD, pero no en el del PRI.

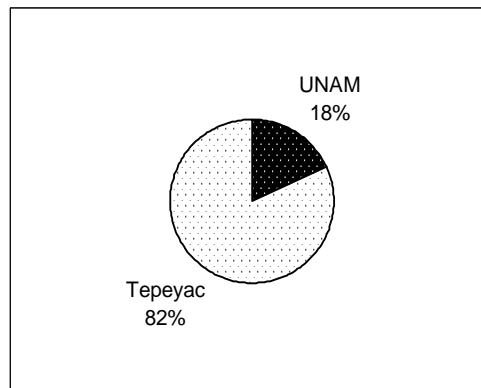
¹⁴² Por el contrario, en el D. F. existen otro tipo de distritos, donde se concentran las colonias de clases medias y altas, a menudo con mayor antigüedad en la ciudad, y con un promedio elevado de electores de nivel educativo medio y alto. Ahí la movilización clientelar del voto tiene menos peso, debido a las características sociales de sus habitantes; lo cual favorece la presencia del electorado panista (Pacheco, Guadalupe, 2000: 207).

Gráfica 18.
Zonas económicas donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006.



En cuanto al lugar de estudio del tipo de encuestados favorables al “albiazul”, 18% de los once hacen sus estudios en La Universidad del Tepeyac, (privada) y 18% en la UNAM (pública). Este último dato, sólo en cuanto a la inversión que se realiza en el área educativa, apoya también la información extraída de estudios anteriores sobre electores y sus características económicas, donde los panistas pertenecen a la clase media y clase media alta.

Gráfica 19.
Centro de estudio de los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006.



Referente a los tres encuestados que favorecerían el regreso del PRI en el poder federal para el 2006, éstos declararon vivir uno en una zona D+,

la colonia, Santa María Tultepec, con ingresos de \$4,000 a \$5,000 pesos mensuales y otro en zona C, Narvarte, con un monto de entre \$6,000 y \$20,000 pesos de ingresos mensuales; el tercer entrevistado no mencionó el lugar donde vive (ía).

Cuadro 37.

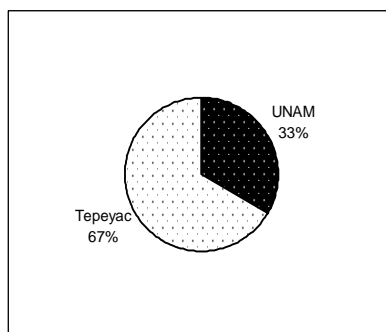
Cruce: Colonia donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006 / cantidad de entrevistados que viven (ían) en ellas.

<i>Colonia donde viven los entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que viven en las distintas colonias mencionadas por los entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006.</i>
Sin mención	1
Santa Ma. Tultepec	1
Narvarte	1
Total	3

Dos de los jóvenes que favorecerían al PRI en las próximas elecciones federales estudian (ban) la universidad en la "Universidad del Tepeyac" y uno en la "UNAM". Al contar sólo con tres entrevistados en este grupo, esta cifra sólo nos permite hacer la observación del hecho de que cursan sus estudios en una u otra institución sin que este aspecto sea determinante para precisar que los encuestados favorables al retorno del PRI al poder federal tiendan a estudiar en universidades privadas.

Gráfica 20.

Centro de estudio de los entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006.



Entre los nueve encuestados que votarían por el PRD para el gobierno federal en el 2006, cuatro viven (ían) en zonas económicas D+,

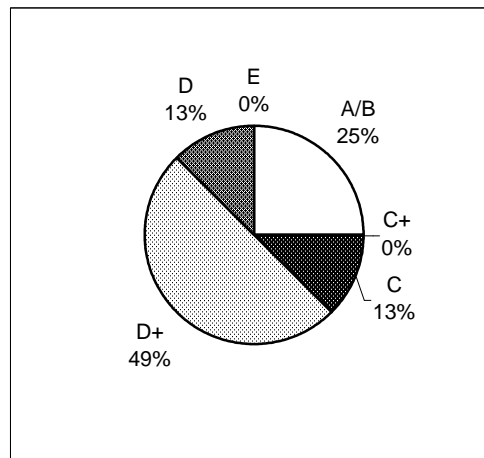
colonias San Juan Tláhuac, La Pradera, San Francisco Culhuacán y Santa Úrsula Coapa, con ingresos mensuales de \$4,000 a \$5,000 pesos; dos en A/B, en las colonias Campestre Churubusco y San Jerónimo, con \$50,000 pesos o más como ingreso mensual; uno en zona C, en la colonia Villa de las Flores, cuyo ingreso mensual estimado es de los \$6,000 a los \$20,000 pesos mensuales y; otro en zona D, en la colonia Jardines de Cerro Gordo, con ingresos mensuales de \$1,500 a \$3,000. Sólo uno no dijo donde vive (ía).

Cuadro 38.

Cruce: Colonia donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006 / cantidad de entrevistados que viven(ían) ellas.

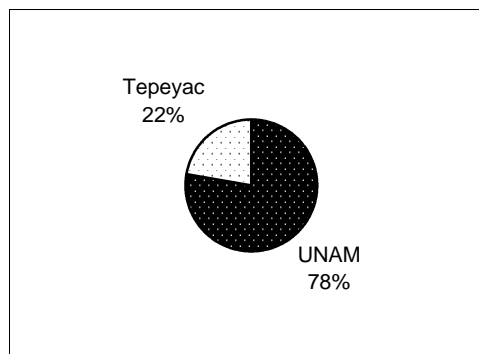
<i>Colonia donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que viven (ían) en las distintas colonias mencionadas por los entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006.</i>
Sin mención	1
Jardines de Cerro Gordo	1
Campestre Churubusco	1
San Juan Tlahuaca	1
La Pradera	1
San Jerónimo	1
Villa de las Flores	1
Sn Fco. Culhuacán	1
Progreso Nacional	1
Total	9

Gráfica 21.
Zonas económicas donde viven (ían) los entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006.



Los nueve jóvenes que apoyarían al partido del "sol azteca" realizan (ban) sus estudios universitarios repartidos de la siguiente forma: 78% lo hacen (ían) en la UNAM y 22% en la "Universidad del Tepeyac". La relación ingresos con lugar de estudios nos hace estimar que la mayoría de los encuestados favorables a darles la oportunidad en el 2006 al PRD para que gobierne a escala federal es una población que confía en una institución pública para estudiar la universidad, no obstante la pertenencia a este grupo de entrevistados aquellos cuyos ingresos los ubicarían entre la clase media y media alta.

Gráfica 22.
Centro de estudio de los entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006.



Los seis entrevistados que optarían por “Otro” partido para gobernar a escala federal viven (ían) repartidos en la zona D+, en las colonias Moctezuma, San Juan de Aragón y San Rafael, con ingresos mensuales entre los \$4,000 y \$5,000 pesos y C, en las colonias Industrial (dos de ellos) y Los Reyes Iztacala, cuyos ingresos mensuales fluctúan entre los \$6,000 y \$20,000 pesos.

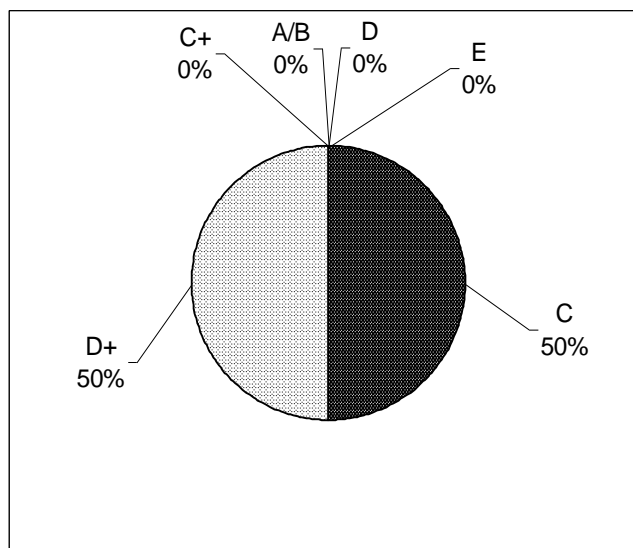
Cuadro 39.

Cruce: Colonia donde viven (ían) los entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006 / cantidad de entrevistados que viven (ían) ellas.

<i>Colonia donde viven (ían) los entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que viven (ían) en las distintas colonias mencionadas por los entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006.</i>
Industrial	2
Moctezuma	1
San Juan de Aragón	1
Los Reyes Iztacala	1
San Rafael	1
Total	6

Gráfica 23.

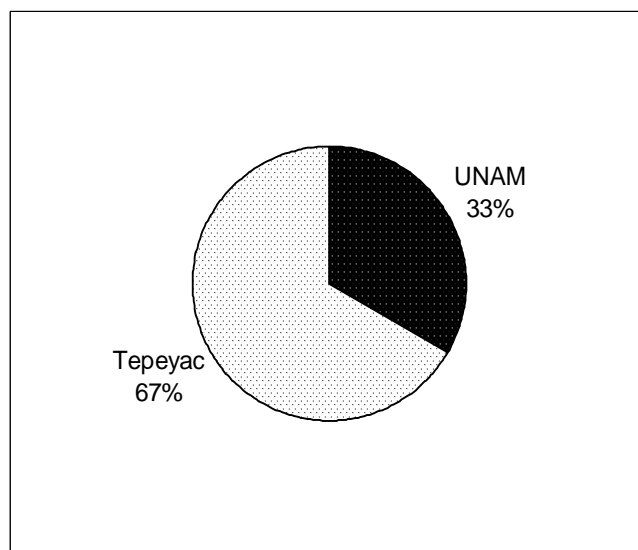
Zonas económicas donde viven (ían) los entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006.



Estos seis jóvenes entrevistados estudian (ban) su preparación universitaria distribuidos como sigue: 67% en la “Universidad del Tepeyac” y 33% en la “UNAM”. Considerando que tres de los encuestados pertenecientes al grupo de los que optarían por “Otro” partido en el gobierno federal para el 2006, tiene ingresos medios y otros tres se tasan como bajos, la elección de cuatro de ellos por estudiar en un centro universitario privado nos indicaría rechazo a estudiar en la “UNAM”.

Gráfica 24.

Centro de estudio de los entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006.



De los veintiún entrevistados que dijeron no preferir a ningún partido para el poder federal en el 2006, once viven (ían) en zona económica D+, cuatro en zona C, tres en la zona C+ y tres no dijeron donde vive (ía). Siendo el grupo más grande sólo mencionaremos que los ingresos de este grupo están entre los \$4,000 a los \$5,000 pesos en la zona D+, de \$6,000 a \$20,000 pesos en la C y de entre los \$21,000 a los \$49,000 pesos para la C+.

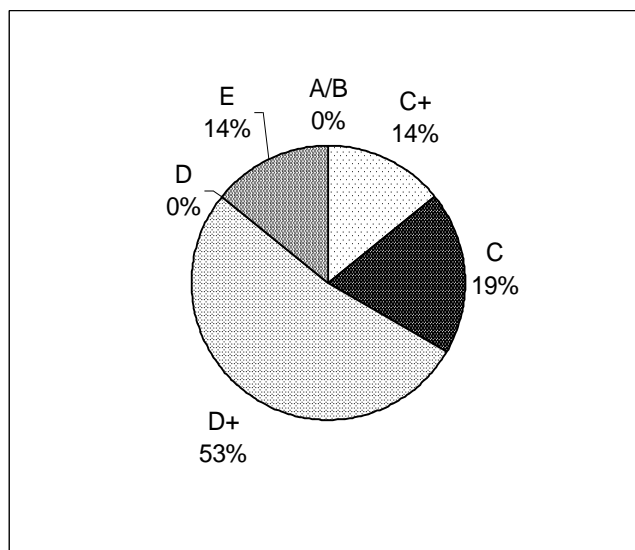
Cuadro 40.

Cruce: Colonia donde viven (ían) los entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006 / cantidad de entrevistados que viven (ían) ellas.

<i>Colonia donde viven (ían) los entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que viven (ían) en las distintas colonias mencionadas por los entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006.</i>
Sin mención	3
Presidente Ejidales	1
El Arenal	1
Escalera	1
Guadalupe Insurgentes	1
Vallejo	1
San Juan de Aragón	2
San Martín de Porres	1
Colonia Albert	1
Culhuacán IV	2
Santa Cruz Meyehualco	1
Amantla	1
Manuel Romero de Terreros	2
Héroes de Padierna	1
Pantitlán	1
Santa Ursula Coapa	1
Total	21

Gráfica 25.

Zonas económicas donde viven (ían) los entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006.

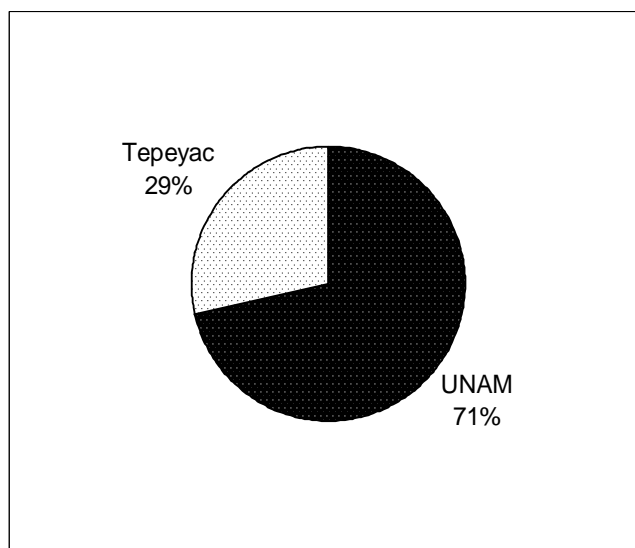


Estos veintiún encuestados, que no votarían por ningún partido para el 2006, están repartidos de la siguiente forma de acuerdo con el lugar

donde realizan (ban) sus estudios universitarios: 71% en la UNAM y 29% en la "Universidad del Tepeyac". Es interesante observar cómo es el grupo con mayores ingresos y que considera a la UNAM como un centro de estudios universitarios donde desarrollarse en la etapa de licenciatura.

Gráfica 26.

Centro de estudio de los entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006.



4.2.3 CAPITAL SOCIAL: COMENTARIOS DE NOTICIAS CON LA FAMILIA Y CON PERSONAS AJENAS A ÉSTA Y LA PREFERENCIA ELECTORAL.

En este aspecto se trataron las tres preferencias para comentar las noticias vistas en televisión. Si bien, Alejandro Moreno nos reportó a la televisión como el principal medio para obtener información sobre las campañas, resulta interesante vincular ese dato con la credibilidad en este medio entre los seguidores del ahora Presidente Vicente Fox:

Por ello, el mensaje de la campaña de Fox, que sostenía que "Ya ganamos, nos vemos el 2 de julio", pudo haber jugado un papel importante en difundir la creencia de que, efectivamente, un triunfo

foxista era posible. Otros mensajes televisivos en los que se mostraban resultados de encuestas favorables a Fox eran tan sólo una parte de esta idea generalizada de que la contienda estaba muy cerrada y que cualquiera de entre Fox y Labastida podían levantarse con el triunfo. (Moreno, Alejandro, 2003: 158).

De acuerdo con el cruce de datos, entre los entrevistados que prefieren la continuación del partido “blanquiazul” en el gobierno federal para el 2006 comentan la información obtenida en noticiarios de televisión preferentemente con alguno de la familia, ya sean los padres o algún hermano; después con las amistades; la pareja; con alguien diferente a estos grupos o; con nadie. De acuerdo con trabajos anteriores, los mexicanos recurrimos a la familia para comentar sobre aspectos de política y, de hecho, las preferencias por un partido inicialmente se generan en el seno familiar, pero no por ello tiene una fuerte influencia sobre las preferencias de los hijos en el caso del PAN¹⁴³.

De los once jóvenes que preferirían votar por el PAN en el 2006 en primer lugar seis en total (55%) comentan las noticias con los padres y hermanos; en segundo, tres (27%), con alguien ajeno a la familia; y en tercero, uno(9%), con la pareja. El panorama anterior hace ver cómo los encuestados que optarían por la continuación del partido “blanquiazul” sociabilizan preferentemente la información obtenida en pocos canales de televisión (véase Capital cultural en este apartado) con miembros muy cercanos a su vida privada,: padres y hermanos, y con una diferencia menor con personas fuera de su círculo familiar.

¹⁴³ De acuerdo con la encuesta de *Reforma* levantada en abril de 2000, resultaron identificados como muy panistas el 17% de los hijos de padres muy panistas, y el 33% como algo panistas los descendientes de progenitores muy panistas: el 13% se identificó como muy panista cuando sus padres lo hacían como algo panistas y 23% se decía algo panista si los padres se consideraban algo panistas. (Moreno, Alejandro, 2003: 56-57).

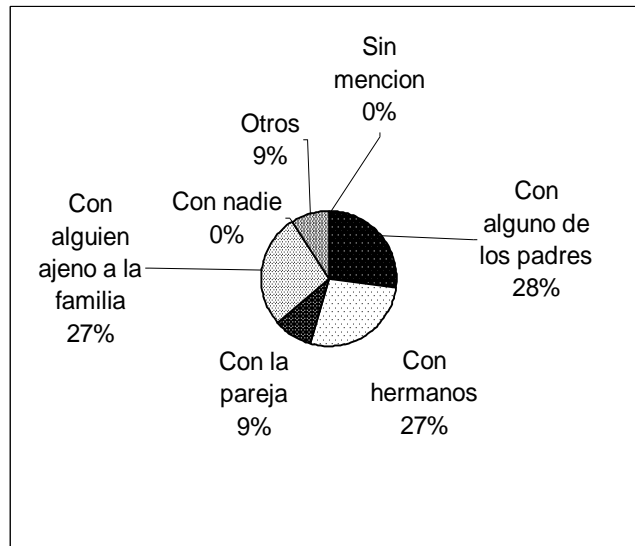
Cuadro 41.

Cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.

<i>Los entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales del 2006 y las personas con quienes comentan la información de los noticiarios.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones federales de 2006 y que comentan la información de los noticiarios con padres, hermanos, la pareja, alguien ajeno a la familia, otros o sin mención.</i>
Con alguno de los padres	3
Con hermanos	3
Con la pareja	1
Con alguien ajeno a la familia	3
Con nadie	0
Otros	1
Sin mención	0

Gráfica 27.

Del cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por el PAN en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.



Los tres entrevistados cuya opción en el 2006 sería el regreso del PRI al poder federal se remiten a sus padres para comentar las noticias que vieron en canales tanto de la empresa "Televisa": 2 y 4: "T.V. Azteca": 13; y

canales abiertos ajenos a estas cadenas 22 y 40. El vínculo más fuerte a la hora de socializar la información entre los priistas continúa siendo la familia, como se refirió ya en el apartado de este mismo texto: "3.2 Antecedentes: preferencia electoral en proceso de ajuste con los tiempos" en el inciso "e)" de la exposición.

Cuadro 42.

Cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.

<i>Los entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales del 2006 y las personas con quienes comentan la información de los noticiarios.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que votarían por el PRI en las elecciones federales de 2006 y que comentan la información de los noticiarios con padres, hermanos, la pareja, alguien ajeno a la familia, otros o sin mención.</i>
Con alguno de los padres	3
Con hermanos	0
Con la pareja	0
Con alguien ajeno a la familia	0
Con nadie	0
Otros	0
Sin mención	0

Para los nueve posibles electores del PRD en el 2006, el primer espacio para la socialización de la información adquirida en diferentes canales: 2, 4, 7, 13, 11 y 40 es la familia donde cinco comentan las noticias con los padres y tres con los hermanos, sólo uno de este grupo lo hace con alguien ajeno a la familia. Los datos anteriores nos hacen ver una poca sociabilización externa a la familia entre los entrevistados favorables al partido del "sol azteca".

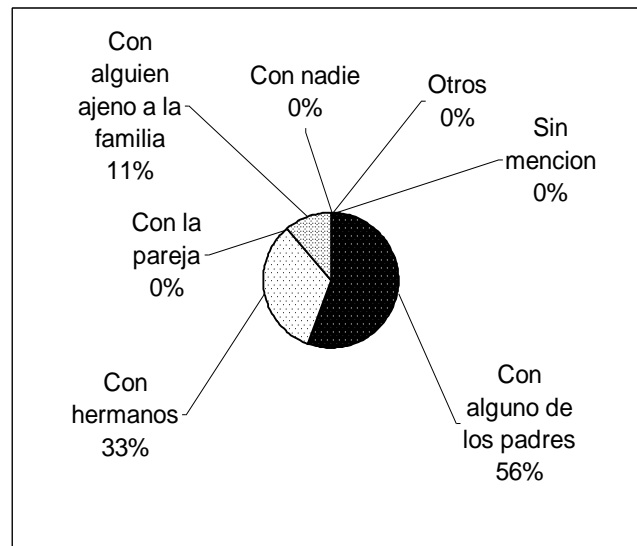
Cuadro 43.

Cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.

<i>Los entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales del 2006 y las personas con quienes comentan la información de los noticiarios.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones federales de 2006 y que comentan la información de los noticiarios con padres, hermanos, la pareja, alguien ajeno a la familia, otros o sin mención.</i>
Con alguno de los padres	5
Con hermanos	3
Con la pareja	0
Con alguien ajeno a la familia	1
Con nadie	0
Otros	0
Sin mención	0

Gráfica 28.

Del cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por el PRD en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.



En cuanto los seis entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD, la distribución sobre los espacios de socialización de las noticias resultó la siguiente: tres (50%) lo comentan preferentemente con su pareja, dos (33%) no mencionaron con quien comentan las noticias y sólo uno (17%) hace comentarios con sus padres: en este caso el alejamiento del núcleo familiar es mayor, pero también, y debido al reducido número de jóvenes en esta opción, es significativo el número de dos que no mencionaron con quién comentan las noticias. Debemos considerar que nos referimos a dos individuos que ven dos noticiarios y otro uno, siendo tres de ellos que dicen no ver ninguno (cfr. Capital cultural de este apartado).

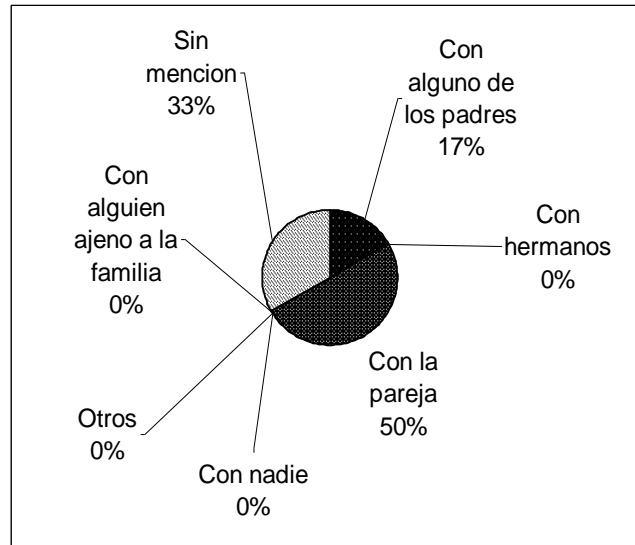
Cuadro 44.

Cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.

<i>Los entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales del 2006 y las personas con quienes comentan la información de los noticiarios.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones federales de 2006 y que comentan la información de los noticiarios con padres, hermanos, la pareja, alguien ajeno a la familia, otros o sin mención.</i>
Con alguno de los padres	1
Con hermanos	0
Con la pareja	3
Con alguien ajeno a la familia	0
Con nadie	0
Otros	0
Sin mención	2

Gráfica 29.

Del cruce: Cantidad de entrevistados que votarían por otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.



Entre los veintiún entrevistados que no votarían por algún partido para el gobierno federal en el 2006, doce (56%) comentan las noticias con los padres, cuatro (19%) con la pareja, tres (10%) con alguien ajeno a la familia y dos (10%) con nadie. Este grupo ve dos o más noticiarios que se encuentran repartidos en casi todos los canales abiertos propuestos en este trabajo, excepto el 22. La socialización de las noticias está más apegada al núcleo familiar con 16 personas (75%), entre los que comentan con los padres y la pareja y se aleja de los grupos externos con cinco individuos repartidos entre los que comentan las noticias con alguien ajeno a la familia y los que no mencionaron con quién lo hacen. Por lo anterior deducimos que su capital social es menor.

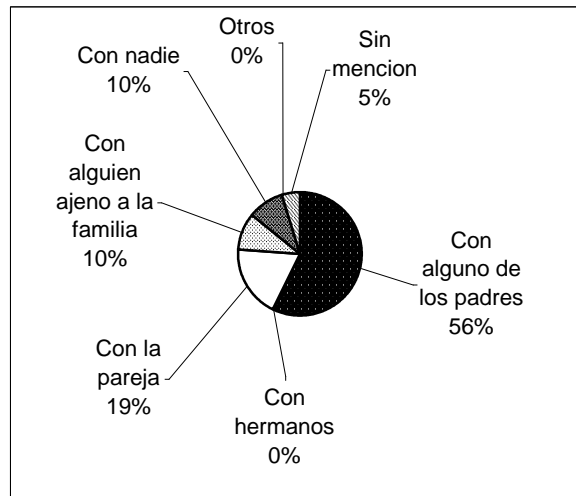
Cuadro 45.

Cruce: Cantidad de entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.

<i>Los entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales del 2006 y las personas con quienes comentan la información de los noticiarios.</i>	<i>Cantidad de entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones federales de 2006 y que comentan la información de los noticiarios con padres, hermanos, la pareja, alguien ajeno a la familia, otros o sin mención.</i>
Con alguno de los padres	12
Con hermanos	0
Con la pareja	4
Con alguien ajeno a la familia	2
Con nadie	2
Otros	0
Sin mención	1

Gráfica 30.

Del cruce: Cantidad de entrevistados que no votarían por algún partido en las elecciones de 2006/ personas con quienes comentan en primer lugar la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.



4.2.4. PREFERENCIAS ELECTORALES PARA LAS ELECCIONES FEDERALES DEL 2006: PREFERENCIAS ELECTORALES Y CAPITALES CULTURAL, ECONÓMICO Y SOCIAL.

De acuerdo con lo planteado al inicio de este apartado, nuestro interés es el de conocer las preferencias electorales de los jóvenes entrevistados para las elecciones federales de 2006 mediante un cuestionario donde se indagan los capitales cultural, económico y social de los encuestados. En el procesamiento de la información, se trabajó primero con la perteneciente a los entrevistados cuya orientación era la continuación del PAN en el gobierno federal, posteriormente nos adentramos en el análisis de aquella de los estudiantes con otras preferencias: 2) el regreso del PRI al poder federal; 3) la victoria del PRD en las elecciones presidenciales; 4) el triunfo de otro partido: Partido Convergencia por la Democracia, Partido Alianza Social y al Partido Verde Ecologista o; 5) la preferencia por ningún partido como ganador para dicha contienda.

La hipótesis principal de este trabajo *“a un menor capital cultural, un capital económico medio y un capital social medio del entrevistado, se prefiere la continuación del PAN para el 2006. De otra manera, la expectativa sería que el PAN no siga en el gobierno federal para dentro de dos años”,* contrastó con la información obtenida en la aplicación del cuestionario elaborado.

El menor capital cultural se leyó con los siguientes parámetros: 1) cantidad de noticiarios que se ven, 2) cantidad de empresas televisivas de

canales abiertos a los que se recurren, y 3) a la capacidad para recordar o no los nombre de los programas vistos y la capacidad para relacionarlos con el canal que los transmite¹⁴⁴. Los posibles electores del PAN para el 2006 ven de uno a dos canales de televisión para ver noticiarios, recurren preferentemente a "Televisa" y "T.V. Azteca" en sus canales 2 y 13: además entre estos once encuestados mencionaron ver tres a "López Dóriga" y uno a "Hechos", tres no dijeron cual programa ven y cuatro sólo marcaron otro: por tanto la vinculación con el medio es medio.

El capital económico medio se leyó mediante 1) la zona económica donde viven éstos jóvenes, determinada acorde al mapa BIMSA¹⁴⁵ y 2) al centro universitario al cual recurren para hacer sus estudios universitarios¹⁴⁶. El resultado de los posibles electores del "blanquiazul" fue que éstos viven(ían) en zonas de la D+ a la C, es decir, que sus ingresos son entre los \$4,000 y \$20,000; sólo, excepcionalmente, uno de los once encuestados de este grupo está (ba) en la zona C+ con ingresos mensuales de \$21,000 a \$49,000 pesos y otros dos están en el rango A/B con ingresos por mes mayores a los \$50,000 pesos. La situación del capital económico de la mayoría de estos jóvenes es media. En cuanto la universidad donde cursan los encuestados sus estudios de licenciatura, los jóvenes favorables al

¹⁴⁴ Quienes ven más canales de televisión y aunque no memorizaron los nombres de los programas, por el hecho de consultar más noticiarios se les consideró, entre los cincuenta entrevistados, como los de mayor capital cultural. Se consideró como capital cultural menor si se veían de cero a dos noticiarios, como medio si el rango era de uno a cuatro noticiarios y mayor de uno a seis.

¹⁴⁵ Es importante recordar que en la formulación de las preguntas del cuestionario no se interrogó directamente a los entrevistados por sus ingresos o los de su familia, por lo tanto sólo se contaba con el cuestionamiento sobre la colonia donde viven (ían) los interrogados y este dato se vinculó con la zonificación económica de BIMSA.

¹⁴⁶ Se consideraron como capitales económicos mayores los rangos A/B y C+ (con ingresos mensuales de los \$21,000.00 a los \$49,000.00 pesos); como medios los que entraron en los niveles C y D+ (cuyos ingresos mensuales están entre los \$6,000.00 y \$20,000.00 pesos para el primero, y para el segundo de \$4,000.00 a \$5,000.00 pesos); y como menores a aquellos que se encontraron entre los rangos D (con ingresos al mes de entre \$1,500.00 y \$3,000.00 pesos) y E. También se evaluó el centro de estudios donde cursan sus estudios los entrevistados; si ellos frecuentan la "Universidad del Tepeyac", por ser una escuela privada, se les consideró en la valoración de capital económico mayor y si asisten a la UNAM, entonces en capital económico menor; este dato podía variar dependiendo de la ubicación del lugar donde se habita.

“albiazul” para el 2006 estudian en su mayoría en escuelas privadas: nueve en la “Universidad del Tepeyac” y dos en la UNAM.

En cuanto a su capital social, éste resultó medio considerando 1) con quiénes comenta más las noticias: con alguno de la familia, o alguien ajeno a su núcleo familiar y por tanto de su espacio íntimo¹⁴⁷. Los posibles electores por el PAN dijeron comentar tanto en la familiar como fuera de ésta: seis entre familiares, tres con padres y tres con hermanos; y cinco fuera de este círculo: tres con alguien ajeno a la familia, uno con la pareja y otro no mencionó con quien comenta las noticias.

Como vemos, después del análisis de la información obtenida en la encuesta, comparada con la hallada en diversos textos referente a los electores considerados como panistas, y la contrastación con la apuesta formulada a manera de hipótesis de este trabajo, los jóvenes que prefieren la continuidad del “blanquiazul” coinciden en sus características más comunes tanto en sus capitales económico y social; excepto por el capital cultural el cual resultó medio conforme a nuestros parámetros.

En el caso de los que preferirían al “tricolor” en el gobierno federal después de las elecciones de 2006, la fórmula que se plantearía para determinar los resultados del análisis de la información recabada sería: *A mediano capital cultural, capital económico medio y capital social menor, se prefiere el regreso del PRI en el gobierno federal para el 2006.*

¹⁴⁷ Referente al capital social, se valoró con respecto al lugar donde los entrevistados comentan la información obtenida en los noticiarios de canales de televisión abiertos y de cobertura nacional. Básicamente se consideró si los jóvenes comentan la información en el núcleo familiar o no, en caso de hacerlo sólo, o la mayoría de los casos, con la familia, entonces el capital social se designó como menor; si se comentan fuera de la familia, entonces el capital social es mayor; sólo en caso de hacerlo tanto con la familia como con gente externa al núcleo familiar, entonces se le tomaría como de capital social medio.

En el caso de preferir al partido del “sol azteca” en el poder federal en las elecciones del 2006, el planteamiento sería: *A capital cultural medio, capital económico medio y menor y a un capital social mayor, se prefiere el ascenso del PRD al gobierno federal para el 2006.*

Si la preferencia es para la victoria de otro partido diferente a los tres anteriores en el gobierno federal, después de las elecciones federales de 2006, el planteamiento quedaría de la siguiente manera: *A un capital cultural medio, un capital económico medio y un capital social mayor, se prefiere otro partido diferente al PAN, PRI o PRD en el gobierno federal para el 2006.*

En caso de que la preferencia sea por ninguno de los partidos mencionados en el cuestionario para ganar las elecciones federales de 2006, entonces el planteamiento se haría de la siguiente forma: *A un capital cultural mayor, un capital económico menor y un capital social menor, se prefiere a ningún partido en el gobierno federal para el 2006.*

Para concluir, 1) los más informados son los jóvenes que preferirían no votar por ningún partido en las elecciones federales en el 2006, mientras los menos informados son los partidarios de las demás opciones; 2) Todos los entrevistados cuya preferencia es diferente al PRD para el poder federal para la contienda electoral de 2006 tienen un capital económico medio, pues los que preferirían al partido del “sol azteca” tienen un capital económico medio y menor y; 3) Favorecen al PRD como a la opción “otro” los de mayor capital social, en contraparte, los encuestados que optarían

por el PRI o por ningún partido durante las votaciones de 2006 tienen un capital social menor.

CONCLUSIONES.

Los frutos de la labor desarrollada en esta tesis han sido de gran utilidad para la autora y se proyectan como la base para trabajos a desarrollar en un futuro en el área de la opinión pública y la cultura cívica; no obstante las limitaciones para la realización del texto tales como: 1) tiempo de dos años y medio dividido entre los estudios propios del grado de maestría, perfeccionamiento del proyecto de investigación, elaboración del instrumento de trabajo propuesto, aplicación del cuestionario, vaciado de la información, análisis de la misma y redacción del reporte de los datos obtenidos; 2) la dificultad de acceso a universidades privadas para entrevistar a la población planeada y; 3) el mismo proceso de aprendizaje de manejo de técnicas como la encuesta, el análisis de los resultados obtenidos en ella y la aplicación de teorías, modelos y propuestas de estudio de la opinión pública, efectos de medios de comunicación, actitudes y preferencias electorales.

Se hace mención de este proceso de aprendizaje y entrenamiento en la labor de la investigación académica en el estudio de preferencias electorales y de cultura cívica en el área de la opinión pública porque se desea expresar que el transitar por el mismo constituyó en sí un enriquecimiento cultural invaluable para quien presenta este trabajo; por lo mismo repito mi agradecimiento a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, a profesores, investigadores y a mis compañeros de estudio de maestría por todo lo aportado para su realización. También quedo agradecida con la Universidad del Tepeyac por permitirme trabajar en sus instalaciones y con alumnos de su centro de estudios así como con

aquellos estudiantes de esa institución, como los de nuestra casa de estudios, que colaboraron resolviendo el cuestionario trabajado.

Atendiendo a la exposición del trayecto de las encuestas en México realizada en una cronología por Ricardo de la Peña; el propósito de este trabajo responde a necesidades inmediatas como conocer las preferencias electorales de una población, así como a las mediatas en el ámbito académico al estudiar estas preferencias como producto de los antecedentes culturales de los individuos que la detentan.

Si bien en los resultados de los cruces realizados en el Capítulo 4 se pueden observar los datos que responden a la interrogante inmediata sobre las preferencias electorales de los estudiantes entrevistados, fue la investigación sobre los elementos que la formaron (capitales cultural, económico y social) a la que más tiempo y esfuerzo se le dedicó.

En la exploración referente a los antecedentes de las preferencias electorales se trataron, en los cuatro primeros capítulos de esta tesis, los siguientes aspectos: 1) el histórico, en el cual los cambios económicos, sociales y culturales en México transformaron las estructuras de los partidos, específicamente el caso del PRI y PAN y la relación de éstos con los electores; 2) el estudio de la opinión pública por medio de encuestas, donde en el caso mexicano se ha visto la necesidad de no sólo resolver interrogantes inmediatas sino combinar los fines académicos con investigaciones con respuestas coyunturales; 3) la influencia de los capitales cultural, económico y social sobre una preferencia electoral (a través de los cuales se puede averiguar tanto en lo individual como en lo

social la formación de la misma) y; 4) la comparación y relación del análisis de la información levantada con los datos aportados en otros trabajos realizados por investigadores experimentados en el área de inquirir por medio de la técnica de la encuesta en el ámbito electoral.

En el primer Capítulo se concluyó que sucesos históricos, entre la década de los años setenta y el 2000, en el ámbito económico, como la aplicación de políticas neoliberales; en el social, tales como las sospechas entre la población de apariciones de grupos armados y los temores del gobierno por la vinculación del sector obrero con el Partido Comunista Mexicano; o en el cultural político, como la aportación de dinero por parte del Estado a través del IFE para la realización de campañas políticas para los partidos registrados como contendientes o la posibilidad de votar a los 18 años de edad; incidieron en la estructura de los partidos cuya relación con sus miembros, seguidores y con los electores en general se modificó haciendo al PRI vulnerable, frente a otras opciones partidarias, ante los malos manejos administrativos de sus gobiernos federales y su imposibilidad para mantenerse como el partido paternalista e integrador de los sectores obrero, campesino y popular en su seno.

En el Capítulo segundo de este texto se expuso el desarrollo de las encuestas en México por medio de la cronología y tipificación de estos trabajos realizado por Ricardo de la Peña. Este aspecto nos llevó a considerar la necesidad de realizar un estudio orientado a responder a una interrogante inmediata: las preferencias electorales para las elecciones federales de 2006 y; a otras cuestiones más trascendentes en el área académica como es en sí la formación de una preferencia electoral. Se

estableció trabajar con un cuestionario donde 1) se considerara los efectos de los medios de comunicación, relacionados con asuntos públicos, en varios públicos, donde la información llega en niveles estratificados de arriba hacia abajo, pero con la posibilidad de tener resonancia, por medio de la socialización de las misma en un sistema polifónico, dirigida a los estratos ubicados arriba de aquellos donde fue recibida y; 2) se investigara los mismos efectos de los medios de comunicación sobre estos públicos en dos tipos de relación de las empresas de televisión abierta y sus consumidores: el macro- micro (empresas de televisión abierta y receptores), y el micro – micro (socialización de la información pública recibida en los noticiarios de televisión abierta entre los receptores).

Después de la exposición de aquello que integra los capitales cultural (en su estado incorporado, objetivado e institucionalizado, de acuerdo con lo establecido por Pierre Bourdieu), social y económico (trabajados tanto por Bourdieu como por James Coleman); en el Capítulo tercero se determinaron los indicadores con los cuales se abordaría, en el cuestionario formulado, el estudio de las preferencias electorales para las elecciones federales de 2006; ya fuese por la continuación del PAN frente al gobierno federal; el retorno en esa posición del PRI; la ascensión del PRD a la presidencia; la opción por otro partido diferente al “albiazul”, al “tricolor” o al partido del “sol azteca” para tal cargo; o simplemente no votar pos algún partido en dicha contienda electoral.

Para el capital cultural se consideraron los canales de televisión abierta y los noticiarios que ve el entrevistado, referente al capital económico se tomó en cuenta la ubicación de la colonia donde vive (ía)

el interrogado y el lugar donde cursa (ba) su licenciatura, y en cuanto al capital social se establecieron como indicadores las personas con quienes los indagados comentan la información obtenida en los noticiarios de televisión abierta.

En este mismo Capítulo tercero se estableció que los partidos mantienen ciertos rasgos que los hacen “ser”, no obstante las circunstancias nacionales y las modificaciones de los intereses de los mismos; por el carácter intermedio de estabilidad y capacidad de cambio de las estructuras de los partidos y de sus objetivos, se considero que el cuestionario para el instrumento de investigación de preferencias electorales debía basarse en la teoría de la consistencia cognoscitiva porque: 1) no todos los hechos políticos son de importancia para todos los electores, 2) no siempre se verán de una sola forma todos los actos políticos, 3) es difícil mantener la estabilidad de las opiniones en determinadas circunstancias políticas, 4) la información que llega al elector no siempre será suficiente o está brindada de una manera imparcial, 5) la forma de analizar la información está influida por creencias, 6) la información no siempre es funcional para quien la recibe y a veces es rechazada si no es funcional y 7) los electores buscarán maneras de mantenerse centrados frente a los contrastes que la información sobre lo que su partido hace o no y la preferencia política que apoya.

En el Capítulo cuarto se expuso la forma en que se elaboró el cuestionario para la presente investigación, ahí se presentaron los datos obtenidos de los cruces de los indicadores propios de los capitales cultural,

económico y social con la preferencia electoral de los entrevistados para las elecciones federales de 2006

Como el capital cultural toca aspectos como la cultura que el individuo ha podido acumular a través de su vida y éste le da las posibilidades de concebir el mundo desde la perspectiva que le permite poseer dicho capital, nos remitimos tanto a la cantidad de noticiarios vistos por el entrevistado y la empresa televisora transmisora de éstos para valorar el capital cultural de los entrevistados en este trabajo. Quienes ven más canales de televisión y aunque no memorizaron los nombres de los programas, por el hecho de consultar más noticiarios se les consideró, entre los cincuenta entrevistados, como los de mayor capital cultural. Se consideró como capital cultural menor si se veían de cero a dos noticiarios, como medio si el rango era de uno a cuatro noticiarios y mayor de uno a seis. Los estudiantes interrogados que no votarían por algún partido (nueve encuestados) tienen mayor capital cultural que aquellos que preferirían otro (s) partido (s) (41 entrevistados) en el gobierno federal en el 2006 cuyo capital cultural se le consideró como menor.

Para valorar el capital económico de los encuestados, se recurrió a dos datos: la ubicación económica (tasada de acuerdo con el mapa elaborado por BIMSA) y el centro de estudios donde cursa la licenciatura el entrevistado. BIMSA maneja rangos que van del más alto en la zona A/B con ingresos mensuales superiores a \$49,000.00 pesos, hasta el más bajo en la zona E con ingresos por mes menores a \$1,500.00 pesos. Se consideraron como capitales económicos mayores los rangos A/B y C+ (con ingresos mensuales de los \$21,000.00 a los \$49,000.00 pesos); como

medios los que entraron en los niveles C y D+ (cuyos ingresos mensuales están entre los \$6,000.00 y \$20,000.00 pesos para el primero, y para el segundo de \$4,000.00 a \$5,000.00 pesos); y como menores a aquellos que se encontraron entre los rangos D (con ingresos al mes de entre \$1,500.00 y \$3,000.00 pesos) y E. También se evaluó el centro educativo donde cursan sus estudios los entrevistados; si ellos frecuentan la Universidad del Tepeyac, por ser una escuela privada, se les consideró dentro del nivel de capital económico mayor y si asisten a la UNAM, entonces en capital económico se tasó como menor (sólo en cuanto la cantidad de dinero invertido en el rubro de educación por concepto de pagos de inscripción y mensualidades). El resultado final, nos arrojó que: los cuarenta y un jóvenes que preferirían a cualquier partido o a ninguno diferente al PRD tienen un capital económico medio y aquellos que quisieran que el partido del “sol azteca” venciera en las elecciones federales de 2006 tienen un capital económico medio y menor.

Referente al capital social, se valoró con respecto al lugar donde los entrevistados comentan la información obtenida en los noticiarios de canales de televisión abiertos y de cobertura nacional. Básicamente se consideró si los jóvenes comentan la información en el núcleo familiar o no, en caso de hacerlo sólo, o la mayoría de los casos, con la familia, entonces el capital social se designó como menor; si se comentan fuera de la familia, entonces el capital social se determinó como mayor; sólo en caso de hacerlo tanto con la familia como con gente externa al núcleo familiar, entonces se le tomó como de capital social medio. Los entrevistados que preferirían a la opción “Otro” o al PRD en el gobierno federal después de

las elecciones de 2006 tienen un capital social mayor; en cuanto los que optarían por el PRI o por ningún partido, su capital social es menor.

De acuerdo con la hipótesis de este trabajo, *“a un menor capital cultural, un capital económico medio y un capital social medio del entrevistado, se prefiere la continuación del PAN para el 2006. De otra manera, la expectativa sería que el PAN no siga en el gobierno federal para dentro de dos años”*, ésta coincide con datos proporcionados en textos sobre el panorama político y electores en México, tanto en momentos electorales como no electorales, y la información extraída de la aplicación del cuestionario elaborado. En el caso del capital cultural, conforme a nuestros parámetros y análisis de los datos, resultó como medio y no menor como se había pronosticado.

Entre los datos que obtuvimos en esta investigación, referentes a los capitales cultural, económico y social de los entrevistados que preferirían al “albiazul” en el poder federal para el 2006, están que: los posibles once electores del PAN para el 2006 ven de uno a dos canales de televisión: 2 y 13; además de estos encuestados tres mencionaron ver a “López Dóriga” y uno a “Hechos”, tres no dijeron cuál programa ven y cuatro sólo marcaron “otro”; por tanto la vinculación con el medio es muy baja, pero su capital cultural se le ha determinado como medio por la cantidad de noticiarios a los cuales recurren para obtener información noticiosa. Estos jóvenes viven en zonas de la D+ a la C, uno de los once encuestados de este grupo está en la zona C+ y otros dos están en el rango A/B , por tanto, la situación del capital económico de la mayoría de estos jóvenes es media; y en relación a la universidad donde cursan sus estudios de licenciatura, en su mayoría

en escuelas privadas: nueve en la Universidad del Tepeyac y dos en la UNAM. Los posibles electores por el “blanquiazul” dijeron comentar tanto en la familiar como fuera de ésta: seis entre familiares, tres con padres y tres con hermanos; y cinco fuera de este círculo: tres con alguien ajeno a la familia, uno con la pareja y otro no mencionó con quien comenta las noticias.

Si bien considerar que las actitudes y posibles conductas se forman de acuerdo con la consistencia cognoscitiva, y que los antecedentes de las preferencias electorales se pueden rastrear mediante el estudio de los capitales cultural, económico y social de un individuo, nos permite vincular las circunstancias históricas que producen cambios estructurales en los partidos y, a partir de esta relación comprender el crecer o decrecer del poder de los partidarios.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN.

BIBLIOGRAFÍA.

Alducin Abitia, Enrique, *Los valores de los mexicanos. México: entre la tradición y la modernidad*, Fomento Cultural Banamex, A. C., México, 1986, pp. 270.

Babbie, Earl R., *Métodos de Investigación por Encuesta*, F. C. E., México D. F., 1993, pp.439, Biblioteca de la Salud.

Baptista Lucio, Pilar, et al., *Metodología de la Investigación*, 2ª ed., McGraw Hill, México D. F., México, pp. 501.

Bateson, et al., *La Nueva Comunicación*, Editorial Kairós, Barcelona, pp. 339.

Beltrán, Ulises, et al., *Los mexicanos de los noventa*, IIS, UNAM, México, 1997, pp. 207.

Bobbio, Norberto, *El futuro de la democracia*, trad. José F. Fernández Santillán, 2ª ed., México, F. C. E., 1997, pp.214.

Buendía, Jorge, *El Elector Mexicano de los Noventa. ¿Un Nuevo Tipo de Votante?*, C.I.D.E. (Centro de Investigaciones y Docencia económicas), División de Estudios Políticos, México, D. F., 2000, pp. 32. (Documento de Trabajo n. 117).

César Cisneros Puebla, *"Participación Política y Ciudadanía. De Trípticos, Espejos y Paradojas"*, *La Construcción de lo Juvenil*. Reunión Nacional de Investigadores Sobre Juventud 1996, Centro de Investigación y Estudios Sobre lo Juventud (Causa Joven), México, abril de 1998, pp. 33 - 37. (Colección Joven/es) n. 2).

Cotteret, Jean Marie, *La Comunicación Política. Gobernantes y Gobernados*, pp. 160.

De la Mota, Ignacio H., *Diccionario de comunicación. Televisión, publicidad, prensa, radio*. Ed. Paraninfo S. A., Madrid, España, 1988, Tomo II, pp. 367.

De las Heras, María, *Uso y abuso de las encuestas. Elección 2000: los escenarios*, México, Océano, 199, pp. 192.

Domínguez, Jorge I. Y McCann, James, A., *Democratizing Mexico. Public Opinion and Electoral Choices*, Baltimore, U.S.A., John Hopkins, 1996.

Dresser, Denise, "Muerte, modernización o metamorfosis del PRI: neoliberalismo y reforma partidaria en México", en Cook, Lorena, Kevin Middlebrook y Juan Molinar, (eds.), *Las dimensiones políticas de la reestructuración económica*, México, Cal y arena, 1996, pp. 211 – 250.

Enrique Alducín Abitia, "*Valores y Religión. Los Jóvenes Mexicanos y sus Valores al fin del Milenio*", *La Construcción de lo Juvenil*, Reunión Nacional de Investigadores Sobre Juventud, Centro de Investigación y Estudios Sobre lo Juventud (Causa Joven), México, abril de 1998, pp. 243. (Colección Joven/es) n. 2).

Ferrer Rodríguez, Eulalio, *Comunicación y comunicología*, Ediciones Eufesa, México, 1982, pp. 120. (col. Comunicación).

Garrido, Luis Javier, *El partido de la revolución institucionalizada (1929 – 1946)*, México, Siglo XXI, 1985,

Glasser, Theodore L., and Salmon, Charles T., *Public Opinion and the Communication of Consent*, 1995.

Glynn C., Herbst S., et al., *Public Opinion*, Westview Press, Oxford, 1999.

González Compeán; Miguel y Leonardo Lomelí (Coords.), *El partido de la revolución. Institución y conflicto (1928 – 1999)*, México, FCE, 2000, pp. 814.

Graber, Doris A., *Processing the News. How People Tame the Information Tide*, pp.178 – 199.

Grawitz, Madeleine, *Diccionario de Ciencias Sociales*, trad. Jorge Guerrero y Nancy de Urruticoechea, Editorial Temis, Bogotá, Colombia, 1990, pp. 341.

Hernández Campos, Jorge, *Partidos Políticos y Ciudadanos: Entre el Diálogo y la Mercadotecnia*, México, CAMBIO XXI Fundación Mexicana A. C., 1991, pp. 99.

Hernández Sampieri, Roberto et. al., *Metodología de la Investigación*, 2º ed., México, Mc. Graw Hill, 2000, pp. 501.

INEGI, *Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa*, INEGI, Aguascalientes, México, 2001, pp.

INEGI, *Mujeres y hombres en México*, INEGI, Aguascalientes, México, 2001, pp. 453.

Langston, Joy, *Why rules matter: the formal rules of candidate selection and leadership section in the PRI, 1978 –1996*, México, CIDE, Documentos de Trabajo, Núm. 58, 1996, pp. 33.

Lazarsfeld, P., *The People's Choice*, New York, U.S.A., Columbia University Press, 1954.

Luque, Teodoro, *Márketing Político. Un Análisis de Intercambio Político*, prol Enrique Martín Armario, Editorial Ariel, S.A, Barcelona; España, 1996, pp. 117-160, (col. Ariel Economía).

Moreno, Alejandro, *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conductas electorales*, FCE, México, 2003, pp. 252.

Narro, Luis, (coord.), *Cómo somos los mexicanos*, 2ª ed., Centro de estudios educativos CREA, México, 1987, pp. 299.

Noelle-Neumann, Elisabeth, *La Espiral del Silencio. Opinión Pública: Nuestra Piel Social*, Ediciones Paidós, España, 1995, pp. 331. (Paidós Comunicación/62).

Ortíz Pinchetti, Francisco y Ortíz Pardo, Francisco, *El Fenómeno Fox. La historia que Proceso censuró*, México, Ed. Planeta, 2001, pp. 276.

Pacheco Méndez, Guadalupe, *Caleidoscopio Electoral. Elecciones en México, 1979 – 1997*, México, I.F.E., U. A. M. y F. C. E., 2000, pp. 458.

Padilla Herrera, Arturo (comp.), *La construcción de lo juvenil. Reunión de investigadores sobre juventud 1996*, Centro de investigación y estudios sobre juventud, México, 1998, pp. 243.

Padua, Jorge, *Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales*, México, F.C.E y Colegio de México, 2000, pp. 360.

Rabotnik, Nora, *El Espacio Público y la Democracia Moderna*, IFE, México, 1997, pp. 82.

Reardon, Kathleen K., *La Persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*, ed. Piados, pp.205 – 230. (Paidós comunicación).

Reveles Vázquez, Francisco (coord.), *Partido Acción Nacional: los signos de la institucionalización*, México, Gernika-UNAM, 2002, pp. 551.

Reynolds, H. T., Ph. D., *Politics and the Common Man*, 3º ed., Dorsey Press, U. S. A., 1976, pp. 228.

Ricci Bitti, Pio y Zani, Bruna, *La comunicación como proceso social*, trad. Manuel Arbolí, Grijalbo, CNCA, México D.F., 1990, pp. 290, (col. Los noventa).

Salazar Ugarte, Pedro, "*Universidades Públicas y Privadas: las Culturas Políticas Fragmentadas*", *La Construcción de lo Juvenil*. Reunión Nacional de Investigadores Sobre Juventud, Centro de Investigación y Estudios Sobre lo Juventud (Causa Joven), México, abril de 1998, pp. 38 - 43. (Colección Joven/es) n. 2).

Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, trad. De María Luz Morán, Madrid, España, Alianza Editorial, 1992, (col. Alianza Universidad Textos núm. 142), pp.321.

Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Ed. Taurus, 2001, pp. 131.

Trejo Delabre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones Cal y Arena, 2001, México, pp. 563.

HEMEROGRAFÍA.

"Mantiene PRI su influencia", *Reforma*, 13 de julio de 2003, pp. 12.

"Son Jóvenes más Conservadores", *La Jornada*, México D.F., martes 27 de junio del 200, pp. 46 y 47.

Alberto Najjar, "Las Encuestas Contra la Realidad", *La Jornada*, México D.F., domingo 9 de julio del 2000, (del suplemento Masiosare) pp. 8.

Alejandro Garnica Andrade, "El pronóstico del pasado y los recuerdos del porvenir", *Boletín de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado y Opinión Pública (AMAI)*, año 8, núm. 29, agosto 2001, pp. 11 – 23.

Claudia Salazar, "Aportan su dosis de abstencionismo", *Reforma*, 20 de julio de 2003, p 9ª.

Elinor Ostrom y T. K. Ahn, "Una perspectiva del capital social desde las ciencias sociales: capital social y acción colectiva", *Revista Mexicana de Sociología, Instituto de Investigaciones Sociales*, año 65, núm 1, enero – marzo 2003, México, pp. 155 – 233.

Fernando Bazúa, "El Sufragio Útil y el 'Gran Elector'", *Proceso*, número 1232, 11 de junio de 2000, pp. 24 – 29.

Francisco Reveles Vázquez, "Una revisión del 'modelo Panebianco' a partir de un caso excepcional: el Partido Revolucionario Institucional", *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, FCPS-UNAM, no. 175, enero-abril de 1999, México, pp. 94 – 105.

Guadalupe Pacheco Méndez, "Cambiar para Votar y Votar para Cambiar. La Campaña Electoral del Distrito federal en 1997", *Sociológica*, n.42, ene-abr., 2000, pp. 145 – 183.

Ilya Adler, "La lectura del Poder", *Revista Mexicana de Comunicación*, México, año VI, número 31, septiembre – octubre de 1993, pp. 23 – 29.

Jorge Carrasco A., "El Cultivo del Poder", *Reforma*, México D. F., martes 20 de junio del 2000, p. 4 A.

Jorge Reyes, "Convoca Panista a Promover el Voto", *Reforma*, México D. F., lunes 19 de junio del 2000, p. 8 A.

José Blanco, "El Foxismo", *La Jornada*, México D. F., martes 14 de mayo del 2000, p. 16.

Kuschick Ramos, Murilo, "Idea y Actualidad del Concepto de Opinión Pública", *Departamento de Sociología*, Reporte de Investigación Serie II N. 485, enero 2001.

Kuschick Ramos, Murilo, "La Administración Cardenista de Acuerdo con las Encuestas de Opinión", *Sociológica*, n.42, ene-abr., 2000, pp. 185 – 208.

Kuschick Ramos, Murilo, "Opinión Pública, Elecciones y la Utilización del Marketing Político-Electoral", *Departamento de Sociología*, Reporte de Investigación Serie II N. 468, noviembre 2000.

Larissa Adler Lomnitz, "El Fondo de la Forma: la Campaña Presidencial del PRI en 1988", *Nueva Antropología*, Vol. XI, No. 38, México, 1990, pp. 45 - 82.

Luis Felipe Aguilar Villanueva, "Una reconstrucción del Concepto de Opinión Pública", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, n.130, oct-dic., 1987.

María Luisa Tarrés, "Del abstencionismo electoral a la oposición política. Las clases medias en Ciudad Satélite", *Estudios sociológicos de El Colegio de México*, vol. 4, núm 12, septiembre – diciembre, 1986, México, pp. 361 – 389.

Martha Burkle, "Underconstruction. Reflexión sobre las Nuevas Tecnologías de Información", *Reforma*, México D. F., 19 de junio del 2000, p. 2 A.

Martha Singer Sochet, "Fox. Medios y ¿Cambio?", *Revista de Ciencia Política*, Estudios Políticos número 24, sexta época, mayo – agosto 2000, pp. 39 – 50.

Mauricio Flores, "Dinero Llama Dinero", *Milenio*, México D.F., lunes 10 de julio del 2000, p. 33.

Miguel Basáñez, "Investigación de la Opinión Pública en México", *Este País*, México D.F. , abril 2000, pp. 2 – 14.

Pierre Bourdieu, "Los tres estados del capital cultural", *Sociológicas*, UAM Azcapotzalco, año 2, número 5, otoño 1987, México, pp. 11 – 23.

Rafael Segovia, "Palabras y Fidelidades", *Reforma*, México D. F., viernes 16 de junio del 2000, p.26 A.

Raúl Álvarez Garín, "Radiografía del 'voto útil'", *Cemos Memoria*, México D.F., número 138, agosto del 2000, pp. 11-14.

Ricardo de la Peña, "Fiebre de encuestas", *Política*, N. 119, jueves 18 de agosto de 1994, pp. 8- 10.

Teresa Páramo, "Elecciones Mexicanas en el Año 2000: el Papel Estratégico de la Televisión", *Sociológica*, año 16, número 45 – 46, enero – agosto de 2001, pp. 303 – 326.

TESIS.

Villafranco Robles, Citlali, *Funciones y características del discurso electoral en México (1920 – 1994)*, Trabajo de tesis para obtener el grado de Maestra en Ciencia Política, México, FCPS-UNAM, 2002, pp. 200.

BIBLIOGRAFÍA INCOMPLETA.

(Bibliografía proporcionada por el Profesor Ilya Adler durante el seminario impartido en el programa de posgrado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM durante el periodo 2002 – I).

McCombs, Maxwell, et al., *Candidate Images in Spanish Elections : Second Level Agenda – Setting Effects*, pp. 703 – 717.

Kurt, Lang y Lang, Gladys Engel, *The Mass media and voting*, pp. 327 – 340.

Programa radiofónico.

Monitor de la Mañana en Radio Red 1110 a.m., dirige: José Gutiérrez Vivó, en su sección de mesa política del día 7 de julio de 2003.

Otros materiales.

BIMSA (Buro de Investigación Mercadológica), Cartosistemas, S. A. De C. V.,
Mapa mercadológico de la megaciudad de México 1998,
México, 1998.

Anexo I.

Anexo II: Cuestionario Aplicado.

Buenos días (o tardes). El presente cuestionario tiene finalidades de tipo académico. Los datos recabados por este medio serán mantenidos como confidenciales. De antemano agradecemos tu disponibilidad para participar.

1. Marca con una equis (X) el sexo al que perteneces:

Hombre: (1) Mujer: (2)

2. Escribe en la línea la edad que tienes: _____

3. Marca con una equis (X) tu estado civil:

Soltero(a): (1) Casado(a):(2) En unión libre:(3) Viudo(a): (4)

4. Marca con una equis (X): ¿tienes hijos?

Sí: (1) No:(2)

5. Marca el horario en que escuchas y ves noticiarios y programas de debate de noticias en la radio y en la televisión:

Horario:	Radio.		Televisión.	
	1. Programas de noticias.	2. Programas de debate.	3. Programas de noticias.	4. Programas de debate.
1. Mañana.				
2. Medio día.				
3. Tarde.				
4. Noche.				

6. De acuerdo con tu preferencia indica en la línea el (los) programa(s) y estación(es) de radio de tu preferencia para escuchar noticiarios y programas de debate de noticias:

	Noticias		Debate de noticias	
	1. Estaciones de radio.	2. Programas.	3. Estaciones de radio.	4. Programas.
1º.				
2º.				
3º.				

7. Escribe en orden del primero al tercero ¿con quién comentas más sobre estos programas de radio de noticias?:

- (01)Con alguno de los abuelos.
- (02)Con alguno de los padres.
- (03)Con hermanos.
- (04)Con tutor.
- (05)Con tu pareja.
- (06)Con alguien ajeno a tu familia.
- (07)Con nadie.
- Otros. (Indica en la línea correspondiente).

1° _____

_____.

2° _____

_____.

3° _____

_____.

8. Escribe en orden del primero al tercero ¿con quién comentas más sobre estos programas de radio de debate de noticias?:

- (01)Con alguno de los abuelos.
- (02)Con alguno de los padres.
- (03)Con hermanos.
- (04)Con tutor.
- (05)Con tu pareja.
- (06)Con alguien ajeno a tu familia.
- (07)Con nadie.Otros.
- (Indica en la línea correspondiente).

1° _____

_____.

2° _____

_____.

3° _____

_____.

9. Marca con una equis (X).¿crees o no crees en los noticiarios y/o en programas de debate de noticias de la radio?

	1. Siempre creo.	2. Frecuente-mente sí creo.	3. A veces creo.	4. A veces no creo.	5. Casi no creo.	6. No creo nada
1. Noticia-rios.						
2. Progra-mas de debate de noticias.						

10. Anota, de acuerdo con el canal señalado, el programas dónde ves noticiarios y programas de debate de noticias:

	1. Noticiario(s):	2. Programa(s) de debate:
1. canal 2		
2. canal 4		
3. canal 7		
4. canal 11		
5. canal 13		
6. canal 22		
7. canal 40		

11. Escribe en orden del primero al tercero ¿con quién comentas más sobre estos programas de televisión de noticias?:

(01)Con alguno de los abuelos.
 (02)Con alguno de los padres.
 (03)Con hermanos.
 (04)Con tutor.
 (05)Con tu pareja.
 (06)Con alguien ajeno a tu familia.
 (07)Con nadie.Otros.
 (Indica en la línea correspondiente).

1° _____

_____.

2° _____

_____.

3° _____

_____.

12. Escribe en orden del primero al tercero ¿con quién comentas más sobre estos programas de televisión de debate de noticias?:

(01)Con alguno de los abuelos.
 (02)Con alguno de los padres.
 (03)Con hermanos.
 (04)Con tutor.
 (05)Con tu pareja.
 (06)Con alguien ajeno a tu familia.
 (07)Con nadie.Otros.
 (Indica en la línea correspondiente).

1° _____

_____.

2° _____

_____.

3° _____

_____.

13. Marca con una equis (X). ¿Crees o no crees en los noticiarios y/o en programas de comentarios de noticias de la televisión?

	1. Siempre creo.	2. Frecuente-mente sí creo.	3. A veces creo.	4. A veces no creo.	5. Casi no creo.	6. No creo nada
1. Noticiarios.						
2. Programas de debate de noticias.						

14. Marca con una equis (X). Indica el nivel de seguridad percibes de acuerdo con los siguientes lugares:

	1. Muy seguro.	2. Seguro.	3. A veces seguro.	4. A veces inseguro.	5. Inseguro.	6. Muy inseguro.
1. En el transporte público.						
2. En vehículo particular.						
3. Como transeúntes.						
4. En bancos.						
5. En casas habitación.						

15. Marca con una equis (X) dentro del paréntesis el tipo de vivienda donde habitas:

(1) propia.

(2) rentada.

(3) otro.

16. ¿En qué colonia habitas?:

_____.

17. Marca con una equis (X): ¿cuál es el nivel de escolaridad de tus parientes o tutores?:

	1. Abuelo paterno.	2. Abuela paterna.	3. Padre.	4. Abuelo materno.	5. Abuela materna.	6. Madre.	7. Tutor (a). (Si es el caso).
01. Ninguna.							
02. Primaria sin terminar.							
03. Primaria terminada.							
04. Secundaria sin terminar.							
05. Secundaria terminada.							
06. Preparatoria o carrera técnica sin terminar.							
07. Preparatoria o carrera técnica terminada.							
08. Carrera universitaria sin terminar.							
09. Carrera universitaria terminada.							
10. Estudios de posgraduado.							

18. Marca con una equis (X) ¿qué posición ocupan tus padres en su trabajo?:

	1. Padre.	2. Madre.
01. Como empleado del gobierno.		
02. Es dueño de una empresa.		
03. Es dueño de una empresa pequeña.		
04. En una empresa particular como empleado con base.		
05. En una empresa particular como empleado eventual.		
06. Hace trabajos de manera independiente.		
07. Ama de casa y otra actividad.		
08. Sólo ama de casa.		
Otro. Indica en la línea: _____ _____.		

19. Marca con una equis (X). ¿Dónde has realizado los siguientes estudios?:

	1. Escuela de gobierno.	2. Escuela privada.	3. Seminario o convento.
1. Primaria.			
2. Secundaria.			
3. Carrera comercial			
4. Preparatoria.			
5. Universidad.			

20. Marca con una equis (X). Indica cuál es el enunciado que describa mejor tu situación como estudiante.

(1) Actualmente sólo estudio.
 (2) Actualmente estudio y trabajo.
 (3) Actualmente sólo trabajo.

21. Si hoy fuera 2006, de acuerdo con los siguientes partidos ordenados alfabéticamente, menciona en orden tres partidos que consideres serían contendientes:

1°. _____.
 2°. _____.
 3°. _____.

- (1) Convergencia por la Democracia.
 (2) Partido Acción Nacional.
 (3) Partido Alianza Social.
 (4) Partido de la Revolución Democrática.
 (5) Partido de la Sociedad Nacionalista.
 (6) Partido del Trabajo.
 (7) Partido Revolucionario Institucional.
 (8) Partido Verde Ecologista.

22. Si hoy fuera 2006 y se llevaran a cabo elecciones presidenciales, indica el partido por el que votarías:

- (1) Convergencia por la Democracia.
 (2) Partido Acción Nacional.
 (3) Partido Alianza Social.
 (4) Partido de la Revolución Democrática.
 (5) Partido de la Sociedad Nacionalista.
 (6) Partido del Trabajo.
 (7) Partido Revolucionario Institucional.
 (8) Partido Verde Ecologista.
 (9) Ninguno.

23. Marca con una equis (X). ¿Cómo calificarías el trabajo del gobierno federal mexicano en cuanto seguridad en nuestro país?

(1) Muy adecuado.
 (2) adecuado.
 (3) A veces adecuado.
 (4) A veces inadecuado.
 (5) Inadecuado.
 (6) Muy inadecuado.

24. ¿Por qué?:

25. Marca con una equis (X) en el paréntesis correspondiente: ¿crees que la situación de la seguridad mejorará en este sexenio?

(1) Sí, ¿por qué?:

(2) No. ¿por qué?:

26. Marca con una equis (X).
¿Cómo calificarías el trabajo del
gobierno federal mexicano
anterior en cuanto seguridad en
nuestro país?

- (1) Muy adecuado.
- (2) adecuado.
- (3) A veces adecuado.
- (4) A veces adecuado.
- (5) Inadecuado.
- (6) Muy inadecuado.

27. ¿Por qué?:

28. ¿Crees o no crees que al actual gobierno le falta algo para mejorar la situación de la seguridad pública?

Sí: (1)

No: (2) (Aquí termina el cuestionario. Gracias).