
Capítulo III.- Cultura política y marketing político

Este conflicto resulta ser sumamente interesante dadas la cantidad de ideas y teorías que han surgido entre estos temas de la vida social y política del Estado actual.

Las ideas estructuralistas enfatizan que el origen de la estructura económica y política del Estado resulta ser un factor determinante en el tipo de valores que predominan en una sociedad, sin embargo existen algunos estudios que contradicen estos señalamientos y ponen a México como un claro ejemplo, explican que el largo periodo de mandato presidencial en este país por parte del PRI (Partido Revolucionario Institucional), se caracterizó por ser un periodo de autoritarismo, pese a que la gran mayoría de la sociedad mexicana apoyaba y se identificaba con los principios de la democracia. (Zepeda, 2000: 39)

Jacqueline Peschard define a la cultura política como: "Los valores, concepciones y actitudes que se orientan hacia el ámbito específicamente político, es decir, el conjunto de elementos que configuran la percepción subjetiva que tiene una población respecto del poder" (Peschard, 1994: 9).

Por otro lado insiste también en el no confundir cultura política con ideología política, ya que la segunda se caracteriza por vincular doctrinas de grupos o militantes.

Para generar el crecimiento de la democracia es necesario tener aún en cantidades mínimas, precedentes democráticos dentro de la sociedad y en las políticas de gobierno, para generar un desarrollo paralelo entre ambas.

En lo correspondiente a la mercadotecnia política, el contar con un estudio cultural de el objetivo determinado definitivamente puede ser de mucha ayuda

para cualquier candidato y partido político ya que una estrategia bien respaldada puede garantizar el éxito de una elección.

El fenómeno que se mantiene en la sociedad mexicana con sus variaciones o excepciones es su organización jerárquica, ya que por lo general todo gira alrededor de una figura patriarcal, por ejemplo este fenómeno se muestra activo desde muy temprana edad, desde la niñez se les inculca la aceptación y respeto a las decisiones de los padres, inclusive tachando como ofensa el dudar o criticar alguna decisión aplicada descartando por completo el diálogo y el debate sano de ideas.

¿De que manera se reflejan en una cultura política este tipo de actitudes?, sin duda en el excesivo conformismo en el cual se encuentra inmersa parte de la sociedad, una gran apatía para proponer y discutir, son reacciones al tipo de valores paternalistas que surgen en todos y cada uno de los niveles socioeconómicos de la sociedad.

Al tratar de disminuir este tipo de actitudes y comportamientos no se sugiere que se de un giro de ciento ochenta grados que cambie por completo los valores con los cuales las familias mexicanas se han organizado tradicionalmente, no es una salida, la clave sería el sembrar nuevos ideales de pluralidad donde exista una verdadera convivencia donde todos participen bajo un compromiso de responsabilidad, que tenga como objetivo el convertir a nuestra sociedad en una que cuente con sus valores y su cultura pero también con su democracia.

La fuente más importante de valores y tradiciones sociales después de la familia es sin duda la Escuela, es donde realmente se practican las técnicas socializadoras de cualquier ser humano, además de contar con un horizonte

social mucho más amplio y sobre todo variado. Existe ciertos señalamientos que sugieren a la Escuela cómo un organismo que no transmite de manera clara los valores democráticos, que solo muestran una imagen social donde sobre sale el caudillismo dejando por fuera la realidad de las masas y los análisis críticos de un pasado político que ignora su diversidad de ideas.

El verdadero compromiso del gobierno ya no esta en el, que agregamos a quitamos de los libros de texto, el compromiso radica en el ofrecer verdaderamente una educación que brinde los verdaderos principios democráticos basados en la diversidad de ideas mismas que tengan bases plurales que se presten al debate, todo esto sobre niveles tolerables, la educación no necesita pequeñas soluciones a grandes problemas es necesario reorganizar el ambiente educativo modificando planes de estudio, practicas pedagógicas por parte de los maestros, pero para que un cambio de este nivel tenga éxito es necesario contar con el apoyo de todos los involucrados dentro de este proceso, es decir tanto gobierno, familia, alumnos, docentes y sociedad en general deben de asumir el reto como una nación que busca una educación positiva y de calidad.

La Iglesia católica resulta ser una de las instituciones que cuenta con más aceptación y penetración en el país, misma que tiene la capacidad de transmitir valores, principios y costumbres de carácter religioso y también político, la organización de la iglesia se encuentra establecida por un inminente modelo jerárquico, que de cierta manera discrimina aquellos principios tolerantes o críticos reflexivos. Este tipo de actitudes es practicado por esta institución tanto interna como externamente, pero hay que dejar lugar para las excepciones que hasta en este tipo de instituciones se dan, ¿cuales son los valores que se

generan a partir de una organización jerárquica como esta?, sin duda el fanatismo, la resignación, el conformismo, valores que resultan ser para algunas personas su razón de vivir o su misión en este mundo.

En distintos puntos geográficos del planeta la Iglesia ha estado involucrada o vinculada en asuntos o negociaciones con distintas esferas de poder, es por eso que se viene sugiriendo el que la Iglesia debe de dedicarse única y exclusivamente a sus fieles y dejar de lado sus intervenciones en asuntos de política, en otras palabras debe de hacer lo que dice que hace, el culto religioso y apoyar los valores plurales, la tolerancia y el respeto entre la sociedad.

Los medios electrónicos de comunicación, resultan ser tan importantes ya que tienen la fuerza y la capacidad necesaria para sembrar modas, costumbres y sugerir actitudes o conductas, es aquí donde surgen los señalamientos en contra, existen opiniones que en el caso de México, la televisión se maneja como un medio que es utilizado sólo para entretener, descartando la responsabilidad que tiene como medio masivo de educar e informar a la sociedad, pero la realidad es esta. En una sociedad donde el consumismo crece día con día y en donde el factor tiempo es más escaso, el entretenimiento es una de las principales exigencias de una sociedad agobiada por tener trabajos que no quieren o no les gustan y lo único que esperan es su cheque cada quincena para solventar los gastos de su casa y de comida, no queda mucho espacio para programas de investigación y discusión, si la mayoría pide programas chatarra esto es lo que la industria generará más.

Los medios de comunicación en la actualidad cargan la vieja estigma de estar altamente vinculados a determinados grupos políticos o personajes que se encuentran en el poder, ya que la mayoría de estos medios siguen siendo

meros instrumentos por los cuales se filtra y distribuye la información, más no cumplen un papel de medios generadores de comunicación, al menos no todos.

Es necesario cortar todos aquellos nexos entre el Estado y los medios, eliminando todas aquellas imposiciones, actualmente existe más un ambiente de negociación y ya no un ambiente de amenazas, asesinatos o censuras. Lo que resulta verdaderamente necesario es una garantía en la libertad de expresión e información en los medios de comunicación, en pocas palabras que los medios sean independientes y democráticos cobijados por principios de honestidad y transparencia.

Las organizaciones políticas, en el caso de los partidos políticos muchos aseguran vivir a flor de piel la democracia dentro de su organización política y más aun presumen de tener artículos en sus estatutos que la garantizan, pero su realidad democrática es el hecho de celebrar elecciones cada cierto periodo, es para ciertas personas un simulacro democrático, la democracia existe en el respeto a los derechos humanos, el ser seres humanos libres, en reconocer y escuchar a los grupos minoritarios que todos en su conjunto vivan una realidad diaria apegada a la pluralidad y la justicia.

Existen otro tipo de organizaciones cómo: las organizaciones estudiantiles, sindicatos, grupos empresarios y patronatos, en las cuales existe la "libertad" entre sus miembros de debatir ideas utilizando la crítica como un factor de ejercicio democrático.

¿Existe la ética dentro de la mercadotecnia política?

Esta es sin duda una de las preguntas más frecuentes que surgen dentro de las esferas de comunicadores, analistas políticos y la sociedad en general, cuando se observa que las campañas políticas tienden a caer en los excesos tanto en la cantidad de su publicidad como en su contenido, ya que la mayoría de las campañas dedican un gran porcentaje de sus contenidos a atacar y denigrar al contrincante político, inclusive haciendo público problemas o aspectos negativos de su vida privada, en la actualidad existe un crecimiento en el amarillismo político que más que proponer se basan en ataque destacando los errores y debilidades de sus oponentes.

A partir de este tipo de situaciones políticas surge la inquietud de estos variados grupos por delimitar específicamente los parámetros éticos dentro de la política y por supuesto de la misma mercadotecnia política, en este sentido habría que dejar claro un factor muy importante, para lo que alguna persona en particular resulte una practica normal y dentro de los parámetros sociales, para alguien más o cierto grupo estaría cometiendo un error o simplemente su moralidad no lo aprueba del todo, es por este tipo de problemas lo complicado que resulta el delimitar aspectos éticos, ya que nuestra sociedad esta compuesta por una gran variedad de costumbres culturales y políticas, además se podría argumentar la violación de un derecho que la constitución nos ofrece y este seria la libertad de expresión.

Ante este tipo de situaciones creo que la opción más viable seria un fenómeno de autorregulación en donde las campañas con tintes negativos sean

desplazadas poco a poco por una sociedad que exija mayor compromiso por parte de los políticos y de esta manera las compañías tendrán que concentrarse en la construcción de propuestas en beneficio de la sociedad así quedando rezagadas todas aquellas campañas denigrantes.