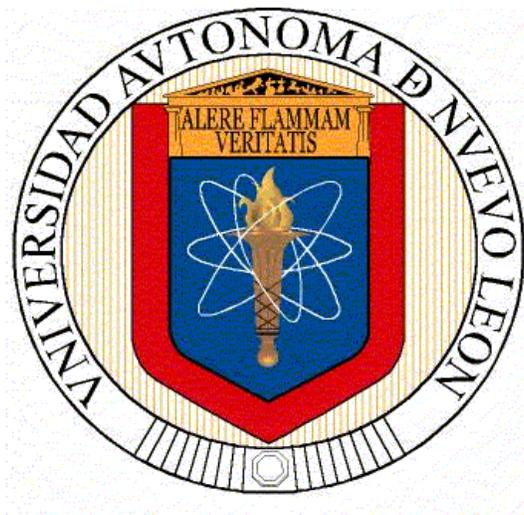


UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN
FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA Y ADMINISTRACIÓN
CENTRO DE DESARROLLO EMPRESARIAL Y POSGRADO



**LAS ORIENTACIONES DE LA IMAGEN CORPORATIVA SOBRE EL
PODER LEGISLATIVO MEXICANO QUE IMPACTAN EN EL
PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.**

PRESENTADA POR:

EDGAR DANILO DOMÍNGUEZ VERA

**COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO DE
DOCTOR EN FILOSOFÍA CON ESPECIALIDAD EN
ADMINISTRACIÓN**

MAYO 2014

La política debe ser realista; la política debe ser idealista: dos principios que son ciertos cuando se complementan y falsos cuando se mantienen separados.

M. Bluntschli

DEDICATORIA

A mi esposa Laura Maricela y a mi hijo Edgar Belisario porque su amor es el motor y combustible que mueve mi sistema de principios y valores...

A mi padre Belisario †, a mi madre Dulce María por permitirme vivir y seguir adelante y dejarme una estructura de principios y valores que me han ayudado a entender que lo más valioso en la vida es intangible...

A mi abuelita María Isabel Ibáñez Bache —Doña Mariacha—, que Dios la siga conservando con bien, a mis tías y tíos, primos y primas, y sobrinos.

A mis hermanos José Manuel Belisario, Julio César, Javier, Ernesto, Valentín Belisario, Dulce Nelly y Antonio.

A mi mami suegra, Doña Gloria Amparo Garza Chapa, por haber confiado, con amor, a una mujer enamorada; con amor procuraré que lo siga estando.

A Diana, Juanma, Mariana y Alejandra.

A Adriana, Armando, Carlos, Fernando, Rogelio, Rubén y Alejandro, por ser compañeros de un mismo objetivo.

Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Contaduría Pública y Administración
Centro de Desarrollo Empresarial y Posgrado
Doctorado en Filosofía con Especialidad en Administración

Disertación

**“LAS ORIENTACIONES DE LA IMAGEN CORPORATIVA SOBRE EL PODER
LEGISLATIVO MEXICANO QUE IMPACTAN EN EL PRESTIGIO INSTITUCIONAL DE
LOS PARTIDOS POLÍTICOS”**

Presentada por:

Edgar Danilo Domínguez Vera

Aprobada por el Comité Doctoral

Dra. Karla A. C. Sáenz López
Presidente

Dr. Gustavo Alarcón Martínez
Secretario

Dr. José Nicolás Barragán Codina
Vocal 1

Dra. Mónica Blanco Jiménez
Vocal 2

Dr. Francisco Ramiro Sánchez García
Vocal 3

Cd. Universitaria de Nuevo León, 15 de Mayo de 2014

AGRADECIMIENTOS

Doy Gracias a la Universidad Autónoma de Nuevo León por ser una institución que permite la democratización del conocimiento, generadora de mejores condiciones de oportunidad e igualdad para los miembros de la sociedad que se acercan a ella...

Doy Gracias al Ing. José Antonio González Treviño, Cástulo Vela Villarreal † y Esteban Báez Villarreal por las oportunidades recibidas en su momento...

Doy Gracias a mis maestros de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica por ser baluarte de los avances tecnológicos...

Doy Gracias a los doctores de Centro de Desarrollo Empresarial de la Facultad de Contaduría y Administración Pública de la UANL, al Dr. Joel Mendoza Gómez, Jesús Fabián López Pérez, Paula Villalpando Cadena y Dra. Mónica Blanco Jiménez, en especial al Dr. José Nicolás Barragán Codina, por sus atenciones y apoyo.

Doy Gracias a los investigadores de ciencia política que contribuyeron con sus comentarios: Dr. Francisco Sánchez García, Dra. Karla Eugenia Rodríguez Burgos y Dr. Oscar Ochoa González.

Doy Gracias, por su aportación en este proyecto de investigación, que ha venido a representar una catarsis para mi vida profesional, en especial reconozco la aportación la directora de esta tesis Dra. Karla A.C. Sáenz López y al Dr. Gustavo Alarcón Martínez.

Doy Gracias a todas las personas que participaron en las pruebas piloto y a los que aceptaron someterse al instrumento final porque su aportación fue de gran valor...

Contenido

LISTA DE TABLAS	11
LISTA DE FIGURAS	16
ABREVIATURAS	17
GLOSARIO DE TÉRMINOS	18
RESUMEN	19
INTRODUCCIÓN.....	20
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	21
1.1 ANTECEDENTES Y CONTEXTO	22
1.2 REVISIÓN PRELIMINAR DE LA LITERATURA.....	25
1.3 DECLARACIÓN DEL PROBLEMA.....	31
1.4 EL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN	32
1.5 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	32
1.6. HIPÓTESIS Y DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	32
1.6.1 Hipótesis Principal.....	32
1.6.2 Definición de Variables	33
1.6.3 Hipótesis de Trabajo	35
1.6.4 Modelo Gráfico.	36
1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
1.7.1 Objetivo General.....	36
1.7.2 Objetivos Específicos.....	37
1.8 JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD.....	37
1.9 METODOLOGÍA	40
1.9.1 Investigación Cuantitativa y Delimitación.....	40
1.9.2 Investigación Cualitativa y Delimitación	42
1.10 RECOMENDACIONES.....	42
1.11 DEBATE Y DISCUSIONES	43
1.12 CONCLUSIONES.....	46
CAPÍTULO 2: CULTURA POLÍTICA Y FILOSOFÍA POLÍTICA.....	47
2.1 ANTECEDENTES.....	47
2.2 FUNDAMENTOS DE LA CULTURA POLÍTICA DEMOCRÁTICA	48
2.2.1 CULTURA.....	48

2.2.2 POLÍTICA.....	49
2.2.3 CULTURA POLÍTICA.....	50
2.2.4 CULTURA POLÍTICA DEMOCRÁTICA	56
2.3 FILOSOFÍA POLÍTICA	58
2.3.1 Filosofía Liberista o Liberalismo Económico	58
2.3.2 Filosofía Republicana y Neo-republicana.....	62
2.3.3 Filosofía Liberal o Liberalismo Político.....	74
2.3.4 Filosofía Democrática.....	82
2.3.5 Filosofía Comunitaria	84
2.3.6 Espectro Ideológico Izquierda-Derecha	90
2.3.7 Ambientalismo	96
2.4 ESTUDIOS EMPÍRICOS SOBRE CULTURA POLÍTICA.....	97
2.4.1 Latinobarómetro	97
2.4.2 Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP)	98
2.4.3 Identidad Partidista en México	98
2.4.4 Perfil de Elector Neoleonés.....	99
2.4.5 Cultura Política, Identidad Política y Gobernabilidad en Monterrey.....	102
2.5 DEBATE Y DISCUSIONES	103
2.6 CONCLUSIONES	106
CAPÍTULO 3: LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y EL PODER LEGISLATIVO.....	107
3.1 ANTECEDENTES	107
3.2 LOS PARTIDOS POLÍTICOS	109
3.3 LA INTERACCIÓN DE LOS CIUDADANOS CON LOS PARTIDOS POLÍTICOS	111
3.4 CLASIFICACIÓN DE LOS CIUDADANOS Y LOS GRADOS DE PARTICIPACIÓN	113
3.4.1 Los Electores	113
3.4.2 Los Simpatizantes.....	115
3.4.3 Los Miembros y Militantes.....	117
3.5 RELACIÓN DE INTERCAMBIO DESIGUAL ENTRE EL PARTIDO POLÍTICO Y SUS MIEMBROS.	118
3.6 EL EMPODERAMIENTO DE LOS MIEMBROS EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS	123
3.7 EL DERECHO A LA IDENTIDAD PARTIDISTA	130
3.8 LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO Y SU MODELO DE IDENTIDAD CORPORATIVA	131
Los Documentos Básicos de los Partidos Políticos.....	134

3.9 LOS PARTIDOS POLITICOS EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN	138
3.10 EL PODER LEGISLATIVO MEXICANO	139
3.11 LEGITIMIDAD Y PRESTIGIO	142
3.12 DEBATE Y DISCUSIONES	143
3.13 CONCLUSIONES	147
CAPÍTULO 4: LA REPUTACIÓN CORPORATIVA Y LA IMAGEN CORPORATIVA.....	149
4.1 ANTECEDENTES	149
4.2 REPUTACIÓN CORPORATIVA.....	152
4.3 LA IMAGEN CORPORATIVA	166
4.4 DEBATE Y DISCUSIONES	169
Propuesta Teórica de Prestigio Institucional en Organizaciones Públicas.....	173
Propuesta Teórica de Prestigio Institucional en los Partidos Políticos	174
4.5 CONCLUSIONES	177
CAPÍTULO 5: METODOLOGIA DEL ESTUDIO CUANTITATIVO	179
5.1 DEFINICIÓN DE LAS ORIENTACIONES.....	179
5.2 HIPÓTESIS Y MODELO GRÁFICO.....	179
5.3 DEFINICIÓN DE VARIABLES	180
5.3.1 Definición de las Variables Independientes.....	180
5.3.2 Definición de la Variable Dependiente	182
5.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	183
5.4.1 Tipo de Investigación y Estudio de Campo	183
5.4.2 Definición del Universo y la Población. Unidad de Análisis	184
5.4.4 Cálculo del tamaño de la muestra simple.....	185
5.4.5 Prueba de Hipótesis	186
5.5 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN	188
5.5.1 Validez del Instrumento.....	188
5.5.2 Estructura de la Imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano como Variable Independiente.....	190
5.5.2 Estructura del prestigio institucional de los partidos políticos como Variable Dependiente..	191
CAPÍTULO 6: RESULTADOS DEL ESTUDIO CUANTITATIVO	195
6.1 Confiabilidad del Instrumento de Medición	195
6.1.1 Prueba Piloto #1.....	195

6.1.2 Prueba Piloto #2 y #3	198
6.1.3 Conclusiones de las Tres Pruebas Piloto	203
6.2 RESULTADOS FINALES	206
6.2.1 Confiabilidad del Instrumento de Medición	206
6.2.2 Estadística Descriptiva de las Variables independientes	210
6.2.3 Estadística Descriptiva de los indicadores de la Variable Dependiente	214
6.2.4 Regresión Lineal	220
6.2.5 Prueba de Hipótesis de trabajo.....	222
6.3 DEBATE Y DISCUSIONES FINALES	236
6.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	237
BIBLIOGRAFIA.....	239
ANEXOS.....	246
ANEXO 1: ESTUDIO CUALITATIVO: EL MENSAJE INSTITUCIONAL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS.....	247
A1.1 ANTECEDENTES.....	247
A1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	248
A1.2.1 Pregunta de Investigación	249
A1.2.2 Hipótesis General.....	249
A1.2.3 Hipótesis de Trabajo	249
A1.3 RESUMEN DEL MARCO TEÓRICO DE LAS FILOSOFÍAS POLÍTICAS.....	250
A1.4 METODOLOGÍA CUALITATIVA.....	254
Etapas para la Medición.....	255
Fases para la presentación de Resultados	261
A1.6 LIMITACIONES Y DEFICIENCIAS DEL ESTUDIO.....	261
ANEXO 2: EL MENSAJE INSTITUCIONAL DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.	264
A2.1 ANTECEDENTES.....	264
A2.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	264
Hipótesis.....	264
A2.3 ANÁLISIS DEL LEMA DEL PARTIDO	265
A2.4 ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTOS BÁSICOS CON RESPECTO A LAS FILOSOFÍAS POLÍTICAS.	266
A2.5 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERISTA	266
A2.6 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA REPUBLICANA Y NEO REPUBLICANA.....	267
A2.6.1 Republicanismo: Lealtad y Preservación de Instituciones.....	268

A2.6.2 Republicanismo: Fomento a la Afección Institucional.....	269
A2.6.3 Republicanismo: Virtudes Ciudadanas o Antivalores	270
A2.6.4 Republicanismo: Combate a la Desafección Institucional.....	271
A2.6.5 Republicanismo: Libertad como No dominación (Neo republicanismo).....	271
A2.7 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERAL (Liberalismo Político).....	272
A2.7.1 Liberalismo: Libertad como No Interferencia.....	273
A2.7.2 Liberalismo: Valores para Convivencia Plural.....	274
A2.8 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA DEMOCRÁTICA.....	275
A2.9 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA COMUNITARIA	276
A2.9.1 Comunitarismo en Comunidad Social.....	276
A2.9.2 Comunitarismo en Comunidad Partidista	277
A2.10 OBSERVACIÓN RESPECTO AL DISCURSO IDEOLÓGICO	278
A2.10.1 Ideología Espectro Político Izquierda-Derecha.....	278
A2.10.2 Ideología en Discurso Socio-Moral: Bienestar Social.....	279
A2.10.3 Ideología en Discurso Socio-Moral: Grupos Vulnerables	280
A2.10.4 Ideología en Discurso Socio-Moral: Desarrollo de Capacidades Humanas	280
A2.10.5 Ideología en Discurso Socio-Moral: Moralidad	281
A2.11 RESULTADOS RESPECTO AL DISCURSO AMBIENTALISTA.....	281
A2.12 IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL PAN	282
A2.12.1 Identidad del PAN en el Tema Económico	283
A2.12.2 Identidad del PAN en el Tema Político	285
A2.12.3 Identidad del PAN en el Tema Sociomoral	291
A2.13 CONCLUSIONES.....	301
A2.13.1 Discusión.....	302
A2.13.2 Recomendaciones.....	303
ANEXO 3: EL MENSAJE INSTITUCIONAL DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL	304
A3.1 ANTECEDENTES.....	304
A3.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	304
Hipótesis.....	304
A3.3 ANÁLISIS DEL LEMA DEL PARTIDO	305
A3.4 ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTOS BÁSICOS CON RESPECTO A LAS FILOSOFÍAS POLÍTICAS.....	306
A3.5 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERISTA	306

A3.6 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA REPUBLICANA Y NEO REPUBLICANA.....	307
A3.6.1 Republicanismo: Lealtad y Preservación de Instituciones.....	308
A3.6.2 Republicanismo: Fomento a la Afección Institucional.....	309
A3.6.3 Republicanismo: Virtudes Ciudadanas o Antivalores	310
A3.6.4 Republicanismo: Combate a la Desafección Institucional.....	311
A3.6.5 Republicanismo: Libertad como No dominación (Neo republicanismo).....	311
A3.7 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERAL (Liberalismo Político).....	312
A3.7.1 Liberalismo: Libertad como No Interferencia.....	313
A3.7.2 Liberalismo: Valores para Convivencia Plural.....	314
A3.8 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA DEMOCRÁTICA.....	315
A3.9 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA COMUNITARIA	316
A3.9.1 Comunitarismo en Comunidad Social.....	316
A3.9.2 Comunitarismo en Comunidad Partidista	317
A3.10 OBSERVACIÓN RESPECTO AL DISCURSO IDEOLÓGICO	317
A3.10.1 Ideología Espectro Político Izquierda-Derecha.....	318
A3.10.2 Ideología en Discurso Socio-Moral: Bienestar Social.....	319
A3.10.3 Ideología en Discurso Socio-Moral: Grupos Vulnerables	320
A3.10.4 Ideología en Discurso Socio-Moral: Desarrollo de Capacidades Humanas	321
A3.10.5 Ideología en Discurso Socio-Moral: Moralidad	321
A3.11 OBSERVACIÓN RESPECTO AL DISCURSO AMBIENTALISTA	322
A3.12 IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL PRI.....	323
A3.12.1 Identidad del PRI en el Tema Económico	323
A3.12.2 Identidad del PRI en el Tema Político	325
A3.12.3 Identidad del PRI en el Tema Sociomoral.....	327
A3.13 CONCLUSIONES.....	330
A3.13.1 Discusión.....	330
A3.13.2 Recomendaciones.....	331
ANEXO 4. Lista de personas que han presentado iniciativas de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León en el periodo del año 2008 al 2012.....	333
Anexo 5. Diversos oficios enviados para solicitar información e invitar a participar en el llenado de la encuesta.....	360

LISTA DE TABLAS

Capítulo 2

Tabla 1. Orientaciones que Construyen a la Cultura Política, según Almond y Verba	51
Tabla 2 .Modelos de Cultura Política	52
Tabla 3. Rasgos de la Cultura Cívica	55
Tabla 4. Críticas a la Teoría de la Cultura Cívica de Almond y Verba	55
Tabla 5. Diferencia entre Liberalismo y Democracia según Giovanni Sartori	83

Capítulo 3

Tabla 6: Elementos del empoderamiento	124
Tabla 7. Resultados electorales para renovar el Congreso del Estado de Nuevo León.....	138
Tabla 8. Conformación de la Cámara de Diputados en la LXII legislatura. 2012-2015	141
Tabla 9. Conformación de la Cámara de Senadores en la LXII legislatura. 2012-2018	142

Capítulo 4

Tabla 10. La Reputación Corporativa y sus Dimensiones	150
Tabla 11. Cuadro comparativo de las Dimensiones de la Reputación Corporativa vs. El Prestigio Institucional	173
Tabla 12. Adaptación de las Dimensiones del Prestigio Institucional a los Partidos Políticos	174

Capítulo 5

Tabla 13. Estructura del constructo imagen corporativa sobre el poder legislativo	190
Tabla 14. Estructura del constructo prestigio institucional de los partidos políticos	192

Capítulo 6

Tabla 15. Confiabilidad de las variables Independientes en prueba piloto #1	195
Tabla 16. Confiabilidad de los indicadores de la variable dependiente en prueba piloto #1	196
Tabla 17. Preguntas con las que se midió la variable independiente de orientación evaluativa de los dirigentes partidistas en la prueba piloto #1	197
Tabla 18. Preguntas con las que se midió la variable independiente de orientación evaluativa de los candidatos en la prueba piloto #1	197
Tabla 19. Preguntas con las que se midió la variable independiente de orientación evaluativa de los miembros del poder legislativo en la prueba piloto #1	197
Tabla 20. Preguntas con las que se midió la variable dependiente de la evaluación del ejercicio de los valores democráticos de los partidos políticos en prueba piloto #1	197

Tabla 21. Resultados del modelo de regresión en la prueba piloto #1	198
Tabla 22. Confiabilidad de las variables independiente en la prueba piloto #2 y 3	200
Tabla 23. Confiabilidad de las Variables dependientes en prueba piloto #2 y 3	201
Tabla 24. Resultados del modelo de regresión en la prueba piloto #2	202
Tabla 25. Resultados del modelo de regresión en la prueba piloto #3	202
Tabla 26. Confiabilidad de las variables independientes de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano; datos finales	209
Tabla 27. Confiabilidad de los indicadores de la variable dependiente el prestigio institucional del partidos políticos; datos finales	210
Tabla 28. Resultados porcentuales de la variable orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo	211
Tabla 29. Resultados porcentuales de la variable orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo	211
Tabla 30. Resultados porcentuales de la variable orientación de afectiva legal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo	212
Tabla 31. Resultados porcentuales de la variable orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo	213
Tabla 32. Resultados porcentuales de la variable orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el poder legislativo	213
Tabla 33. Resultados porcentuales de la variable orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa del poder legislativo	214
Tabla 34. Resultados porcentuales del indicador de la legitimidad del sistema de partidos	215
Tabla 35. Resultados porcentuales del indicador de la evaluación del ejercicio de los valores democráticos de los partidos políticos	215
Tabla 36. Resultados porcentuales del indicador de cognitivo personal de los partidos políticos	216
Tabla 37. Resultados porcentuales del indicador de afección personal de los partidos políticos	216
Tabla 38. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de recepción de demandas de los partidos políticos	217
Tabla 39. Resultados porcentuales del indicador de evaluación del proceso de demandas de los partidos políticos	218
Tabla 40. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de democracia interior de los partidos políticos	218

Tabla 41. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de resultados (outputs) de los partidos políticos	219
Tabla 42. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de influencia moral de los partidos políticos	219
Tabla 43. Resultados del modelo de regresión: La imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos	220
Tabla 44. Resultados del modelo de regresión: La imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos	222
Tabla 45. Prueba de independencia entre las variables orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos ..	223
Tabla 46. Prueba de independencia entre las variables orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos ..	225
Tabla 47. Prueba de independencia entre las variables orientación afectiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos ..	228
Tabla 48. Prueba de independencia entre las variables orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos..	230
Tabla 49. Prueba de independencia entre las variables orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos...	232
Tabla 50. Prueba de independencia entre las variables orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos	234

ANEXO 1

Tabla A1.1. Documentos observados del PAN y PRI	257
Tabla A1.2. Estructura del Instrumento cualitativo	258
Tabla A1.3. Fórmula para normalizar las observaciones en el instrumento cualitativo	260

ANEXO 2

Tabla A2.1. Documentos observados del PAN	264
Tabla A2.2. Análisis del Lema del PAN	265
Tabla A2.3. Análisis del Discurso Liberista del PAN	266
Tabla A2.4. Análisis del Discurso Republicano del PAN en Lealtad y Preservación de Instituciones	268

Tabla A2.5. Análisis del Discurso Republicano del PAN en Fomento a la Afección Institucional	269
Tabla A2.6. Análisis del Discurso Republicano del PAN en Virtudes Ciudadanas o Antivalores	270
Tabla A2.7. Análisis del Discurso Republicano del PAN en Combate a la Desafección Institucional	271
Tabla A2.8. Análisis del Discurso Republicano del PAN en Libertad como No Dominación	272
Tabla A2.9. Análisis del Discurso Liberal del PAN en Libertad como No Interferencia	273
Tabla A2.10. Análisis del Discurso Liberal del PAN en Valores para Convivencia Plural	274
Tabla A2.11. Análisis del Discurso Democrático del PAN	275
Tabla A2.12. Análisis del Discurso Comunitario del PAN en Comunidad Social	276
Tabla A2.13. Análisis del Discurso Comunitario del PAN en Comunidad Partidista	277
Tabla A2.14. Análisis del Discurso Ideológico del PAN	278
Tabla A2.15. Análisis del Discurso Sociomoral del PAN en Bienestar Social	279
Tabla A2.16. Análisis del Discurso Sociomoral del PAN en Grupos Vulnerables	280
Tabla A2.17. Análisis del Discurso Sociomoral del PAN en Desarrollo en Capacidades Humanas	280
Tabla A2.18. Análisis del Discurso Sociomoral del PAN en Moralidad	281
Tabla A2.19. Análisis del Discurso Ambiental del PAN	282

ANEXO 3

Tabla A3.1. Documentos Observados del PRI	304
Tabla A3.2. Análisis del Lema del PRI	305
Tabla A3.3. Análisis del Discurso Liberista del PRI	306
Tabla A3.4. Análisis del Discurso Republicano del PRI en Lealtad y Preservación de Instituciones	308
Tabla A3.5. Análisis del Discurso Republicano del PRI en Fomento a la Afección Institucional	309
Tabla A3.6. Análisis del Discurso Republicano del PRI en Virtudes Ciudadanas o Antivalores	310
Tabla A3.7. Análisis del Discurso Republicano del PRI en Combate a la Desafección Institucional	311
Tabla A3.8. Análisis del Discurso Republicano del PRI en Libertad como No Dominación	312
Tabla A3.9. Análisis del Discurso Liberal del PRI en Libertad como No Interferencia	313
Tabla A3.10. Análisis del Discurso Liberal del PRI en Valores para Convivencia Plural	314
Tabla A3.11. Análisis del Discurso Democrático del PRI	315
Tabla A3.12. Análisis del Discurso Comunitario del PRI en Comunidad Social	316
Tabla A3.13. Análisis del Discurso Comunitario del PRI en Comunidad Partidista	317
Tabla A3.14. Análisis del Discurso Ideológico del PRI	318
Tabla A3.15. Análisis del Discurso Sociomoral del PRI en Bienestar Social	319
Tabla A3.16. Análisis del Discurso Sociomoral del PRI en Grupos Vulnerables	320

Tabla A3.17. Análisis del Discurso Sociomoral del PRI en Desarrollo en Capacidades Humanas	321
Tabla A3.18. Análisis del Discurso Sociomoral del PRI en Moralidad	321
Tabla A3.19. Análisis del Discurso Ambiental del PRI	322

LISTA DE FIGURAS

Capítulo 1

Figura 1. Modelo Gráfico de la Hipótesis 36

Figura 2. Dominio de la Legitimidad 44

Capítulo 2

Figura 3. Resumen gráfico de la cultura política de Almond & Verba (1963) 53

Capítulo 3

Figura 4. Actitud de un «ciudadano-elector independiente» y sin identidad partidista ante un partido político 115

Figura 5. Actitud de un simpatizante o «ciudadano-elector dependiente» o «ciudadano con identidad partidista» ante un partido político 116

Figura 6. Nivel de sometimiento entre la «coalición dominante» y los «miembros» 121

Figura 7. El proceso de autogestión 125

Figura 8. Propósito Significativo para Ingresar a un Partido Político 128

Capítulo 4

Figura 9. Modelo Gráfico de la Reputación Corporativa 150

Figura 10. Enfoques de estudio de la reputación corporativa 161

Figura 11. Factores de la imagen partidista que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos 170

Figura 12. Factores de la imagen corporativa del Poder Legislativo mexicano que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos 172

Figura 13. Dimensiones del prestigio institucional de los partidos políticos 176

Capítulo 5

Figura 14. Modelo Gráfico de la Hipótesis Principal 180

Anexo 1

Figura A1.1 Documentos observados del PAN 256

Figura A1.2 Documentos observados del PRI 256

Figura A1.3 Versión de Adobe Reader X 259

Figura A1.4 Búsqueda avanzada de Adobe 260

ABREVIATURAS

CEE. Comisión Estatal Electoral.

COFIPE. Código Federal de Procedimientos e Instituciones Electorales.

CONAPO. Consejo Nacional de Población

CPEUM. Constitución Política de los Estado Unidos Mexicanos.

ENCUP. Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas.

IFE. Instituto Federal Electoral.

PAN. Partido Acción Nacional.

PRD. Partido de la Revolución Democrática.

PRI. Partido Revolucionario Institucional.

PT. Partido del Trabajo.

PVEM. Partido Verde Ecologista de México

SEDENA. Secretaría de la Defensa Nacional.

SEGOB. Secretaría de Gobernación del Poder Ejecutivo Federal Mexicano.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Afección: Relativo al aprecio, apego o rechazo que se siente por algo o alguien.

Evaluación: Se refiere a los juicios y opiniones que se tiene acerca de algo o alguien.

Orientación: Se refiere a las diversas posturas que se pueden tomar con respecto algo o alguien.

Cognición: Se refiere al conocimiento que se tiene acerca de algo, alguien o algún tema.

RESUMEN

Elementos teóricos de la ciencia administrativa y la ciencia política se han conjuntado para dar lugar a un marco teórico que permita estudiar los recursos intangibles en las organizaciones públicas. De esta forma, la combinación de la reputación corporativa y la cultura política justifica la adopción del constructo prestigio institucional.

El enfoque sistémico que Almond & Verba presentaron en 1963, sobre el sistema político, continua vigente a pesar de sus limitaciones. Las orientaciones cognitiva, afectiva y evaluativa son enfoques compartidos tanto en la reputación corporativa como en la cultura política.

El perfil de los ciudadanos que presentaron una iniciativa de ley en el Congreso del Estado de Nuevo en el periodo 2008 al 2012, permite hacer inferencias para un grupo individuos que cuente con altos niveles de información pública y que tenga una actitud positiva hacia la participación ciudadana.

Con el estudio cuantitativo se muestra evidencia empírica de que, para este grupo de personas, la imagen corporativa que tienen del Poder Legislativo mexicano, cuenta con un coeficiente de determinación metodológicamente aceptable con el prestigio institucional de los partidos políticos. Dicha imagen corresponde a la evaluación actual y la afección legal hacia los legisladores. Mientras que el prestigio de los partidos políticos tiene 9 indicadores que se explican con las variables de la imagen.

Estas conclusiones permiten entender mejor el fenómeno social de la deslegitimación democrática que actualmente México está experimentando.

Con el estudio cualitativo se abren líneas de investigación que permitan conocer mejor el mensaje institucional de los partidos políticos y su relación con las filosofías políticas. También abren camino para comprender mejor la influencia que los documentos partidistas tienen sobre la evolución de las estructuras partidistas.

INTRODUCCIÓN

En el capítulo uno se analiza los antecedentes y el contexto en el que se desarrolló esta investigación, hace una revisión preliminar del marco teórico, se aborda el planteamiento del problema y la hipótesis de investigación, además se definen las variables del problema y se describen las metodologías de investigación utilizadas para la comprobación de la hipótesis.

En el capítulo dos se hace una revisión del marco teórico de la cultura política de Almond & Verba, la filosofía política y de algunos estudios empíricos sobre este tema.

En el capítulo tres se hace una revisión de los elementos teóricos de los partidos políticos teniendo como referencia a Maurice Duverger, Ángelo Panebianco y Giovanni Sartori. Se describe el contexto actual de los partidos políticos en México y Nuevo León, así como del poder legislativo mexicano.

En el capítulo cuatro se revisa la literatura de la reputación corporativa, la imagen corporativa y el manejo que se le ha dado dentro de las organizaciones que participan en una economía de mercado.

En el capítulo cinco se explica la metodología del estudio cuantitativo, se definen con mayor precisión las variables a investigar y el tipo de investigación. Además se define el instrumento de medición así como el universo y la población que será sometida a dicho instrumento.

En el capítulo seis se muestran los resultados del estudio cuantitativo, de las tres pruebas piloto y los resultados finales, la confiabilidad del instrumento, la estadística descriptiva de la muestra que participó en la investigación y el resultado de la prueba de hipótesis con la regresión lineal.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La sistemática deslegitimación de la democracia en México pasa por la deslegitimación de las dos instituciones centrales de la misma: El Poder Legislativo y los partidos políticos (Latinobarómetro, 2010) (Latinobarómetro, 2011). Si las organizaciones son legítimas cuando son aceptadas por el entorno que las rodea (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 62). Entonces, conocer los factores que correlacionan a ambas, permitirá entender mejor semejante fenómeno social.

El sistema de partidos (Duverger, 1951, pág. 231) forma parte de la evolución de la cultura occidental que parte de la democracia griega y llega hasta nuestros días (Sartori, Teoría de la Democracia, 1988, págs. 38, 378, 413, 532). Investigar sobre deslegitimación de la democracia equivale a tratar de conocer las causas para saber por qué el Poder Legislativo y los partidos políticos tienen bajos niveles aceptación por parte la sociedad mexicana.

Duverger (1951) señala que la corrupción tuvo un importante papel en el desarrollo de los grupos parlamentarios británicos de 1700 (p.15-18). Saber cuál es el papel que juega la corrupción en la deslegitimación de la democracia en México (Latinobarómetro, Informe, 2011, pág. 41) es tratar de conocer las causas del desprestigio del Poder Legislativo y de los partidos políticos.

No investigar sobre las causas de la deslegitimación de la democracia, equivale a permitir que continúe la erosión de los fundamentos de la cultura occidental sin darnos la oportunidad de reflexionar, científicamente, sobre las áreas de oportunidad que tiene la sociedad mexicana. Nuestra cultura desechó otros sistemas políticos diferentes al democrático, por lo que no se visualiza otro camino preferible que la democracia como un sistema de convivencia (Sartori, 2012, pág. 101).

Tanto la ciencia administrativa como la ciencia política relacionan la legitimidad y el prestigio de las organizaciones. El estudio de los activos intangibles abre un abanico de enfoques que ayudan a la comprensión de este fenómeno social. El marco teórico de la

reputación corporativa y de la cultura política permite encontrar la fundamentación para la adopción del constructo de prestigio institucional.

Si los resultados de este estudio transeccional pudieran convertirse en información longitudinal podría comprenderse mejor la evolución de las estructuras partidistas y complementar la teoría de los modelos de partidos; objetivo que está en la mente de teóricos clásicos como Maurice Duverger (1951) (p.10) y Ángelo Panebianco (1990).

1.1 ANTECEDENTES Y CONTEXTO

La gestión de recursos intangibles en las organizaciones se ha englobado en el concepto al que hoy se le llama reputación corporativa (Martínez & Olmedo, 2010) (Villafañe, 2005-2006) (De Castro, 2008) (Argáez Huante, 2009) (Costa, 2003) (Garbett, 1991). En la literatura a la que se ha tenido acceso, predominan los estudios dirigidos hacia las organizaciones privadas cuyo contexto de participación es el del sistema de economía de mercado, y en menor medida, de instituciones educativas (Volkwein & Sweitzer, 2006).

La presente investigación doctoral adapta el marco teórico de la reputación corporativa y lo complementa con la literatura de la ciencia política, para que sea aplicado a las organizaciones de asociación voluntaria de interés público cuyo contexto de participación es el sistema político. En México, esta característica la cumplen los partidos políticos y se refleja, principalmente, en el financiamiento que el gobierno les otorga para que puedan realizar las actividades que les permitan alcanzar sus objetivos (Diputados, 2009).

Costa (2003) señala que en el actual modelo de economía de mercado, la venta de servicios se basa en “valores inmateriales”, los cuales son difícilmente demostrables, experimentales y evaluables en sus prestaciones y su grado de calidad (p.59).

Los recursos intangibles corporativos reconocidos hasta este momento y que tienen impacto en la reputación corporativa son: la imagen corporativa, la identidad

corporativa, la cultura organizacional, el modelo de imagen corporativa y sus estrategias de comunicación (Costa, 2003, págs. 59, 131, 148, 161, 223, 226-227) (Martínez & Olmedo, 2010). La organización con más reconocimiento internacional para realizar estudios sobre este tema es *reputation institute* y cuenta con la siguiente página electrónica: <http://www.reputationinstitute.com/>.

En la cultura occidental, el poder público obtiene legitimidad con la elección democrática de los gobernantes (Sartori, 2007, pág. 38). Sin embargo, Duverger (1951) ha señalado que la democracia no está amenazada por el régimen de partidos, sino por la orientación contemporánea de sus estructuras interiores, textualmente dice que: “el peligro no está en la existencia misma de los partidos, sino en la naturaleza militar, religiosa y totalitaria que los revisten” (p.452). Años más tarde Panebianco (1990) definiría a esto como la institucionalización de los partidos (p. 107-138).

El estudio empírico de la Corporación Latinobarómetro (2010), señala que México y Brasil son los dos países de la región, con la mayor cantidad de población que da una baja legitimidad a la democracia, es decir, la mayor cantidad de personas que no apoyan a la democracia y, que consideran a los partidos y al Poder Legislativo como no necesarios para que la democracia funcione (pags.30-31). En el 2011 el apoyo a la democracia en México, continuó a la baja (Latinobarómetro, 2011, pág. 29).

Los mexicanos señalan que a la democracia le falta (1) reducir la corrupción y (2) aumentar la transparencia del Estado, con un 55% y 26%, respectivamente (Latinobarómetro, Informe, 2011, pág. 41). La corrupción, impunidad e ineficiencia administrativa del gobierno generan falta de credibilidad y confianza en las organizaciones públicas. Otros factores que abonan a la deslegitimación de la democracia son la violencia y la deteriorada seguridad pública, las cuales son percibidas por la población como una prioridad que debe ser atendida por las autoridades (Latinobarómetro, 2011, pág. 32).

Con el propósito de medir la credibilidad y confianza en las organizaciones, la ciencia administrativa cuenta con el robusto marco teórico de la reputación corporativa. Sin embargo, éste se limita a las organizaciones que participan dentro de un sistema de orden espontáneo —el subsistema de mercado—, dejando fuera aspectos que deben considerarse al estudiar a las organizaciones que participan dentro de un sistema de orden organizado —el sistema político— (Sartori, 1988) (Sartori, 2012).

Hemos detectado que existe una ambigüedad al momento de definir la diferencia entre reputación y prestigio. El estado del arte en ocasiones los considera sinónimos y en otras hace una marcada diferenciación (Martínez & Olmedo, 2010). Por tanto, nuestra propuesta va en el sentido de dejar el concepto de reputación corporativa tal y como hasta ahora se ha estado investigando, es decir hacia organizaciones mercantiles, y adoptar el concepto de prestigio institucional para que considere aquellos aspectos que permitan entender mejor a las organizaciones públicas.

El contexto actual es que México ha tenido un periodo de más de una década de estabilidad económica, en ese mismo tiempo, el crecimiento económico ha sido por debajo del potencial del país, no se ha podido reducir considerablemente la pobreza y la generación de empleo no ha sido suficiente para satisfacer la demanda. Dado que Inglehart (1987) ha mostrado evidencia que correlaciona el desarrollo económico y las percepciones sociales de una población; aunado a los estudios empíricos a los que hemos tenido acceso, es que podemos inferir que el prestigio de las instituciones públicas en México, está comprometido y en un déficit con los ciudadanos.

La falta de oportunidades de desarrollo humano ha orillado a la emigración hacia los Estados Unidos de América, que se ha convertido en una de las opciones más socorridas para quienes buscan y anhelan sus mejores condiciones de vida de forma honesta. Otros más han optado por engrosar las filas de la economía informal con un futuro incierto en cuestión de seguridad social. Lamentablemente, adherirse a la delincuencia organizada ha sido otra forma nada aceptable, socialmente hablando, para satisfacer las necesidades fisiológicas más básicas de la población,

principalmente aunque no únicamente, jóvenes que no tuvieron acceso a la preparación académica.

Por todo lo anterior, no es de extrañarse que la democracia en México esté en un proceso de deslegitimación y desprestigio, y con ella todas las instituciones relacionadas con la democracia como los son los partidos políticos y el poder legislativo, tal y como lo deja patente la Corporación Latinobarómetro en sus informes anuales del 2010 y 2011.

Bajo este contexto es que se hace necesario encontrar fórmulas que ayuden a mejorar la legitimidad democrática, mejorar la confianza y credibilidad ciudadana hacia la democracia y sus instituciones, así como mejorar el prestigio de las instituciones públicas; es pues conveniente encontrar herramientas que ayuden a prevenir, los rasgos de ingobernabilidad, antes de que se generalicen a más zonas del país.

Las instituciones que están reconocidas como eje centrales de la democracia son el Poder Legislativo y los partidos políticos (Latinobarómetro, 2010, pág. 29). Por tanto, esta investigación pretende conocer la correlación entre la imagen corporativa que generan los legisladores mexicanos hacia un perfil específico de la población que forma parte de su público de interés y el prestigio que éstos le asignan a los partidos políticos (Costa, 2003, págs. 108-112). En este caso, el público al que nos referimos son los ciudadanos que del año 2008 al 2012 presentaron alguna iniciativa de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León.

1.2 REVISIÓN PRELIMINAR DE LA LITERATURA

Elementos teóricos y empíricos de la ciencia administrativa y la ciencia política se han conjuntado para dar lugar a un marco teórico que permita estudiar los recursos intangibles en las organizaciones públicas. Las orientaciones que son la base del presente estudio coinciden y tienen su fundamento teórico en ambas ciencias.

La ciencia administrativa aporta las literaturas sobre la reputación corporativa y la imagen corporativa (Chun, 2005) (Villafañe, 2005-2006) (De Castro, 2008) (Argéaz Huante, 2009) (Costa, 2003) (Garbett, 1991) (Martínez & Olmedo, 2010). Ésta última indica que la reputación empresarial es un fenómeno de naturaleza intangible que está basado en la información y conocimiento, que es evaluada por diferentes grupos de interés sobre la base de percepciones y valoraciones, y se ven involucrados diversos valores como la confianza, credibilidad y responsabilidad (De Castro, 2008, págs. 25,29,33).

La ciencia política aporta la literatura de la cultura política, los partidos políticos, la democracia y la filosofía política (Almond & Verba, 1992) (Duverger, 1951) (Panebianco, 1990) (Sartori, 1988) (Sartori, 2007) (Sartori, 2012), con toda estas teorías se puede estudiar al sistema político.

Almond & Verba (1992) señalan que la cultura política se construye por la interacción de tres tipos de orientaciones: la cognitiva, la afectiva y la evaluativa. (1) La cognitiva, que tiene que ver con los conocimientos y creencias acerca del sistema político, de sus papeles y de los incumbentes de dichos papeles en sus aspectos políticos (*inputs*) y administrativos (*outputs*). (2) la afectiva, que se refiere a los sentimientos acerca del sistema político, sus funciones, personal y logros; y (3) la evaluativa, que toca a los juicios y opiniones sobre objetos políticos que involucran típicamente la combinación de criterios de valor con la información y los sentimientos. Dentro de los objetos políticos se mencionan a los cuerpos legislativos y a los partidos políticos (p. 180-181).

Al comparar los elementos teóricos de la cultura política (Almond & Verba, 1992) con los de la imagen corporativa (De Castro, 2008) encontramos lo siguiente: (1) La orientación cognitiva de Almond & Verba coincide con la información y conocimiento De Castro. (2) La orientación afectiva de Almond & Verba coincide con las valoraciones que hacen los grupos de interés, señaladas por De Castro y (3) La orientación evaluativa de Almond & Verba coincide con las evaluaciones que hacen los diversos grupos de interés teniendo como base sus percepciones, fenómeno mencionado por

De Castro. Estas orientaciones fueron aplicadas para crear los constructos de la imagen corporativa sobre el poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Los estudios de la imagen y la reputación corporativas se han centrado en organizaciones que actúan bajo la dinámica del sistema de economía de mercado, los cuales no consideran aspectos para organizaciones que actúan en un sistema político.

Sartori (2012) señala que el sistema económico y el sistema político no es la misma cosa (p.85). Aclara que el sistema económico es mayor al subsistema de mercado, por lo que está contenido dentro del primero. Describe al mercado como el subsistema que pone en contacto a los productores de bienes —no de servicios— con los consumidores de bienes (Sartori,1988, pág.491).

Bajo esta lógica el sistema de mercado se clasifica como de un orden espontáneo. Esto implica que el mercado funciona por sí mismo y no está gobernado por nadie; que no fue concebido ni diseñado por nadie (Sartori, 2012, pág. 87). Por el contrario el sistema político occidental es un orden organizado, que fue concebido y diseñado para que la población no fuera gobernada tiránicamente por lo que deberían ser gobernada mediante leyes (Sartori, 1988, pág. 378).

Diversos autores han abordado a la reputación empresarial como un concepto multidimensional que ha sido analizada como un recurso estratégico, una capacidad corporativa, un activo intangible y una fuente de ventaja competitiva. Sin embargo, es Chun (2005), quien identifica tres dimensiones que conforman la reputación corporativa: (1) la imagen, entendida como la percepción externa que tienen los grupos de interés de la organización, especialmente consumidores; (2) la identidad corporativa, es decir, la opinión de los miembros que forman parte a nivel interno de la empresa; y (3) la identidad deseada, que se refiere a cómo los directivos de la firma quieren que ésta sea vista (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68) (Costa, 2003, pág. 53).

La similitud semántica entre reputación y prestigio nos llevó a revisar el estado del arte. Se encontró una amplia literatura de aplicación del concepto reputación en las organizaciones que participan dentro del sistema de economía de mercado (Martínez & Olmedo, 2010) (De Castro, 2008). En cuanto al concepto de prestigio, se pudo observar que la literatura es considerablemente más limitada, encontrándose su aplicación en Escuelas y Universidades (Volkwein & Sweitzer, 2006).

Los estudios teóricos y empíricos sobre democracia, permiten saber que existe una alta relación entre las organizaciones que son objeto de análisis en la presente investigación: los partidos políticos y las representaciones nacionales, sean congresos nacionales o parlamentos.

El marco teórico sobre democracia se compone con las aportaciones de Duverger (1951), Panebianco (1990) y Sartori (1988) (2007) (2012). Estos autores reconocen que existe una relación directa y estrecha entre las prácticas al interior de los partidos políticos y los órganos de gobierno, que incluso es semejante a una tiranía de partidos, fenómeno que se le conoce como partidocracia (Sartori, Teoría de la Democracia, 1988, pág. 192).

El marco empírico se compone, principalmente con los estudios de la Corporación Latinobarómetro (2010) (2011), La Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP) (SEGOB, 2009), el Perfil del Elector Neolonés (Vázquez Ferrel & Et al, 2009) y otras más.

Las filosofías políticas como el liberismo —liberalismo económico—, republicanismo y neo republicanismo, liberalismo político, democratismo, comunitarismo y ambientalismo, fueron abordadas con el objetivo de conocer los principios, valores e ideología que se enarbolan en el ambiente político.

Las perspectivas teóricas anteriormente señaladas permiten dar lugar al marco teórico del prestigio institucional de las organizaciones públicas cuyo objetivo principal es

incrementar su legitimidad. Esto en un contexto donde ya esté funcionando un orden democrático pero que no genera condiciones de desarrollo individual y colectivo, y por tanto hay altas tasas de insatisfacción ciudadana.

La ciencia política señala que existe una relación entre la legitimidad y el prestigio de la autoridad; que cuando la autoridad se entiende como una influencia moral, dicha autoridad está basada en el prestigio y la deferencia. (Sartori, Teoría de la Democracia, 1988, pág. 233) (Hobbes, 2001, pág. 69). Torcal señala que cuando no hay confianza en las instituciones se puede medir la desafección institucional (Lavezzolo, 2008, pág. 78).

La ciencia administrativa también aborda la relación entre prestigio y legitimidad. Menciona que la reputación es un activo de construcción y validación social, que es creada y mantenida a través de un proceso de legitimación que le permita a la organización ser aceptada y reconocida por los grupos de interés. Éstos evalúan múltiples aspectos de la empresa que van desde sus actividades desarrolladas en el pasado, los recursos y capacidades disponibles en el presente y las perspectivas futuras de desempeño que son necesarias para la creación de valor y obtención de rentas (De Castro, 2008, pág. 31).

La aceptación y reconocimiento de una organización se entiende como la capacidad para obtener y acumular premios y distinciones públicas, de forma que las organizaciones son legítimas cuando son aceptadas por el entorno que las rodea (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 62).

Los estudios empíricos que permite medir y relacionar el concepto de la legitimidad con el poder legislativo y los partidos políticos corren por cuenta de la Corporación Latinobarómetro (2010) y la Encuesta Nacional sobre cultura política y prácticas ciudadanas (ENCUP). El primero analiza el apoyo que la democracia tiene en dieciocho países de Latinoamérica y construyeron un índice de democracia por lo que agregaron preguntas sobre la legitimidad del congreso y los partidos políticos (p.23-31). Por su

parte, la ENCUP cuenta con un *ítem* en relación al mismo tema (SEGOB, ENCUP 2008, 2009, pág. 70).

Ambos estudios, el informe Latinobarómetro y la ENCUP, consideran a la legitimidad de los partidos políticos y del poder legislativo, en su mínima expresión, es decir, en el reconocimiento de su función social, mientras que su máxima expresión sería su prestigio institucional.

Debido que la reputación empresarial es un constructo multidimensional, los diversos recursos intangibles que están relacionados con ella, también están interrelacionados entre sí, pero pueden manipularse de manera independiente (De Castro, 2008, pág. 33). Por tanto, es perfectamente factible la realización de investigaciones considerando solo una de esas dimensiones para poder hacer aportaciones nuevas al conocimiento.

La teoría de la imagen corporativa señala seis factores que controlan la imagen de una compañía, la segunda de ellas es “La medida en que la compañía y sus actividades hagan noticia” (Garbett, 1991, pág. 3 y 15). Al combinar los diversos elementos teóricos anteriormente señalados, se ha determinado que los titulares de roles que son parte fundamental tanto del proceso político (*inputs*) como del administrativo (*outputs*) (Almond & Verba, 1992, pág. 181) y que tienen oportunidad de generar noticia son los gobernantes; y de entre la gama de gobernantes nos hemos centrado en los miembros del Poder Legislativo, considerando que estos últimos son un elemento, de los varios que impactan a la imagen partidos políticos.

Diversos estudios señalan que en México, la confianza ciudadana hacia el Poder Legislativo y los partidos políticos es baja (Moller, 2009, pág. 166) (Emmerich, 2009, pág. 205) (SEGOB, ENCUP 2008, 2009, págs. 67,92). Esta desconfianza se hace más evidente al revelar una muy baja participación ciudadana dentro de estas organizaciones de asociación voluntaria, pues sólo el 7% de los ciudadanos acepta participar o haber participado en alguno de ellos (SEGOB, ENCUP 2008, 2009, pág. 71).

Con fundamento teórico en lo anterior, el constructo imagen corporativa sobre el Poder legislativo tiene las orientaciones cognitiva, afectiva y evaluativa, por su parte el constructo de prestigio institucional de los partidos políticos, además de considerar las orientaciones antes mencionadas, incluye el enfoque sistémico que visualiza al sistema político con sus tradicionales elementos: entrada, proceso y salida (Almond & Verba, 1992). Por lo que, se compone de 9 indicadores que se describen más adelante.

En la presente investigación se encontró una causalidad entre las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos, teniendo como unidad de análisis a los ciudadanos que forman parte del público de interés para estas organizaciones.

1.3 DECLARACIÓN DEL PROBLEMA

De la literatura a la que se ha tenido acceso, se puede advertir que los partidos políticos y el poder legislativo en México, adolecen de una funcionalidad organizacional que contribuya a favor de la legitimación de la democracia y a incrementar el prestigio de las instituciones públicas (Lavezzolo, 2008) (Moller, 2009) (Emmerich, 2009) (Valencia, 2007-b) (Valencia, 2008) (Korstanje, 2007).

El efecto que podemos observar, por diversos estudios empíricos, es que el poder legislativo y los partidos políticos son las instituciones que menos confianza y credibilidad tienen por parte de los ciudadanos mexicanos, generando insatisfacción con la democracia y propiciando su deslegitimación (Latinobarómetro, 2010) (Latinobarómetro, 2011).

Los estudios a los que hemos tenido acceso no permiten conocer las causas de la deslegitimación de la democracia, ya que se limitan en dar a conocer la situación de deterioro social de sus instituciones centrales. Por tal motivo consideramos que al encontrar los factores que determinen el prestigio de los partidos políticos se podrá contribuir a subsanar, en parte, esta deficiencia.

Si la imagen corporativa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esta colectividad (Costa, 2003, pág. 53); nuestra incógnita es saber cuáles son las características de la imagen mental que, uno de los principales grupos de interés, tiene acerca de los miembros del poder legislativo y determinar si existe una causalidad con el prestigio que éstos les asignan a los partidos políticos. El grupo de interés al que nos referimos está compuesto por los ciudadanos que han presentado una iniciativa de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León entre el 2008 y el 2012.

1.4 EL PROPÓSITO DE LA INVESTIGACIÓN

El propósito de esta investigación (Creswell, 2003, pág. 87) es encontrar una relación de causalidad entre las orientaciones cognitiva, afectiva y evaluativa sobre la imagen corporativa del Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos. De tal forma que nos permita explicar las causas de la deslegitimación y desprestigio que ambas organizaciones experimentan en la actualidad y poder identificar algunas áreas de oportunidad que ayuden a mejorar la legitimidad de la democracia.

1.5 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son las orientaciones cognitiva, afectiva y evaluativa de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos y que permiten mejorar la legitimidad de la democracia?.

1.6. HIPÓTESIS Y DEFINICIÓN DE VARIABLES

1.6.1 Hipótesis Principal.

La hipótesis que será sometida a prueba es la siguiente:

Las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos y permiten mejorar la legitimidad de la democracia son las orientaciones cognitiva legal, cognitiva personal, afectiva legal,

afectiva personal, evaluativa actual y evaluativa en prospectiva, derivadas de la percepción que el grupo de interés tiene de los legisladores dentro del sistema político mexicano.

1.6.2 Definición de Variables

Las variables independientes corresponden a las orientaciones de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano, y son las siguientes (1) la cognitiva legal, (2) la cognitiva personal, (3) la afectiva legal, (4) la afectiva personal, (5) la evaluativa actual y (6) la evaluativa en prospectiva.

Definición Operacional de las Variables Independientes

1. Orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los conocimientos que el grupo de interés tiene de lo que establecen la Constitución Política de Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) acerca de las principales atribuciones legales (*outputs*) del Poder Legislativo.
2. Orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Es el conocimiento que el grupo de interés tiene acerca la práctica de las funciones mínimas deseadas (*inputs*) de los legisladores para que realicen sus actividades legales.
3. Orientación afectiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene acerca de la conformación que legalmente tiene el Poder Legislativo.
4. Orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene acerca de la actuación que los miembros del Poder Legislativo tienen dentro del sistema político mexicano.
5. Orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia acerca de la actuación que los miembros del Poder Legislativo tienen dentro del sistema político mexicano, en el momento actual.

6. Orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene acerca de la actuación que los miembros del Poder Legislativo tienen dentro del sistema político mexicano, con visión hacia el futuro.

Definición Académica de la Variable Dependiente

El prestigio institucional de los partidos políticos: Es el resultado de un proceso de legitimación que permite a los partidos políticos emitir dictámenes, juicios, propuestas, resoluciones, lineamientos u opiniones que producen la adhesión libre, aceptación o aprobación espontánea, respetuosa y cortés, de los ciudadanos.

Definición Teórica de la Variable Dependiente

El constructo prestigio institucional de los partidos políticos se compone por las percepciones y actitudes que el grupo de interés tiene respecto a (1) la legitimidad del sistema de partidos, (2) la evaluación del ejercicio de los valores democráticos, (3) el conocimiento personal sobre partidos políticos, (4) la afección personal hacia los partidos políticos, (5) la evaluación de desempeño como receptores de demandas de la sociedad, (6) la evaluación del desempeño como procesadores de demandas, (7) la evaluación del ejercicio interior de la democracia, (8) la evaluación como generadora de resultados a la sociedad y (9) la influencia moral que ejercen sobre la sociedad.

Definición operacional de los indicadores de la variable Dependiente

1. Legitimidad del sistema de partidos: Es la aceptación y reconocimiento social de que el método para elegir a los gobernantes sea mediante la competencia electoral entre partidos políticos que propongan a personas para ocupar dichos puestos y éstos sean elegidos mediante sufragio universal, libre y secreto.
2. Orientación evaluativa del ejercicio de valores democráticos: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia el ejercicio de los valores democráticos que se practican dentro los partidos políticos.

3. Orientación cognitiva personal de los partidos políticos: Es el conocimiento que el grupo de interés tiene acerca de la práctica de las funciones que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.
4. Orientación afectiva personal hacia los partidos políticos: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene acerca de las acciones que los partidos políticos realizan dentro del sistema político.
5. Orientación evaluativa de la recepción de demandas: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función de recepción de demandas que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.
6. Orientación evaluativa del proceso de demandas: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función del proceso de demandas que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.
7. Orientación evaluativa de su democracia interior: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia el ejercicio de la democracia al interior de los partidos políticos.
8. Orientación evaluativa de resultados: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función de proveedores e impulsores de resultados favorables hacia la sociedad que los partidos políticos tienen dentro del sistema político
9. Orientación evaluativa de su influencia moral: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función de influencia moral sobre los ciudadanos que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.

1.6.3 Hipótesis de Trabajo

Las Hipótesis que marcan una correlación direccionada, son las siguientes:

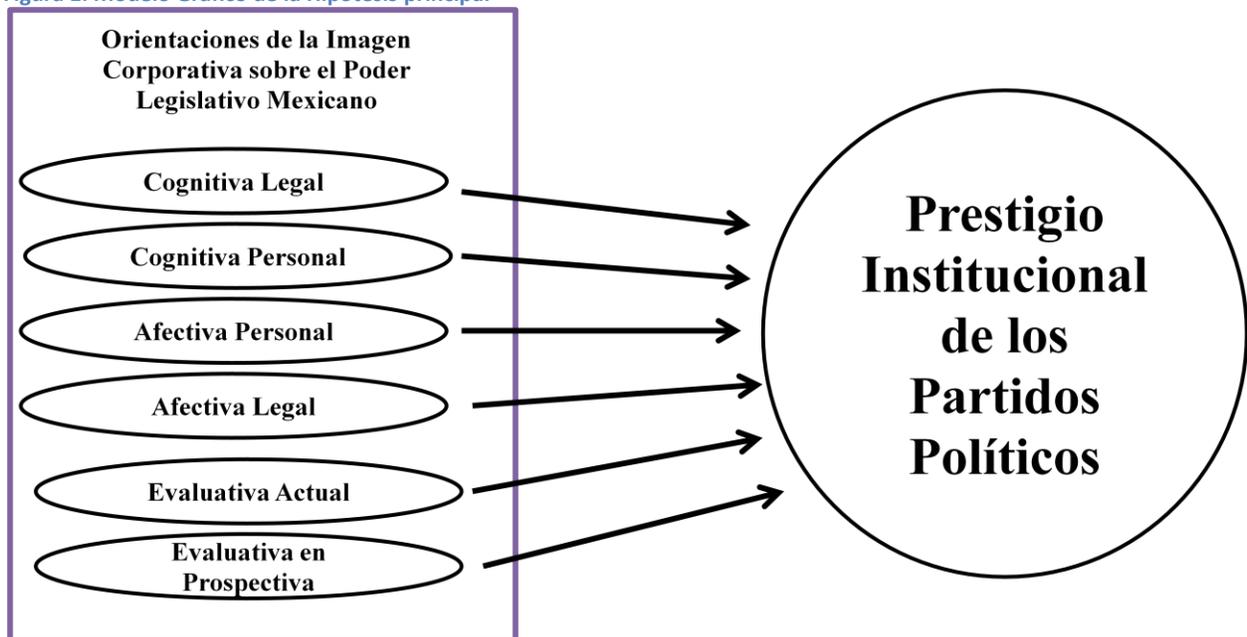
- 1) A mayor orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 2) A mayor orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

- 3) A mayor orientación afectiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 4) A mayor orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 5) A mejor orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 6) A mejor orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

1.6.4 Modelo Gráfico.

La representación gráfica de la hipótesis principal está plasmada en la figura 1.

Figura 1. Modelo Gráfico de la Hipótesis principal



Fuente: Elaboración propia

1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo General

Identificar las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos en Nuevo León, y permiten mejorar la legitimidad de la democracia.

1.7.2 Objetivos Específicos

- a) Revisar los antecedentes y contexto de la reputación y el prestigio en las organizaciones.
- b) Revisar y analizar la literatura de la cultura política, reputación corporativa, imagen corporativa, la democracia, partidos políticos, las filosofías políticas y la cultura organizacional.
- c) Identificar las variables y factores que determinan a la reputación y el prestigio en las organizaciones.
- d) Diseñar, aplicar y validar un instrumento cuantitativo que permita relacionar la imagen partidista con su prestigio institucional.
- e) Definir los factores de la imagen partidista que mayormente inciden en el prestigio de los partidos políticos.
- f) Definir si las orientaciones cognitiva legal, cognitiva personal, afectiva legal, afectiva personal, evaluativa actual y evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano incide en el prestigio institucional de los partidos políticos.
- g) Diseñar y aplicar un instrumento semántico cualitativo que facilite el estudio y análisis de los modelos de identidad corporativa para organizaciones políticas que permiten la emisión de mensajes institucionales y la definición de la identidad deseada de los partidos políticos con respecto a las filosofías políticas.

1.8 JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD

Los estudios empíricos de carácter continental o nacional, como el de la Corporación Latinobarómetro, la ENCUP y la identidad partidista en México, tratan sobre diversas problemáticas que ayudan a describir la situación política nacional; su temática ha sido amplia y general.

La ENCUP ha detectado, al igual que los estudios Latinoamericanos, que la democracia, en México, tiene una de las tasas más altas de deslegitimación, de un total de 18 países (Latinobarómetro, 2010) (Latinobarómetro, 2011) (SEGOB, 2009).

Conocer cuál es la legitimidad de las instituciones públicas durante un periodo de concordia forzada versus un conflicto armado (Sartori, 2012, pág. 63), permitirá anticipar escenarios que ayuden a tomar decisiones en un mundo que pretende regirse en un orden mundial multilateral. Y es que, por lo general, para garantizar la gobernabilidad bajo un régimen no democrático, se acompaña con violaciones a los derechos humanos, aumenta la incertidumbre jurídica del Estado de Derecho, sufre la inversión de capital y disminuye la generación de empleo. Por tanto, localizar las causas de la deslegitimación y el desprestigio de las instituciones públicas tiene valor por sí mismo para realizar esta investigación

El estudio local de la Comisión Estatal Electoral (CEE) llamado El perfil del elector neoleonés (Vázquez Ferrel & Et al, 2009), contribuye a conocer los rasgos de cultura política de la entidad. Investigaciones como el de la Dra. Karla Rodríguez Burgos en julio del 2010 titulado Percepciones y valores asociados a la democracia en Monterrey y el del Dr. Francisco Ramiro Sánchez García en mayo 2011, llamado La cultura política, identidad política y gobernabilidad en Monterrey, son estudios que mediante instrumentos cualitativos y cuantitativos, buscan encontrar las causas de la deteriorada legitimidad de la democracia y las instituciones públicas.

Con lo que ellos hicieron se pueden conocer las condiciones políticas sobre las que descansa el Estado de Nuevo León; abordan diversas problemáticas pero no la forma en cómo se puede medir el prestigio institucional de los partidos políticos. Se describe el deterioro social de las instituciones rectoras de la democracia pero no profundizan sobre las causas de la deslegitimación por la que atraviesa la democracia y las instituciones asociadas de ella. La línea de investigación que se propone, para comenzar a subsanar esta deficiencia, es identificar las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos.

La medición de este parámetro permitirá tener un mejor entendimiento acerca de las instituciones centrales de la democracia; conocer sus puntos fuertes y débiles, sus

amenazas y oportunidades, puede ser un buen punto de partida para que se inicie un diagnóstico y posteriormente se haga un plan de carácter estratégico que tenga como principal objetivo apuntalar la existencia y preferibilidad de la vida democrática (Sartori, 2012, pág. 101) como la mejor forma de dirimir los conflictos en nuestra sociedad.

De acuerdo al marco teórico, partimos del supuesto que al mejorar el prestigio de los partidos políticos se mejorará la legitimidad de la democracia y de las instituciones públicas.

Este estudio pretende poner a prueba las teorías de la ciencia administrativa con respecto a la reputación corporativa, identidad corporativa e imagen corporativa y la posibilidad adaptarlos para el estudio del prestigio institucional de los partidos políticos. También se pondrán a prueba las teorías de la cultura política para validar las orientaciones que propone. Así mismo, se podrá analizar si el marco teórico de las filosofías políticas influye o tienen relación con los modelos de identidad corporativa para organizaciones políticas y el mensaje institucional de los Partidos Políticos.

La ciencia administrativa se verá beneficiada al validar que, el marco teórico de la reputación corporativa se complementa con otras teorías para que sea aplicable a las organizaciones públicas. La ciencia política también se verá beneficiada pues se agregaran nuevos enfoques y conocimientos para su desarrollo.

El ser humano, por su naturaleza, ha buscado formas sintetizadas de aprehensión del conocimiento que le permitan entender, rápida y claramente, los fenómenos complejos a los que se enfrenta, para esto ha creado mecanismos de medición, métricas e indicadores (Pressman, 2010, pág. 586)ⁱ que, además de entender esos fenómenos, tenga la posibilidad predecirlos o pronosticarlos, así como de controlarlos, para finalmente tomar decisiones sobre bases lo más objetivas posibles.

Lo que justifica la realización de esta investigación son dos cosas, primero, los esfuerzos por medir la reputación corporativa, teniendo como base a estudios teóricos

y empíricos, principalmente aplicados a la empresa privada, y segundo, la escasa de literatura académica que permita establecer bases teóricas para medir un concepto similar aplicado exclusivamente a instituciones de carácter público, en este caso a organizaciones de asociación voluntaria, como lo son los partidos políticos.

La aplicación auto administrada del instrumento de medición —encuesta de opinión—, la disposición de información para localizar a los integrantes de la muestra, la alta posibilidad de que la recolección de los datos sea mediante la herramienta electrónica disponible en Google o en el formato tradicional impreso, hacen que esta investigación sea económica, operacional y técnicamente viable (Pressman, 2010).

1.9 METODOLOGÍA

El presente estudio es una investigación mixta pues consta de un estudio cuantitativo y otro cualitativo. En el cuantitativo, el instrumento de medición es una encuesta de opinión aplicado a una muestra con un perfil muy específico, como lo son los ciudadanos que han presentado alguna iniciativa de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León, y nos permitió conocer sus percepciones y la correlación que hay entre las variables del problema planteado.

En el estudio cualitativo se utilizó la observación documental grupal, en el cual se analizan los modelos de la identidad corporativa para organizaciones políticas bajo el marco teórico de las filosofías políticas. La unidad de análisis son los documentos básicos de los dos partidos que han gobernado en el Estado de Nuevo León. Se construyó un instrumento de medición que permite comparar textos aún y cuando tengan diferente nivel de extensión.

1.9.1 Investigación Cuantitativa y Delimitación

El instrumento de medición que se aplicó es una encuesta de opinión y tiene como espacio temporal el segundo semestre del año de 2013, después de las elecciones generales en el que se eligió como Presidente de la República a Enrique Peña Nieto,

su respectiva toma de protesta el primero de diciembre de 2012 y los primeros cien días de gobierno.

La selección de la variable independiente, es decir, la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano, nos llevó a buscar cuál sería el grupo de interés más viable a elegir, de manera que tuviera un perfil con un alto nivel de información de tipo sociopolítico, con actitud positiva hacia la participación ciudadana, con compromiso y liderazgo social con su comunidad. El público que llena estos requisitos son aquellos ciudadanos que han presentado alguna iniciativa de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León, y es que los ciudadanos no tienen derecho de iniciativa de ley ante el Congreso de la Unión (Diputados C. d., CPEUM, 2010). Este público viene a ser nuestro universo. La población son aquellos ciudadanos que han hecho dicho trámite en los últimos cinco años, es decir del 2008 al 2012.

Para integrar el padrón de personas que han realizado este trámite se solicitó al Congreso del Estado de Nuevo León, el listado de todas las iniciativas de ley y ahí es donde vienen los nombres de los firmantes.

Por motivos legales, no se pudo tener acceso a datos personales que ayudaran a localizar a estas personas, pero si a los nombres de las organizaciones a las que pertenecen. Por lo que se procedió a enviar oficios para invitarles a participar. Otro conjunto de personas, por su notoriedad pública, se les pudo localizar ya sea en sus oficinas o por alguna red social. Por este motivo la muestra que participó en la investigación no fue aleatoria.

La aplicación del instrumento fue, principalmente, de manera auto administrada, utilizando la herramienta disponible en Google, que permite enviar, por correo electrónico, la liga para que el participante pueda llenar la encuesta. En una minoría la aplicación se hizo ya sea auto administrada en formato impreso o mediante la técnica de la entrevista.

1.9.2 Investigación Cualitativa y Delimitación

El propósito de esta investigación cualitativa fue conocer la identidad deseada (Martínez & Olmedo, 2010) de los partidos políticos, que finalmente se denominó modelos de identidad institucional para organizaciones políticas. De lo anterior se puede deducir su mensaje institucional.

El método que se utilizó se conoce como Observación Documental Grupal (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, págs. 614-615). La unidad de análisis son los documentos básicos, el código de ética y la plataforma federal 2012 del Partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional. En el caso del Partido Acción Nacional los documentos cubren de 1939 al 2012 y del Partido Revolucionario Institucional, del 2008 al 2012. Se escogieron estos dos partidos toda vez que en Nuevo León, estos dos organizaciones, desde 1985 al 2012 atraen un promedio del 88% de la votación estatal emitida.

La metodología que se utilizó, para facilitar el estudio y análisis de los modelos de la identidad corporativa y el mensaje institucional de los partidos políticos plasmado en sus documentos partidistas, son del tipo cualitativo, evaluados a la luz de las diversas filosofías políticas.

Se creó un campo semántico de vocablos, palabras y conceptos clave que se relacionan con las filosofías políticas para posteriormente medir la frecuencia de aparición, permitiendo conocer con más seguridad científica la identidad deseada de los partidos políticos.

1.10 RECOMENDACIONES

El prestigio institucional de los partidos políticos es multidimensional, se tendrían que hacer investigaciones desde diversos marcos teóricos, con diferentes actores y diferentes públicos de interés para tener un diagnóstico más preciso.

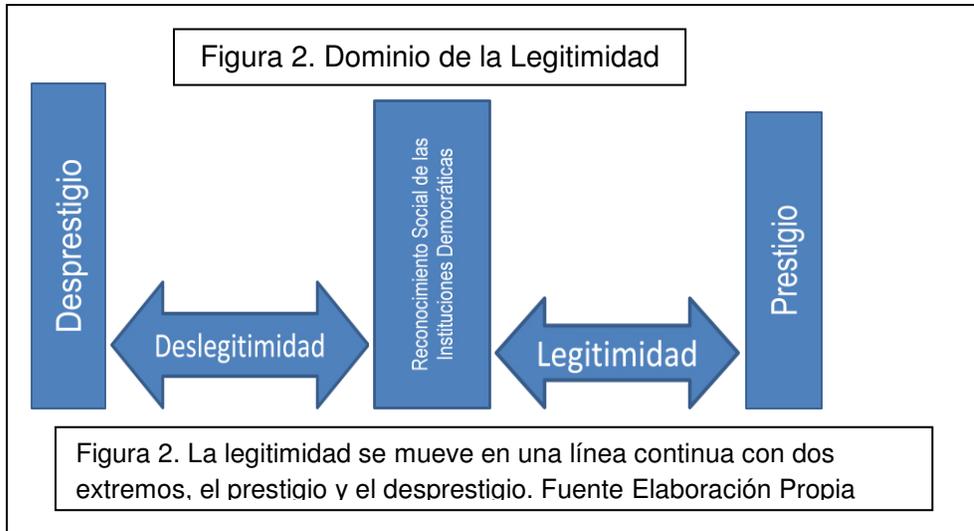
Por ejemplo, para conocer o mejor entender la identidad corporativa del poder legislativo se podría elaborar un instrumento de medición que se aplicaría a exlegisladores o trabajadores de ese órgano colegiado.

Para entender la identidad corporativa de un partido político se tendría que elegir diversos grupos como el de electores, militantes, funcionarios públicos de elección popular y dirigentes o exdirigentes partidistas. Aplicar diversos métodos de investigación cualitativa como la entrevista estructurada, para hacer un acercamiento exploratorio e ir escalando los métodos hasta aplicar un método cuantitativo.

Así sucesivamente, con cada dimensión del prestigio institucional, se tendría que emplear diversas herramientas y seleccionar diferentes públicos de manera que se puede llegar a conclusiones más precisas. Todo va a depender de los objetivos de cada investigador.

1.11 DEBATE Y DISCUSIONES

El estado del arte nos ha llevado a concebir al prestigio de la autoridad como constructo que se ubica en un *continuum* que puede ir desde el simple reconocimiento de la utilidad social de las instituciones derivadas de la democracia, hasta el prestigio institucional. Si viéramos a la legitimidad en una línea del uno al cien, el simple reconocimiento estaría en el cero, y en el cien estaría el prestigio. Sin embargo, hay la posibilidad de valores negativos donde estaría la deslegitimación y el desprestigio, tal como se muestra en la figura 2.



La literatura acerca de este tema nos lleva a concluir que el grado máximo de legitimación de una institución pública se haría evidente en la adhesión libre, aceptación total, aprobación espontánea, respetuosa y cortés de los ciudadanos hacia las acciones y propuestas del gobierno, que puede ser definido como prestigio institucional. Por el contrario, el grado máximo de deslegitimación se haría evidente con el rechazo, negación total y absoluta para que los destinatarios de sus decisiones —los ciudadanos— se adhieran a sus dictámenes, juicios, propuestas, resoluciones, lineamientos u opiniones, lo que lo ubicaría en un ámbito de desprestigio y con un riesgo muy alto grado de ingobernabilidad democrática y social.

Si partimos del supuesto de que la ingobernabilidad democrática es un fenómeno social que no es de generación espontánea. Entonces, detectar los síntomas que nos permitan pronosticarla será de gran utilidad para reconocer el contexto social que puede preceder o anticipar a la instauración de un régimen no democrático. Medir y monitorear el prestigio de las institucionales centrales de la democracia como lo son el poder legislativo y los partidos políticos será un mecanismo valioso para mejorar la legitimidad democrática y poder pronosticar riesgos de disolución social y la inversión de capital.

Al desarrollar la presente investigación se generaron líneas teóricas de investigación para gestionar los recursos intangibles de una organización política, medir la legitimidad y el prestigio de las instituciones públicas, así como líneas teóricas para generar un método para evaluar el modelo de la identidad corporativa y el mensaje institucional de los partidos políticos.

Desde el punto de vista de la imagen corporativa, se pueden hacer investigaciones sobre los 3 poderes de Estado Mexicano —ejecutivo, legislativo y judicial—, en los tres niveles de gobierno —federal, estatal y municipal—; el reto de esta perspectiva será definir el público de interés. Por ejemplo, para el gobierno municipal los públicos de interés pueden ser los ciudadanos en general o los líderes comunitarios. Para el poder judicial el público de interés pueden ser los abogados que litigan en los diversos juzgados, las personas que han recibido alguna resolución judicial y las personas que están reclusos en algún centro de readaptación social y sus familiares. En fin, las opciones son múltiples y difícilmente de ser catalogadas en este espacio.

Desde la perspectiva de la cultura organizacional se podría elaborar una investigación con una muestra de un público interno, es decir, miembros y militantes de partidos políticos. Aquí el principal obstáculo será acceder al padrón de militantes, aunque se podría delimitar a miembros de ayuntamientos de un partido político en particular. Hacer este estudio a población abierta será muy laborioso porque solo el 7% de los ciudadanos acepta participar o haber participado dentro de un partido político.

Desde el punto de vista de la identidad corporativa se tendrían que aplicar investigaciones con los líderes ideológicos que son o fueron parte de la coalición dominante del algún partido político. Aquí el reto será que acepten a ser entrevistados y posiblemente se empleen métodos cualitativos.

Desde la perspectiva de los modelos de identidad corporativa para organizaciones políticas, el principal público de interés pueden ser los expertos académicos en ciencia

política, especialmente los que dominan temas sobre las filosofías políticas, la cultura política y la democracia.

1.12 CONCLUSIONES

En este capítulo se ha plasmado el marco teórico que fundamenta la presente investigación, la hipótesis, el modelo gráfico y la definición de las variables.

Hemos mostrado que las variables del problema tienen fundamento teórico tanto en la ciencia administrativa como en la ciencia política. Se ha hecho énfasis de que el problema radica en la deslegitimación y desprestigio del poder legislativo y los partidos políticos, así como la necesidad de investigar para conocer mejor este fenómeno social que mina los fundamentos de la cultura occidental.

Se ha descrito las variables del problema, el método cuantitativo con lo que pretendemos acercarnos al fenómeno de la deslegitimidad de la democracia y el cualitativo para conocer el mensaje institucional de los partidos políticos

También hemos dado argumentos por qué consideramos que la presente investigación es viable de realizarse y hemos abierto el debate y dado recomendaciones para futuras investigaciones en este tema.

CAPÍTULO 2: CULTURA POLÍTICA Y FILOSOFÍA POLÍTICA

2.1 ANTECEDENTES

Los estudios de cultura política han pasado por tres etapas. La primera inicia en los años sesenta, con la publicación de la obra fundacional de Gabriel Almond & Sidney Verba, *The Civic Culture: political attitudes and democracy*, Princeton University Press, 1963 y la aparición continuada de sobre el mismo tema. La segunda se ubica en los años setenta y está signada por la fuerte oleada crítica que destacó las debilidades y limitaciones teóricas, metodológicas y empíricas de la propuesta de Almond & Verba. La tercera y última etapa comienza en los años ochenta es denominada como el renacimiento de los estudios de cultura política (Murga Frassinetti, 2008, pág. 108).

El tema de la cultura política ha sido abordado por varias ciencias como la antropología, la sociología, la comunicación, la ciencia política, la psicología social, y con enfoques tan variados como el marxista, el funcionalista y el sistémico (Sánchez García, 2011).

Inglehart (1987) señala que el concepto de cultura política fue objeto de ataques no sólo por razones empíricas, sino también por razones ideológicas. Tradicionalmente los partidarios de la izquierda tienden a considerar que los problemas sociales tienen su causa en defectos de la estructura social, y por consiguiente, buscan su solución en los programas de gobierno. Por el contrario, los conservadores tienden a atribuir la responsabilidad de los problemas sociales al individuo más que a la sociedad. Los ideólogos más rígidos de cada lado tienden a considerar que las causas de cualquier fenómeno social dado, o bien, se deben *enteramente* a la estructura social, quedando el control y responsabilidad completamente fuera del individuo, o bien constituyen por completo una cuestión de responsabilidad individual solamente.

De hecho, la mayoría de los fenómenos parecen reflejar la interacción tanto de factores individuales como estructurales, y la importancia relativa de los mismos puede variar de forma sustancial. Por un lado, se puede concebir situaciones tan totalmente

estructuradas y de una forma tan rígida que virtualmente nada que pueda hacer el individuo afecta a su destino. La situación de un prisionero en un campo de concentración puede aproximarse a este extremo. Por el otro lado, también se puede concebir situaciones en las que, lo que ocurre refleja principalmente el comportamiento del individuo: una sociedad tan libertaria que contara con recursos abundantes y bien distribuidos podría aproximarse a ese ideal.

Sin embargo, en el mundo real nunca se está en alguno de esos extremos, por tanto, los resultados finales reflejan tanto actitudes internas como condicionantes externos. Probablemente, los factores culturales, económicos y políticos van todos a desempeñar un papel, y su importancia relativa en una situación concreta puede determinarse empíricamente de una forma más exacta que con criterios ideológicos. (Inglehart, 1987, pág. 47).

De esta manera, el marco teórico de la cultura política ha sido base fundamental para múltiples investigaciones empíricas entre las que destacamos a los informes anuales de la Corporación Latinobarómetro (2010) (2011) y las diversas versiones de la Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas: 2001, 2003, 2005 y 2008 de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) del Poder Ejecutivo Mexicano.

2.2 FUNDAMENTOS DE LA CULTURA POLÍTICA DEMOCRÁTICA

2.2.1 CULTURA

Muchos investigadores sociales han tratado, desde diversas áreas del conocimiento, de definir el concepto de cultura. En 1871, Edward Taylor definió a la cultura como el conjunto de conocimientos, normas, hábitos, costumbres, valores y aptitudes que el hombre adquiere en la sociedad. En 1991, Clifford Geertz la definió como una red de significados con arreglo al cual los individuos interpretan su experiencia y guían sus acciones.

En 1996, Andrés Piqueras definió a la cultura como el medio en el cual los individuos se forman y del cual extrae las claves y contenidos explicativos así como el

instrumental descodificador, interpretativo y valorativo que les permite interactuar con el resto de las personas que integran o comparten tal cultura (Mercado Et al, 2010, págs. 240-241).

En 2001, Jacqueline Peschard definió a la cultura como el conjunto de símbolos, normas, creencias, ideales, costumbres, mitos y rituales que se transmiten de generación en generación, otorgando identidad a los miembros de una comunidad y que orienta, guía y da significado a sus distintos quehaceres sociales. (Peschard, 2012).

Mercado & Hernández (2010) consideraron a la cultura como un sistema de creencias, valores, normas, símbolos y prácticas colectivas aprendidas y compartidas por los miembros de una colectividad, que constituyen el marco de sus relaciones sociales (p.240-241).

Por nuestra parte consideramos a la cultura como el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que es relativamente homogéneo a una colectividad humana, que los identifica y les permite experimentar un sentido de pertenencia social.

2.2.2 POLÍTICA

Señala Peschard que la política es el ámbito de la sociedad relativo a la organización del poder. Es el espacio donde se adoptan las decisiones que tienen proyección social, es decir, donde se define cómo se distribuyen los bienes de una sociedad, o sea, qué le toca a cada quién, cómo y cuándo (Peschard, 2012, pág. 2).

La política es una actividad orientada en forma ideológica a la toma de decisiones de un grupo para alcanzar ciertos objetivos. También puede definirse como una manera de ejercer el poder con la intención de resolver o minimizar el choque entre los intereses encontrados que se producen dentro de una sociedad. La utilización del término ganó popularidad en el siglo V a.C., cuando Aristóteles desarrolló su obra titulada justamente “Política”.

La política también se concibe como lo relativo al ordenamiento de la ciudad o los asuntos del ciudadano, es una rama de la moral que se ocupa de la actividad, en virtud de la cual una sociedad libre, compuesta por hombres libres, resuelve los problemas que le plantea su convivencia colectiva.

El Partido Acción Nacional define a la política como la creación y administración de un orden dinámico que jerarquice justamente las diversas funciones y los distintos intereses que existen dentro de la vida social (Acción Nacional, Principios de Doctrina PAN 1939, 2012). Posteriormente la complementa y la concibe como una actividad humana indispensable y superior; no como oportunidad de dominio sobre los demás sino como capacidad y obligación de servir al hombre y a la comunidad (Acción Nacional, Proyección de Principios de Doctrina PAN 1965, 2012).

Nosotros consideramos que la política es la organización humana que tiene como fin la construcción y mantenimiento del Estado, que garantice la gobernabilidad de una población dentro de los parámetros de un contrato social que priorice el bienestar generalizado de sus integrantes, individual y colectivo, actual y futuro, así como la preservación y unidad territorial.

2.2.3 CULTURA POLÍTICA

Peschard menciona que toda cultura política es una composición de valores y percepciones que no abarca orientaciones de un solo tipo, sino que generalmente combina percepciones y convicciones democráticas y/o modernas con patrones de comportamientos más o menos autoritarios y/o tradicionales. Que hay dos grandes procedimientos para inferir las propiedades de la cultura política: (1) A partir de las condiciones sociales y económicas así como de las instituciones políticas existentes en una sociedad democrática; y (2) A partir de las actitudes que se presentan en dichos sistemas democráticos. Una combinación de ambos puede dar un panorama amplio de las características distintivas de la cultura política democrática (Peschard, 2012, pág. 5).

En 1963, Almond y Verba en su obra *the Civic Culture*, se propusieron identificar la cultura política en la que la democracia liberal puede florecer y desarrollarse mejor; buscaron clasificar las culturas políticas nacionales que resultó en una matriz que vincula las orientaciones hacia la política (relaciones y aspectos políticos que son internalizados) con lo que denominan los objetos políticos mismos (instituciones, actores y procedimientos políticos) hacia los que se dirigen dichas orientaciones; señalaron que la cultura política se construye por la interacción de tres tipos de orientaciones: la cognitiva, la afectiva y la evaluativa, y se resumen en la tabla 1.

Tabla 1. Orientaciones que Construyen a la Cultura Política, según Almond y Verba

1) Orientación Cognitiva	Tiene que ver con los conocimientos y creencias acerca del sistema político, de sus papeles y de los incumbentes de dichos papeles en sus aspectos políticos (inputs) y administrativos (outputs). Tiene que ver con el conocimiento y la información que los ciudadanos tienen acerca de la política, el sistema político y los actores involucrados en la misma.
2) Orientación Afectiva	Se refiere a los sentimientos acerca del sistema político, sus funciones, personal y logros. Se refiere a los vínculos y sentimientos que tienen los ciudadanos con su sistema político y la manera en la que las acciones influyen en las personas de suerte que las mismas sientan apego o rechazo.
3) Orientación Evaluativa	Se refiere a los juicios y opiniones sobre objetos políticos que involucran típicamente la combinación de criterios de valor con la información y los sentimientos. Corresponde a las opiniones y juicios que tiene la población en relación al sistema político, sus instituciones y actores políticos
Por objeto político (<i>inputs</i>) se entiende al ente que atiende las demandas que van de la sociedad hacia el sistema político, y tiene la posibilidad y/o capacidad de convertirlas en principios gubernativos de autoridad.	
Por objeto administrativo (<i>outputs</i>) se entiende al ente que tiene la capacidad legal y material de aplicar o imponer los principios de autoridad del gobierno	

Nota: Fuente. Elaboración propia a partir de (Almond & Verba, 1992, pág. 180) (Electoral Nuevo León, 2009, pág. 37 y 94) (Peschard, 2012, pág. 6) (Sánchez García, 2011)

De la tabla 1 se puede desprender que Almond & Verba conciben al sistema político como un procesador de demandas que genera salidas hacia la sociedad, permitiéndose una retroalimentación para propiciar la gobernabilidad entre la población que ocupa un mismo territorio.

Las orientaciones sugeridas por Almond & Verba originan tres modelos de culturas políticas, que se resumen en la tabla 2:

Tabla 2. Modelos de Cultura Política

<p>1) Cultura Política Parroquial</p>	<p>El ciudadano tiende al desconocimiento o poco conocimiento del sistema político y del gobierno, y considera que no puede influir, ni en las demandas, ni en sus decisiones; o de plano el ciudadano no se interesa por los asuntos políticos nacionales.</p> <p>El individuo no percibe diferencias en los roles que juega cada autoridad; las orientaciones políticas hacia dichos roles son difusos de tipo político-económico-religioso. El individuo no espera nada del sistema.</p> <p>Se identifica con sociedades tradicionales donde todavía no se ha dado una cabal integración nacional, y donde no hay diferenciación entre política, economía y religión. Se da en tribus africanas o comunidades indígenas</p>
<p>2) Cultura Política de Súbdito</p>	<p>El individuo puede diferenciar el sistema político y los aspectos administrativos (outputs), pero no hacia los aspectos políticos (inputs) o hacia sí mismo como elemento participativo.</p> <p>El ciudadano tiene un conocimiento mínimo del sistema político, pero se ve más como subordinado del gobierno que como participante, ya que no se involucra en las acciones del gobierno o solamente se involucra con los productos o outputs del sistema (las medidas y política del gobierno) y no con la formulación y estructuración de las demandas, decisiones y las políticas públicas, esto es, si la gente se acerca al gobierno sería por lo que éste le podría proporcionar. Embona en regímenes autoritarios.</p>
<p>3) Cultura Política de Participación</p>	<p>El individuo se orienta hacia los aspectos políticos (inputs) y los administrativos (outputs), puede estar orientado favorable o desfavorablemente hacia diversas clases de objetos políticos.</p> <p>El ciudadano tiene conocimiento e información respecto al gobierno y los aspectos de la política, tiene interés en la forma en cómo opera el sistema político, por tanto, tiene un rol más «activista»; el ciudadano se siente parte del gobierno, como actor central; consideran que pueden contribuir con el sistema y que tienen capacidad de influir en la formulación de las políticas públicas. Sabe que puede participar, aunque decida no hacerlo. Se da en las democracias</p>

Nota: Fuente. Elaboración propia a partir de (Almond & Verba, 1992, págs. 183-194) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 37 y 94) (Peschard, 2012) (Sánchez García, 2011).

De la tabla 2 se deduce que para Almond & Verba (1992) la cultura política, en su respectivo “estado puro”, es un conjunto de conocimientos, valores y actitudes que es relativamente homogéneo a una colectividad y que condicionan las percepciones de los individuos hacia los entes que forman parte activa del sistema político y su participación ciudadana en la política

En su estudio pionero, Almond & Verba (1992) concluyen que la cultura política mexicana es “parroquial” y “aspiracional”, que está fuertemente guiada por su sentido de nacionalidad y por las instituciones, contrastando con altos niveles de pasividad en cuanto a participación política. Los tipos de cultura política que mencionan los autores son considerados “puros” (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 37 y 94).

Hay dos grandes objetos políticos hacia los que se dirigen las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas: (1) El sistema político en general o en sus distintos componentes (gobiernos, tribunales, legislaturas, partidos políticos, grupos de presión, etc. y, (2) uno mismo como actor político básico (Peschard, 2012, pág. 6).

Éstos a su vez pueden dividirse según se encuentre conectados con el sistema político, ya sea como entes que tienen la capacidad de atender las demandas que van de la sociedad hacia el sistema político, es decir, como entradas hacia el sistema (*inputs*) y tienen la posibilidad convertirlas en principios gubernativos de autoridad como los partidos políticos, los grupos de interés y medios de comunicación; a esto se le llama proceso político (Almond & Verba, 1992, pág. 181).

También pueden ser entes que tienen la capacidad legal y material de aplicar o imponer los principios gubernativos de autoridad, que se le denomina proceso administrativo o salidas (*outputs*) del sistema político como las burocracias y los tribunales de justicia (Almond & Verba, 1992, pág. 181).

El enfoque sistémico que tienen Almond & Verba del Sistema Político puede visualizarse mejor de acuerdo a la figura 3.

Figura 3. Resumen gráfico de la teoría de la cultura política de Almond & Verba (1963)



Fuente: Elaboración propia. Adaptado de (Almond & Verba, 1992)

Almond & Verba (1992) llegan a la conclusión de que una democracia estable se logra en sociedades donde existe esencialmente una cultura política participativa, pero que está complementada y equilibrada por la supervivencia de los otros dos tipos de cultura. Por tanto, existe una cuarta cultura, mixta y combinada por las tres ya mencionadas, a la que llamaron cultura cívica; ésta combina aspectos modernos con visiones tradicionales y concibe al ciudadano lo suficientemente activo en política como para poder expresar sus preferencias frente al gobierno, sin que esto lo lleve a rechazar las decisiones tomadas por la élite política, es decir, a obstaculizar el desempeño gubernamental.

El ciudadano se siente capaz de influir en el gobierno, pero frecuentemente decide no hacerlo, dando a éste un margen importante de flexibilidad en su gestión. Señala Peschard (2012) que tener una cultura participativa no quiere decir que se tenga una participación elevada, sino simplemente que se considera que se puede influir en las decisiones políticas aunque se decida por voluntad propia no hacerlo (p.10).

El modelo cívico supone la existencia de individuos activos e interesados, pero al mismo tiempo, responsables, o como dice Eckstein, para mantener estable a un sistema democrático se requiere de un “equilibrio de disparidades”, es decir, una combinación de deferencia hacia la autoridad con un sentido muy vivo de los derechos de la iniciativa ciudadana.

Dicho de otra forma, la cultura cívica es una cultura política que concibe al gobierno democrático como aquél en el que pesan las demandas de la población, pero también debe garantizar el ejercicio pacífico y estable del poder, vale decir, su funcionamiento efectivo o gobernabilidad (Peschard, 2012, pág. 8) (Sánchez García, 2011).

De los cinco países estudiados comparativamente por Almond y Verba (Estados Unidos, Gran Bretaña, Alemania Federal, Italia y México), los dos primeros

respectivamente mostraron un mayor número de rasgos de cultura cívica que tiene las características mostradas en la Tabla 3.

Tabla 3. Rasgos de la Cultura Cívica, según Almond y Verba

1)	Cultura Participativa muy desarrollada y extendida. Los individuos están orientados positivamente hacia los inputs del sistema y hacia las estructuras del sistema, bajo un modelo «activo-racional».
2)	Involucramiento con la política y un sentido de obligación para con la comunidad.
3)	Amplia convicción de que se puede influir sobre las decisiones gubernamentales.
4)	Un buen número de miembros activos en diversos tipos de asociaciones voluntarias.
5)	Un alto orgullo por su sistema político.

Nota: Fuente. Adaptado a partir de (Peschard, 2012, pág. 7) (Almond & Verba, 1992, págs. 193-194)

De la tabla 3 se puede deducir que los rasgos de la cultura cívica siguen vigentes aún y cuando existan otras formas más modernas de entender a la sociedad. Consideramos que parte de las investigaciones se deben dirigir a entender por qué el ciudadano decide no tener una participación ciudadana activa, cuestionando si el mismo diseño institucional actual es el adecuado para incentivar dicha participación.

A pesar de que el modelo de Almond y Verba sigue siendo el esfuerzo teórico más completo y el marco de referencia obligado, se le han hecho cuatro grandes críticas, que se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Críticas a la Teoría de la Cultura Cívica de Almond y Verba

1)	La Cultura Política puede ser un reflejo del sistema político más que un determinante del mismo, puesto que si bien los elementos culturales son más persistentes que los estructurales, para que se mantengan vigentes requiere de nutrientes que provengan de las estructuras políticas en funcionamiento.
2)	La Cultura Cívica fomenta la estabilidad política en general y no sólo la de la democracia en particular. Y es que una población con una cultura moderada y equilibrada es una palanca estabilizadora porque sirve para legitimar al sistema al tiempo que asegura su gobernabilidad.
3)	El esquema dedica muy poca atención a las subculturas políticas, o sea, a aquellas culturas que se desvían o chocan con la cultura política nacional y que no pueden ser desdeñadas porque en ocasiones han llegado a poner en duda la viabilidad de la noción misma de la cultura nacional.
4)	El esquema no otorga importancia a la cultura política de la élite gobernante. Aunque es cierto que en las democracias bien implantadas las actitudes y concepciones de la población hacia la política no dependen tanto de la cultura política de las élites como sucede en los países donde dominan culturas parroquiales o de súbdito, el solo peso social que ésta tiene obliga a no ignorar el tema.

Nota: Fuente. (Peschard, 2012, p. 7)

Las críticas hechas a la teoría de la cultura cívica de Almond & Verba deben estar presentes en todos los investigadores para que cuando lleguen a conclusiones, éstas estén matizadas por las limitaciones de las propuestas de este marco teórico.

2.2.4 CULTURA POLÍTICA DEMOCRÁTICA

La cultura política democrática está sustentada en la noción de ciudadanía, esto es, un grupo de individuos racionales, libres e iguales ante la ley, que conforman el sujeto por excelencia de la cosa pública y de la legitimación del poder, puesto que la fuente primera y última del poder es la voluntad del pueblo, es decir, la ciudadanía. La noción de ciudadano se expresa nítidamente en el término elector (o votante), que es una figura jurídico-política que iguala a los individuos entre sí.

Sin embargo, hay una diferencia entre pensarse y actuar como elector y hacerlo como ciudadano, ya que aunque actualmente ambas categorías se identifican jurídicamente, el significado de elector se reduce al derecho al sufragio para elegir gobernantes, mientras que el significado de ciudadano tiene una connotación que rebasa la mera formulación normativa para alcanzar una dimensión política en sentido estricto.

El concepto de ciudadano recoge y engloba tres tradiciones: La liberal, la republicana y la democrática, que aunque invocaban principios y valores diferentes en sus orígenes, han llegado a integrarse en lo que se denomina hoy democracia liberal (Peschard, 2012, págs. 7-8).

Por su parte, Sánchez (2011) coincide parcialmente con Peschard cuando analiza el concepto de ciudadano y señala que el liberalismo, el comunitarismo y el republicanismo han expuesto su idea de ciudadano; para Rodger el republicanismo es una opción entre los extremos del liberalismo y el comunitarismo, donde los ciudadanos tienen un alto grado de responsabilidad que deben asumir para que la sociedad funcione.

Cruz Prados (2003) menciona que la libertad y la ley, y la participación política pertenecen tanto a la tradición liberal como a la tradición republicana. La diferencia

estriba en el sentido en el que se concibe la relación entre libertad y ley, y el tipo de participación que se desea (p.98). Hace un recuento entre el republicanismo y el liberalismo, y señala que hay elementos en ambas corrientes que pueden confundirse por lo que se complica su adecuada separación.

Cruz Prados (2003) llega a la conclusión que el rasgo o principio característico que los puede distinguir uno de otro es la asignación a lo político de un carácter instrumental o de un carácter constitutivo, respecto de la realidad humana práctica. Señala que el liberalismo tiene una concepción instrumentalista de lo político, mientras que el republicanismo representa una concepción constitutiva de lo político (p.87).

Un ejemplo para hacer esta distinción es cuando Cruz Prados puntualiza que: el liberalismo considera a la libertad como una realidad de facto o de hecho y el republicanismo como una realidad de *uire* o de derecho; aunque esto último puede confundirse como el constitucionalismo liberal.

Sin embargo, agrega que la diferencia se encuentra en el diverso sentido que, en cada una adopta en la relación entre ley y libertad. En el caso del liberalismo establece que: la libertad existe antes que la existencia de las leyes por eso dice que la ley tiene una función instrumental respecto de la libertad. Por el contrario, el republicanismo establece que: la libertad aparece como procedente de la ley, como consecuencia y fruto de ésta; por eso argumenta que la ley tiene una función constitutiva de la libertad (Cruz Prados, 2003, págs. 90-91).

Por tanto, Cruz Prados (2003) señala que para el liberalismo las personas son libres “por naturaleza”, y para el Republicanismo la libertad se constituye gracias a la ley, dimana de la ley, por tanto, la libertad se da por el vivir y actuar dentro de la ley, en conformidad de una vida que no es individual sino ciudadana (p.93 y 95).

Sartori (1988) explica que la relación entre liberalismo y democracia suele concebirse como una relación entre la libertad y la igualdad (p.467); señala que en términos

generales, durante el siglo XIX el elemento liberal prevaleció sobre el democrático; en el siglo XX el péndulo osciló, y hoy es el componente democrático el que predomina sobre el liberal. Hace un análisis donde separa al liberalismo de la democracia y llega a diversas conclusiones que se pueden encontrar en su obra Teoría de la Democracia (p.467-471).

2.3 FILOSOFÍA POLÍTICA

En este apartado se analizarán cinco visiones que la humanidad ha desarrollado para adoptar una serie de ideas y conceptos que posteriormente, a los líderes políticos, les sirve para dos cosas, como bandera política previo al ascenso al poder público y como fuente de inspiración para materializar sus ideas, una vez que han accedido a ese poder. Así encontramos a la filosofía política liberista, la filosofía republicana y neo republicana, la filosofía de liberalismo político, la filosofía democrática y la filosofía comunitaria. Cada una de ellas con sus propias posturas muy claras y diferentes pero que en momentos convergen tan cercanamente o se complementan a tal grado que pueden confundirse si no se tiene el conocimiento adecuado para distinguirlas.

2.3.1 Filosofía Liberista o Liberalismo Económico

Sartori (1988) hace una señalización muy clara y enfática al distinguir entre el liberalismo político y el liberalismo económico; hace la advertencia que la inadecuada concepción de ambos puede llevar a confusiones muy indeseables. Sartori hace un recuento del por qué ambos conceptos fueron confundidos y deja el término liberalismo para referirse al liberalismo político y liberismo para referirse al liberalismo económico. El primero relacionado, como se refiere Bobbio, con la teoría y la práctica de limitar el poder del Estado, y el segundo, para referirse a la doctrina económica de *laissez-faire* —dejar hacer, dejar pasar— (p.444-457), que propugna porque los gobiernos se limiten a mantener la paz y proteger la propiedad; todo lo demás es derecho y responsabilidad del individuo (Eco-Finanzas, 2012).

De esta manera, Sartori (1988) pide no confundir el Liberalismo de Locke, Blackstone, Montesquie, Madison y Constant porque ellos nunca fueron teóricos de la economía de

laissez-faire; para ellos el liberalismo significó la supremacía de la ley y el Estado constitucional, y la libertad era la libertad política, no el principio económico del libre comercio o, todavía peor, la ley de la supervivencia de los mejor dotados (p. 444-457). Años después, Sartori (2012) definiría que el liberalismo político tiene como fin principal, la protección del pueblo contra la tiranía, concepto al que le ha llamado *demoprotección*, siendo esto la piedra angular de la democracia liberal (p. 110).

Señala Sartori (1988) que la primer obra histórica importante sobre el liberalismo fue escrito por Guido Ruggiero en 1925, pero por ser un filósofo influenciado en parte por Benedetto Croce y en parte directamente por Hegel, produjo una concepción unitaria desenfocada del liberalismo haciendo un liberalismo *estatista* tipo hegeliano (p. 456).

Otros argumentos que Sartori (1988) presenta para desdibujar la interpretación marxista más sutil del liberalismo Lockeano, es cuando analiza la teoría del individualismo posesivo de Macpherson, basada en la propiedad, obsesionado por la propiedad y orientado hacia el capitalismo, que engendra: una sociedad de mercado posesivo (la cual) constituye un conjunto de relaciones entre los hombres competitivas y agresivas (p. 457-462).

Sin embargo, si bien es cierto que Locke, partiendo del pensamiento de Hobbes, señaló que el Estado tiene como misión proteger, fundamentalmente, la vida, la libertad y la propiedad (Locke, 2012), también es cierto que en el época de Locke y tiempo después a éste, la propiedad no formaba parte de un sistema económico crematístico, es decir, concebido para ganar dinero (Sartori, 1988, pág. 459).

Sartori (1988) nos recuerda que desde los romanos hasta el siglo XVIII, la propiedad no significaba «poseer» por poseer o por causa de la acumulación ilimitada y menos aún una «acumulación de capital». El contexto social de ese momento, de 1632 a 1704 tiempo en que vivió Locke, la economía era de mera subsistencia y persistía una exposición endémica a la inseguridad, «ser propietario» significaba simplemente mejorar las probabilidades de vivir: la propiedad era *protección*, era en efecto, el medio

para poner fin a la inseguridad en la existencia. Ciertamente, aún entonces «tener» implicaba «tener poder». Pero el poder económico de la propiedad no era todavía poder autónomo y, en consecuencia, no podía percibirse como tal.

De esta manera, Sartori (1988), en primer lugar, duda de si la faceta del sistema de mercado puede hacerse retroceder hasta Hobbes y Locke; y en segundo lugar, nos recuerda que hasta el comienzo de la revolución industrial, la economía se entendía en el sentido griego de *oikonomía* o gestión doméstica, por el contrario, las actividades que claramente sobrepasaban las necesidades de la casa eran denominadas por Aristóteles como *chrematistic*. Por tanto, para Hobbes «el afán insaciable de adquirir era malo por sí mismo». Como puede verse, el concepto de propiedad, en el tiempo de Locke era muy diferente, al tiempo de cuando Macpherson llegó a sus conclusiones, por lo que se deduce que dichas conclusiones se derrumban por falta de fundamento. Así, podemos decir que lo que hoy se conoce por economía está más cercano a la «crematística» que a la *oikonomía*.

Sartori (1988) concluye al señalar que el liberalismo es anterior al liberismo; que el liberalismo político es fundamental en un ambiente ya sea de libre comercio o economía planificada o centralizada, con propiedad privada o no, dado que al final de cuentas, cualquier poder que no se encuentra limitado —sea el de un rey, un soldado o un vecino más fuerte— no solo invade las posesiones, sino la vida misma de cualquier poder menor; y que no sólo las libertades de los propietarios, sino aún más las de los no propietarios, dependen de un sistema capaz de descentralizar el control de la producción y del empleo (págs. 457-462).

Sánchez (2011) señala que cuando se mezcla y confunde el liberalismo y el liberismo, se pueden adoptar posturas extremas, y si estás a su vez, se mezclan con las ideas jusnaturalistas en su visión religiosa, el liberalismo se convierte en conservadurismo de tipo fanático. Con ideas simples pero que orienta al individuo en todos los aspectos de la vida: El hombre es una creación de Dios y posee los derechos que él le dio.

Una vez que Sartori (1988) hace un estudio de la democracia en cuanto a sistema político, también hace un análisis como sistema político-social y/o político-económico, llegando a la conclusión que el sistema de mercado es en realidad un subsistema del sector productivo que pone en contacto a los productores de bienes —no de servicios— con consumidores de bienes, por tanto, es un subsistema del sistema económico.

Señala que los Estados han intervenido siempre en los asuntos económicos. El *laissez faire* fue el resultado de las actividades en contra de los obstáculos comerciales. La industrialización fue apoyada en muchos países mediante intervenciones proteccionistas. Y los Estados intervienen en el mercado libre para “liberarlo” de las prácticas monopolistas y de otros males o trastornos.

Sartori (1988) hace un recuento y argumenta la incapacidad de hacer una planeación tipo soviético de la economía dado que el subsistema de mercado tiene una gran diversidad de variables e implicaciones. Si se quisiera resolver el problema de fijación eficaz de los costos y precios con la ausencia de un mercado real, se tendría que «simular un mercado», pero aún y con todos los avances tecnológicos, esta simulación sería tan limitada que sería inservible.

Sartori (1988) habla pues de una “planificación limitada” y como ésta ha coexistido con el sistema de mercado, pero es tan impreciso definir a esta planeación limitada que no puede distinguirse sus fronteras. Bajo toda la argumentación, Sartori regresa al principio de 1935 y acepta que: “Sin un sistema de mercado no es posible distribuir los recursos de manera racional o eficaz”, sin embargo, acepta que “*los logros del mercado son siempre subóptimos*”. Concluye que el misterio o el milagro del mercado no ha sido revelado aún (p. 480-492).

Cuando Sartori (1988) (2012) explica que el subsistema de mercado es el que “ordena espontáneamente” los intercambios y ajustes mutuos entre los seres humanos, y dado que es un subsistema que depende de retroalimentaciones automáticas, no requiere ni

permite administradores. Esto lo lleva a la conclusión de que el mercado es un orden espontáneo auto-ordenado y por tanto es libre; señalando que la expresión “mercado libre” no tiene nada que ver con la libertad de los individuos; tan solo significa que debe abandonarse el mercado a sus propios mecanismos. Menciona que un «orden espontáneo», como lo es el mercado, no es coercitivo en el sentido en el que lo es un «orden organizado». El mercado es un subsistema gestionado por sus retroalimentaciones y que realmente no lo dirige persona o instancia alguna.

Si bien es cierto, Sartori (1988) acepta que las transacciones del mercado son «libres», también acepta que están condicionadas y «restringidas» por la desigual disponibilidad de recursos por parte del que desea adquirir. Las transacciones son verdaderamente libres cuando las personas pueden negarse al intercambio y no son libres cuando no pueden negarse a realizar el intercambio. Por tanto, la relación entre el mercado y la libertad individual es la siguiente: Los sistemas de mercado no impiden el ejercicio de cualquier «poder de libertad», por el contrario, los sistemas sin mercado limitan y reducen, cierta y fuertemente la libertad de elección (p. 492-496).

2.3.2 Filosofía Republicana y Neo-republicana

Cruz Prados (2003) señala que en la década de 1970 se produjo un despertar del interés por lo que se ha denominado “tradicón republicana”; señala la obra, en 1975, de John G.A. Pocock, *The Machiavellian Moment*, a la que se unieron entre otros Quentin Skinner, estos trabajos representan un esfuerzo por recuperar la noticia de la existencia de una tradición política previa y diferente al liberalismo, y cuya realidad y posibilidades quedaron veladas por la hegemonía de la tradición liberal en el mundo moderno (p.83).

Aquí existe una concordancia parcial con Sartori (1988) quien señala que en términos generales, durante el siglo XIX el elemento liberal prevaleció sobre el democrático; en el siglo XX el péndulo osciló, y hoy es el componente democrático el que predomina sobre el liberal (p. 471). La concordancia es que en el mundo del siglo XX y recién el XXI, la tradición republicana no estaba en los escenarios políticos.

Sánchez (2011) coincide con Cruz Prados al señalar al republicanismo como una concepción anterior al liberalismo y menciona que el liberalismo nace como una variante del republicanismo y comparte su rechazo a la forma de gobierno monárquica, por el temor que se tiene de que ésta se vuelva una tiranía, y trata de mantener a la misma dentro de un marco jurídico que coloque de manera clara los límites de la acción del gobierno.

Otra persona que coincide con estos señalamientos es Rivero (1988) quien señala que el republicanismo pertenece en verdad a una época anterior a la sociedad de masas, pero considera a esta tradición como completamente terminada y que no constituye una auténtica alternativa a la democracia liberal (p.54-55). Por el contrario Taylor (1997) defiende al republicanismo y menciona que sigue siendo una fuerza real, quizá inadvertida, a causa de los prejuicios atomistas del pensamiento político dominante y liberal (p.258) (Cruz Prados, 2003, pág. 85). Cruz Prados (2003) coincide con esta última postura pero señala que es necesario que se defina claramente al republicanismo y muestre una clara diferencia con el liberalismo (p. 85-86).

Cruz Prados (2003) menciona que existe, por lo general, un acuerdo en presentar la tradición republicana como un modo de pensar lo político opuesto al liberalismo, como una alternativa teórico-práctica a la liberal. Ese acuerdo abarca la identificación de los hitos más importantes del republicanismo como la *polis griega* y la republica romana; el discurso a favor del *viviré civile*, surgido en las ciudades libres italianas de la Edad Media y el Renacimiento, en su prolongada lucha contra el principado.

Los ideales ciudadanos, aunque mezclados con elementos contractualistas y liberales, inspiraron a las revoluciones norteamericana y francesa. A partir de ese momento, la tradición republicana se considera desplazada por la hegemonía obtenida por el pensamiento liberal. Se reconoce a Aristóteles, Ciceron, Leon Battista Alberti o Maquiavelo como las figuras más representativas de esta tradición política, pero existen divergencias en autores más modernos (p.84).

Cruz Prados (2003) señala que el republicanismo representa una concepción constitutiva de lo político, respecto de la realidad humana, de aquello en lo que consiste ser humano en la práctica, que corresponde al sentido profundo de la idea de las personas como *zoom politikón* sostenido por Aristóteles.

Que el hombre es un animal político significa que la *polis* es condición y forma del vivir humano del hombre, que la humanización de éste equivale a su politización. Este principio es donde se unifican y cobran verdadera razón y sentido, los demás elementos que caracterizan al republicanismo: la ciudadanía como concepto ético, el patriotismo como valor supremo, la preeminencia de lo público sobre lo privado, la austeridad en la vida y en el porte, o el cultivo de la oratoria. Por su parte, Dagger (1997) señala que los elementos sobre los que gravita el republicanismo son la virtud cívica y la responsabilidad sobre lo político, además de la ciudadanía y bien común (Cruz Prados, 2003, págs. 87-88).

Pettit (1999) señala que el republicanismo entiende la libertad como *no-dominación*, lo cual implica que una voluntad individual no se encuentre en una situación de dependencia o sujeción respecto de una voluntad arbitraria; lo que importa no es el volumen en sí de las interferencias que se den, la cantidad de restricciones que de hecho pesen sobre la voluntad individual, sino la razón de la presencia y posibilidad de tales restricciones (Cruz Prados, 2003, pág. 89).

Pettit (1999) menciona que el republicanismo no reconocería la existencia de libertad en una situación en la que la ausencia fáctica de impedimentos externos estuviera acompañada, y dependiera en verdad, de una relación de dominación. La dependencia de una voluntad arbitraria sería incompatible con la libertad, aunque de hecho esa voluntad fuera poco interventora. En cambio, el atenuamiento a un orden legal y equitativo no coartaría la libertad, aunque dicho orden implicara más restricciones para la voluntad de cada uno (p.22) (Cruz Prados, 2003, pág. 90).

Agrega Pettit (1999) que la libertad como *no-dominación* es igual que la libertad liberal, es decir, una libertad privada (Cruz Prados, 2003, pág. 90). Ante esta situación, Cruz Prados (2003) menciona que esto no distinguiría al liberalismo del republicanismo, pues en ambos casos se trata de libertad privada, con la sola diferencia que para el liberalismo sería una realidad *de facto* y para el republicanismo sería una realidad *de iure* (p. 89-90). Sánchez (2001) coincide con que el republicanismo acepta la libertad como *no-dominación*.

En el republicanismo, el carácter constitutivo de lo político hace que la relación entre ley y libertad sea una relación constitutiva; esto implica que la libertad aparece como procedente de la ley, como consecuencia y fruto de ésta. La ley tiene una función constitutiva respecto de la libertad, esto es, la libertad republicana cobra realidad gracias a la ley, y no consiste en otra cosa que el sometimiento y adecuación a la ley.

Para Aristóteles (384 a.c.), por ejemplo, vivir conforme al régimen de la *polis* no es esclavitud sino, por el contrario, liberación. Y según Cicerón (106 a.c.), “todos somos ciervos” de la ley para poder ser libres. La ley genera libertad porque instaaura un tipo de dominio —dominio político— que libera al hombre de otro tipo de dominio —dominio despótico—, además porque la ley consiste en la expresión y medida de una voluntad común. El sometimiento a una voluntad común, cuyo objeto es un bien común, no se da ni una radical alteridad entre voluntades, ni un completo extrañamiento entre los bienes. Esto es lo que hace que el sometimiento a la ley, sea, al mismo tiempo, fuente de libertad (Cruz Prados, 2003, págs. 91-92).

Skinner (1998) señaló que en la tradición republicana, la libertad era tratada como aportación y señal de identidad de una forma de vida, la vida republicana o cívica, frente a otro tipo de vida, la vida bajo el poder personal de príncipes o *signori*. La idea de que las personas eran libres por naturaleza era ajena al mundo romano y renacentista porque se dio de la reforma protestante. La tradición republicana fue acallada al consolidarse el discurso de los derechos naturales individuales y del contrato social (Cruz Prados, 2003, pág. 94).

Para el republicanismo la libertad cívica no consiste en un remanente de una hipotética libertad previa, sino en la novedad que representa, frente a cualquier otra situación, el vivir y actuar en el seno de la ley, en conformidad con la medida de una vida que no es individual sino ciudadana. La ley es constitutiva de la libertad porque ser libre es ser capaz de dar a nuestros actos un motivo o estímulo que consista en un bien supraindividual: un bien que supera las posibilidades apetitivas del hombre como mero individuo. Ser libre es, pues, trascender prácticamente nuestra individualidad: la individualidad en la que quedamos encerrados cuando nos encontramos sometidos a un poder individual y despótico (Cruz Prados, 2003, pág. 95).

Para la pensadora republicana Hannah Arendt (1993), en su reivindicación de la *acción*, la auténtica condición humana es la condición ciudadana del hombre, pues la *polis* es el ámbito de la memoria colectiva, de la libertad y de la acción, es decir, de todo aquello que es inasequible para el hombre como individuo, y que representa la superación de la futilidad de una existencia meramente individual (Cruz Prados, 2003, pág. 96).

Para Isaiah Berlin la libertad positiva consiste “libertad para”; es la capacidad de autogobernarse de un modo perfectivo y plenificante; es un autodomínio que nos libera de la sujeción a lo inferior y nos permite acceder a lo superior. Se trata de una libertad entendida valorativamente, y asociada a la propuesta de un determinado concepto de plenitud humana (Cruz Prados, 2003, pág. 96).

Por su parte, Constant señala que la libertad de los antiguos era la entendida como la emancipación de los afanes privados y capacitación para participar activa y destacadamente en los asuntos públicos. Agrega Constant (1988) que la libertad para lo público, la libertad política ha perdido valor en la modernidad, pues en los grandes estados modernos, la participación política de cada uno ha dejado de tener efectividad y relevancia que pudo poseer en las reducidas repúblicas de antaño. Señala que la participación política, la participación en lo público es el modo más eficaz de poner coto

al poder y garantizar así la libertad para lo privado (p.90) (Cruz Prados, 2003, pág. 98); la postura de Constant es netamente liberal.

Por el contrario, en el planteamiento republicano, es la libertad privada —en sentido de libertad *de* lo privado— la que se ordena instrumentalmente al servicio de una libertad o participación política dotada de valor propio y sustantivo, pues tiene por objeto el dotar al ciudadano de la autonomía y suficiencia personales que son necesarias para que en su actuación pública tenga verdadera independencia de juicio y voz propia, es decir, para que no sean fácilmente susceptible de coacción, soborno o clientelismo.

En definitiva, para el republicanismo, la libertad privada es un medio para hacer auténtica la libertad política. En el “republicanismo de desarrollo” (*developmental republicanism*), la participación en la *res publica* posee valor intrínseco, pues constituye el género de vida y actividad en la que el hombre desarrolla lo más valioso y genuino de sí mismo (Cruz Prados, 2003, págs. 96-99)

En el aristotelismo la participación en la vida política tiene el sentido y el valor de engendrar en el hombre su plenitud específica, razón por la cual la libertad, como acceso a ese tipo de vida, a las actividades que esa vida comprende, posee un valor intrínseco, y no meramente instrumental. En la dicotomía planteada por MacIntyre (1981), si ordenamos la participación política o la libertad privada —en cuanto relativa autarquía personal— para hacer posible y auténtica la participación política, entonces esta participación o libertad política no puede orientarse a otra cosa que no sea la realización misma de la plenitud humana: una plenitud que posee una medida pública y de índole política, y que se encuentra encarnada en la práctica excelente de las actividades que componen la vida política.

Esto lleva al republicanismo, a situar la perfección humana en la adquisición de las virtudes políticas, de las virtudes propias del hombre en cuanto ciudadano: unas virtudes que, obviamente, sólo pueden ser adquiridas en la experiencia activa del vivir político. Esto va de acuerdo a la idea aristotélica. Por tanto, el republicanismo es en

este sentido un Humanismo. La plenitud del humano consiste en ser perfectamente lo que el hombre es *en y merced a* la *polis*. La *polis* es constitutiva de las virtudes: esas disposiciones operativas que hacen bueno al hombre, sino fuera así las virtudes se limitarían a ser habilidades o pericias técnicas, para ser utilizadas en algún otro ámbito en el que estuviera situada la perfección humana. Por tanto, lo característico del republicanismo ha sido buscar la virtud ciudadana como solución a los problemas políticos —el peligro constante de que los intereses particulares se impongan al bien común de la *polis*— (Cruz Prados, 2003, págs. 100-102).

Para el republicanismo, la auténtica excelencia humana es excelencia política. La perfección humana consiste en ser perfectamente lo que el hombre es en la *polis*; la *polis* proporciona al hombre una identidad que representa la determinación práctica más completa y fecunda de la genérica y abstracta identidad humana; es una perfección práctica o moral. La participación política es entendida en el republicanismo como la participación activa y plena en la identidad que el hombre alcanza en la *polis*.

En definitiva, el republicanismo valora la participación política por razones éticas, por el perfeccionamiento moral que esa participación posibilita; ha visto en esa participación la forma en la que el hombre, involucrándose en empeños comunes y más ambiciosos que el cuidado de lo privado, dispone de la ocasión para desarrollar al máximo sus talentos y hacer germinar la virtud.

Para los republicanos, como Leonardo Bruni, lo que excita el cultivo de la virtud es el clima de libre y leal competencia por alcanzar reconocimiento y excelencia en los negocios de la *res public*. Constant a quien se le podría etiquetar como liberal, realmente regresa al camino del republicanismo al señalar que: la libertad política es el más poderoso y enérgico modo de perfección que el cielo nos ha dado entre los dones terrenales.

La idea perfeccionista de la libertad política también se encuentra en Tocqueville y John Stuart Mill. Los dos advierten contra el peligro de que un hegemónico interés por

lo privado conduzca al hombre a ocuparse exclusivamente de su bienestar material, y a renunciar incluso a su libertad política, con objeto de quedar completamente libre para dedicarse a lo privado; en el fondo esto equivaldría a una nueva forma de servidumbre.

Frente al riesgo de rebajarse a este servilismo materialista, estos autores instan a la práctica de la libertad ciudadana; esta libertad como participación responsable en lo común, saca al hombre de su aislamiento individualista, promueve en su espíritu el sentido de ciudadanía, y le empuja a adquirir las cualidades propias —virtudes— de quien está involucrado con otros en la realización de intereses comunes; este planteamiento va en contra del materialismo.

La moderación del afán adquisitivo, la crítica al lujo superfluo y la alabanza de una digna y grave austeridad, han sido reconocidas como características del republicanismo. Esta austeridad no es pobreza en general, ni cualquier tipo de parquedad; es aquella moderación que cobra sentido por relación a una realidad política que es constitutiva del ser práctico del hombre: una moderación que es exigencia de la plenitud a la que el hombre está llamado por su condición o identidad política.

Inciarte (2001) señala que el enriquecimiento que es rechazado por el republicanismo es aquel que tiene el efecto de “enajenar al hombre de su quehacer propiamente político, lo cual significa enajenarle sin más de sí mismo como animal político que es” (p. 20-21) (Cruz Prados, 2003, pág. 106).

Recuerda Knauss (s/f) que la limitación de los deseos, la contención de los impulsos era algo propio del ciudadano, pues tal comedimiento era necesario para hacer posible la vida en común (p.248) (Cruz Prados, 2003, pág. 106).

Para Montesquieu, el patriotismo, el amor por el bien de la república exige frugalidad en la vida particular, limitar el deseo de poseer y el interés por el bien particular. La desmedida dedicación al incremento al patrimonio privado, distrae al ciudadano de su

cometido más valioso y dignificante, el cuidado de la *res publica* y le retrae de practicar, con su ciudad, la magnanimidad y munificencia que son propias de un verdadero espíritu público. (Cruz Prados, 2003, págs. 102-106).

Tocqueville (1969) señalaba el peligro que se cierne sobre un pueblo democrático, si su amor por la igualdad no va acompañado de un vigoroso espíritu público que la haga poner el mismo interés en la libertad política. De esta manera Tocqueville dice “Las sociedades democráticas que no son libres, pueden ser ricas, refinadas, espléndidas, magníficas, incluso poderosas por el peso de su masa hegemónica; se pueden dar en ellas ciudades privadas, buenos padres de familia, honestos comerciantes y propietarios dignos de estima; se encontrarán incluso buenos cristianos (...) Pero lo que nunca se verá, me atrevo a decir, en semejantes sociedades, son grandes ciudadanos y sobre todo un gran pueblo; y no temo afirmar que el nivel común de los sentimientos y las ideas no cesará nunca de descender en tanto que la igualdad y el despotismo marchen unidos” (p.22) (Cruz Prados, 2003, págs. 108-109).

Para Peschard (2012), la idea de ciudadanía implica ir más allá del espacio privado que es el área de las necesidades más inmediatas del hombre y de la lucha por satisfacerlas. En el mundo moderno, caracterizado por la diferenciación entre lo privado y lo público, el hombre tiene una existencia privada que lo hace ser burgués, proletario, miembro de la clase media, etc. mientras que en el espacio público aparece alejado de dichas determinaciones y reconocido formalmente como individuo sin distinciones étnicas raciales, sociales, ideológicas, económicas, etc. (p.7).

Para Sánchez (2011), tanto Aristóteles como Cicerón, plantean su republicanismo como uno excluyente, donde las mujeres, los esclavos y la “muchedumbre”, como la llama Cicerón, no tienen cabida, ya que la condición central del republicanismo es la ciudadanía, y esta se adquiere por alguna clase de virtud otorgada por el nacimiento, por la condición masculina o la condición económica. La desigualdad innata no debe ser eliminada de manera institucional, sino al contrario la desigualdad es una condición necesaria para la funcionalidad del sistema. Montesquieu ve la división como algo

necesario que siempre ha existido y seguirá existiendo, ya que para él esas diferencias ayudan a generar armonía; ve la desigualdad social como algo positivo, si esta se dirige a una competencia interna a través de las instituciones, esto es lo que garantiza la libertad de los ciudadanos.

Para Maquiavelo (s/f) el objetivo del Estado no es disminuir las desigualdades, “la organización de la república tiene como fin garantizar la estabilidad conjurando el peligro de la corrupción”. Montesquieu señala que “una república prudente no debe aventurar nada que la exponga a la buena o mala fortuna; el sólo bien a que debe aspirar es la perpetuidad de su institución.

Maquiavelo (s/f) con su visión republicana ve la necesidad de ciudadanos virtuosos para el nacimiento, desarrollo y mantenimiento de Estados fuertes. Ciudadanos que se involucren en las decisiones del gobierno al participar en la defensa de su Estado, en el pago de impuestos y en los asuntos públicos. Esto es así porque la república debe tener como primera meta la autopreservación, en la que la participación de los ciudadanos es central, con lo que se podría crear las condiciones para desarrollar las virtudes cívicas de lealtad a las instituciones (Sánchez García, 2011).

Así Montesquieu (1998) indica que “nada iguala en poder a una república en que se observen las leyes, no por temor ni por razón, sino por pasión, como en Roma y Lacedonia; a la sabiduría de un buen Gobierno, se une entonces toda la fuerza que una fracción puede tener”. Este republicanismo aspira a tener ciudadanos que por sus virtudes cívicas se comprometan con ella (Sánchez García, 2011).

Para Rodgers, el republicanismo es “el compromiso con una vida cívica activa, frente a la obsesión liberal con las inmunidades y derechos, el compromiso explícito con valores y con la justicia deliberativa, frente a la neutralidad procedimental del liberalismo, la defensa de los fines políticos comunes, frente a la incapacidad del liberalismo de imaginar la política como algo más que el pluralismo de los intereses de los grupos”. El republicanismo es una distinción entre las libertades negativas y positivas, pero

también es una opción entre los extremos del liberalismo y el comunitarismo, donde los ciudadanos tienen un alto grado de responsabilidad que deben asumir para que la sociedad funcione (Sánchez García, 2011).

Para Giner, el republicanismo es aquella concepción de la vida que preconiza un orden democrático dependiente de la vigencia de la responsabilidad pública de la ciudadanía. Su institución central es la de la ciudadanía, en el doble sentido que la palabra posee en castellano: conjunto de miembros libres de la *politeya* —los ciudadanos— y condición que cada uno de ellos ostenta como componente soberano del cuerpo político (Sánchez García, 2011).

Para Peschard (2012), el modelo cívico, propio de democracias estables y asentadas, supone la existencia de individuos racionales que en la esfera privada son egoístas e interesados porque velan por la promoción de sus intereses, mientras que en la pública son responsables y solidarios. Es ahí donde se crea el presupuesto de la supremacía de la esfera pública sobre la privada, que es una herencia republicana (p. 8); en este sentido Peschard confronta a Sartori (1988) quien ubica a esta postura en la tradición democrática (p. 471).

Por su parte, el neo republicanismo, donde Phillip Pettit es el principal teórico de esta corriente, en 1997 hace una reivindicación de los ciudadanos en las sociedades modernas y su postura contra la voluntad arbitraria de otros, en contra de la dominación. La “no interferencia” del liberalismo es que no logra superar la relación individuo-Estado y no plantea la relación entre individuos, por tanto deja incompleta la visión de un hombre como miembro de una sociedad en la que se establecen y se dan una gran cantidad de relaciones de dominación, que tiene un fuerte impacto en la sociedad.

Para Pettit (1999), el lenguaje de la *no-dominación* ha estado presente siempre en la tradición republicana, pero aplicaba de manera exclusiva a los ciudadanos. De esta forma el neo republicanismo, acepta la noción de libertad como *no-dominación* pero

con una postura incluyente, ya que ve en el Estado a un organismo que busca el bien común, y al hacerlo expande los derechos y obligaciones de la ciudadanía; defiende la libertad de los antiguos pero la actualiza, ya que no solo hace una defensa del individuo, sino también de la comunidad, y busca la ampliación y respeto a los derechos de los grupos antes excluidos; pone acento en el bien común que se alcanza con la virtud cívica, la confianza mutua y la idea de capital social.

Petit (1999) en su idea de la libertad como *no-dominación* señala que “lo verdaderamente importante no es que el gobierno haga lo que diga el pueblo, sino que so pena de arbitrariedad, el pueblo puede siempre controvertir y oponerse a lo que haga el gobierno”; que el pueblo “confía al Estado las tareas de administrar un poder no arbitrario”. (Sánchez García, 2011).

Para Folguieras (2005) la ciudadanía no se determina por las libertades negativas, sino los derechos políticos, y en particular los de participación y comunicación política; el republicanismo promueve la lealtad a las instituciones y promueve las virtudes cívicas. Los valores del republicanismo, el individuo es el ciudadano, pero un ciudadano activo y no pasivo como en el liberalismo, y éste está más interesado en la participación porque de ella depende su libertad frente a la autoridad, la participación política responsable del ciudadano permite la legitimidad del poder político establecido. Así el ciudadano tiene un compromiso cívico con las instituciones y con la participación política para alcanzar soluciones a los problemas que aquejan a la sociedad (Sánchez García, 2011).

Quentin Skinner aporta su tesis principal de la libertad ciudadana, en la que aparece un ciudadano capaz de autogobernarse y coadyuva a la creación de un sistema de justicia que le garantice esa libertad (Sánchez García, 2011).

Para Chaparro (2005), “el bien común estaría fundamentado en el conflicto y su superación, y no en los sentimientos innatos de amor o solidaridad entre los miembros de la comunidad política”. Para Hannah Arendt, los derechos sociales son elementos

centrales del compromiso ético de la república. En el republicanismo no se separan derechos y deberes, existen reglas que se deben seguir y cada ciudadano tiene la responsabilidad cívica de realizar las tareas que la sociedad le requiere (Sánchez García, 2011).

2.3.3 Filosofía Liberal o Liberalismo Político

Sartori (1988) señala que el liberalismo político comienza con el pensador inglés John Locke (p.471) quien vivió de 1632 a 1704 (Locke, 2012) y resume que el liberalismo trata de la libertad política; libertad *para* el ciudadano *de* la opresión del Estado (p.463). La frase célebre que resume esto se le adjudica al vigésimo octavo presidente de los Estados Unidos de América de 1912 a 1920, Thomas Woodrow Wilson: “La historia de la libertad es la de la lucha por limitar el poder del Gobierno” (Woodrow Wilson, Sabidurías, 2012) (Woodrow Wilson, Biografías y Vidas, 2012). Peschard (2012) señala que los principios liberales defienden la concepción de una sociedad con amplios márgenes de autonomía frente al Estado (p.8). Dagger (1997) señala que los elementos predominantes en el Liberalismo son el valor de la autonomía y los derechos individuales (Cruz Prados, 2003, pág. 86).

Cruz Prados (2003) señala que el liberalismo asigna a lo político un carácter instrumental respecto de la realidad humana práctica. Recuerda a Petit (1999) quien menciona que el liberalismo entiende la libertad como *no-interferencia*, lo cual implica la ausencia, meramente fáctica, de impedimentos para el despliegue espontáneo de la voluntad individual. Que a partir de Hobbes queda incorporada a la tradición liberal, la idea de la libertad como ausencia de impedimentos externos; esto es una *libertad de facto* o de hecho. Que en el Liberalismo la relación que hay entre Ley y Libertad es de índole instrumental, así la ley es concebida como límite de la libertad: como una contención externa que sirve de instrumento para evitar la colisión entre la libertad de uno y la de otro.

De este modo la ley, al restringir la libertad, proporciona a ésta seguridad y garantía. La acción restrictiva de la ley queda justificada porque una libertad garantizada, aunque restringida, es preferible a una libertad intacta pero en precario. La idea hobbesiana de

que la ley y la libertad se contraponen, se encuentra presente en el fondo de toda tradición liberal. De este modo la relación entre la ley y la libertad supone concebir, a la libertad, como una realidad previa a la presencia de la ley, es decir, una libertad preexistente a la ley, por tanto, la función de la ley es instrumental: la función de recortar la libertad con el objeto de poder protegerla. Después de esta reflexión, la pregunta que queda por responder en el liberalismo es ¿cuál es el recorte mínimo imprescindible para dar protección legal a la libertad?.

Agrega Cruz Prados (2003) que el Liberalismo piensa la libertad y la ley desde un modelo o constructo mental sin referencia histórica: “el estado de naturaleza”, esto implica entender que la condición humana es esencialmente previa e independiente de su posible condición política. La humanidad del ser humano estaría constituida antes de que éste se incorporara a la vida política. En este contexto se dice pues, que el hombre es libre “por naturaleza”, que está dotado ya de su valor y de sus derechos, significa afirmar que el hombre posee su dotación más específica y relevante con independencia y anterioridad respecto de la realidad política: una realidad a la que el hombre se incorporará seguidamente, provisto ya de su más valioso patrimonio (págs. 86-93).

Cruz Prados (2003) señala que si partimos de la concepción apriorística de la naturaleza humana, lo político sólo puede aparecer como algo meramente *a posteriori* e instrumental: como un artificio para proteger, supervisar y evitar fricciones. La libertad pues, como patrimonio humano natural, es decir, prepolítico, la ley representa un factor posterior e instrumental, que somete a esa libertad original a los recortes necesarios para su propia seguridad.

Agrega Cruz Prados (2003) que el concepto liberal de la libertad se encuentra claramente expresada en la conocida distinción de Berlin (1988), entre libertad negativa y libertad positiva. Por libertad negativa entiende el ámbito de la *no-interferencia*, de no obstaculización, del que goza libertad individual. Esta libertad consiste en independencia respecto de algo: en “*libertad de*”. Por el contrario la libertad positiva

consiste en “*libertad para*”. Berlin (1988) opta decididamente por la libertad negativa, y entiende que esta opción exclusivamente constituye la verdadera esencia del liberalismo (Cruz Prados, 2003, págs. 93-97).

La libertad de la que hablaba Constant (1988), en relación a la “libertad de los modernos” es la descarga de las tareas públicas, que hace posible la dedicación sin trabas a los afanes privados; esto es una concepción liberal de la libertad, que no difiere mucho de la “libertad negativa” de Berlin (1988). Señala Constant (1988) que en el mundo moderno, la libertad de lo privado ha adquirido un valor muy superior al que poseía antiguamente y que esto se debe que el ámbito privado se ha visto enriquecido con nuevas y abundantes posibilidades de disfrute y bienestar; así Constant (1988) se inclina a favor de la libertad de los modernos, esto es libertad *de* lo público y *para* lo privado, sin renunciar a la libertad de los antiguos. En opinión de Constant (1988), lo correcto y necesario es conciliar ambas libertades (Cruz Prados, 2003, pág. 98).

Cruz Prados (2003) señala que en el planteamiento liberal la participación política se ordena instrumentalmente a la protección de la libertad privada; el objeto de esa participación es el control del poder político. De esta forma, en el liberalismo, la libertad política es un medio para hacer auténtica la libertad privada (págs. 97-99).

Continúa Cruz Prados (2003) al mencionar que si se toman las cosas con rigor y radicalidad, y la participación política se ordena como una forma de controlar el poder público y para la protección de la libertad privada o negativa como lo pide el liberalismo, entonces la libertad privada ya no puede orientarse a otra cosa que la realización de elecciones que solo responden a preferencias individuales.

El liberalismo valora la participación ciudadana por razones meramente estratégicas: como modo de proteger la libertad de acción en otros ámbitos, donde estarían situadas, la identidad y plenitud humanas decisivas; el liberalismo propiciará la participación ciudadana en la medida en que este recurso sea necesario para aquel fin, y mientras

esta pericia política no sea dispensable mediante una reforma estructural que proporcione mayores garantías individuales (Cruz Prados, 2003, pág. 101 y 103).

Tocqueville y John Stuart Mill advierten contra el peligro de que un hegemónico interés por lo privado conduzca al hombre a ocuparse exclusivamente de su bienestar material, y a renunciar incluso a su libertad política, con objeto de quedar completamente libre para dedicarse a lo privado. Abandonar el ejercicio de la libertad política, desentenderse de los asuntos públicos y ciudadanos, como modo de liberarse de una carga entorpecedora de los negocios privados, equivaldría en el fondo en una nueva servidumbre (Cruz Prados, 2003, pág. 105).

Cruz Prados (2003) señala que el planteamiento liberal alienta a las personas el afán posesivo, el interés por las comodidades privadas y el espíritu mercantilista; que alaba y valora la riqueza. Pero no se trata de cualquier tipo de opulencia, sino de aquella abundancia material que es fruto y manifestación de un uso industrioso y sagaz de la libertad privada y de la igualdad de oportunidades que el sistema político garantiza al individuo. Es pues, la riqueza que resulta de aprovechar diligentemente la dedicación completa a lo privado, que es posible gracias a la descarga de lo público, al abandono de los asuntos comunes en manos de los expertos. Se trata, en definitiva de una riqueza cuyo sentido dimana de una visión instrumentalista de la realidad política.

Por esta razón, Adam Smith, con espíritu de acumulación de riqueza tipo liberal, avisaba de que una república de ciudadanos, en la que todos los ciudadanos se ocupan por turnos de los asuntos públicos, podrá ser libre, pero nunca podrá ser rica (Ignatieff, 1995) (Cruz Prados, 2003, pág. 107).

Continúa Cruz Prados (2003) al mencionar que la despreocupación de lo público, no sólo deja al individuo en óptimas condiciones para perseguir su bienestar privado, sino que, fundamentalmente lo deja sin otro horizonte para sus energías de que el conseguirse una acomodada y bien provista privacidad (p.107-108).

El liberalismo, a fin de cuentas, no se limita a responder al afán adquisitivo del ser humano, sino que, más bien lo consagra y fomenta. El individualismo llama al individualismo. El liberalismo propone un modelo de plenitud en el ámbito privado. Las personas, al carecer de ocupaciones públicas, solo puede aspirar a aquella excelencia y virtudes que son propias de esas tareas: probidad, observancia, industriosidad, espíritu ahorrativo y emprendedor; esto es un particular modelo de excelencia humana, que a pesar de su incuestionable valor, carecen de la brillantez y nobleza de las virtudes políticas, de las virtudes de la plena ciudadanía. Por tanto, la disyuntiva entre liberalismo y republicanism se da entre dos ideales éticos asignables a las personas como medida de perfección (Cruz Prados, 2003, págs. 106-108).

Para Sartori (1988) el problema del liberalismo es la libertad *externa*, de ahí que la preocupación predominante de esta postura es precisamente que ningún hombre sea encarcelado sin un proceso legal y sin causa debida. Señala que el liberalismo es la teoría y práctica de la defensa, a través del Estado constitucional, de la libertad política individual, de la libertad individual; advierte que él no confiere importancia al “individualismo” y que habla del «Estado constitucional» y no como a veces se sugiere de Estado «mínimo». Señala que el individualismo, aisladamente considerado, o no es suficiente para caracterizar el liberalismo o lo restringe demasiado a una de sus muchas acepciones.

Sartori (1988) acepta que el liberalismo cree en el *valor* de cada uno y de todos los seres humanos y los concibe, como se ha visto, como *personas*; pero el liberalismo permanece erguido incluso si se desploma la denominada concepción abstracta del individuo, e independientemente de si el individuo es «posesivo» o «social», «hacedor de la sociedad» o «producto social» (págs. 463-464).

Agrega Sartori (1988) que el liberalismo *ha* limitado el poder absoluto y arbitrario; ha vencido el círculo de la desesperación expresado en la pregunta ¿Quién controla a los controladores?; ha liberado al hombre del temor al príncipe; ha liberado efectivamente al hombre del saqueo y del terror —del terror relacionado con la fuerza— (pág. 467).

Peschard (2012) señala que el concepto moderno de ciudadano tiene como premisa al individuo liberado de sus ataduras comunitarias, pero abandonado a sus propias fuerzas. La idea misma de individuo es producto de la lucha contra las jerarquías corporativas que concebían y valoraban a los hombres en función de criterios tales como el designio divino, el nacimiento o la guerra, y no en tanto personas nacidas con igualdad de derechos (p.7).

Sartori (1988) acepta que la libertad política de la que hoy se habla que es una libertad *antipolis*, es decir, una liberación de las restricciones políticas; que en la antigüedad, no se reconocía al individuo como persona, como un «yo privado» merecedor de respeto, ni podían reconocerlo por la razón de que dicha concepción es producto del cristianismo, desarrollada por el Renacimiento, el Protestantismo y la Escuela Moderna del Derecho Natural (págs. 352-353).

Peschard (2012) coincide con Sartori que la cultura política democrática hereda de la tradición liberal el principio del respeto a un orden jurídico objetivo o legalidad que regula la conducta externa de los hombres y que es universalmente obligatorio, o sea, que se aplica a todos por igual (p.9).

Sánchez (2011) señala que el liberalismo busca la libertad denominada libertad negativa, esto es, la no injerencia del Estado en la vida privada de las personas; el espacio público adopta una sacralidad que implica un respeto total a la misma, y un rechazo a la intervención del gobierno y la imposición de leyes que violen las libertades individuales. Recuerda que las grandes revoluciones de occidente, la inglesa, la americana y la francesa, nacen como un rechazo al despotismo monárquico y sus intenciones de imponer impuestos y leyes que le permitiera controlar más a las personas. Añade que la gran cantidad de liberales han dado gran importancia al derecho a la propiedad y una desconfianza muy grande hacia el gobierno, hasta buscar la práctica desaparición de las instituciones, ese grupo de liberales son conocidos como libertarios.

Cuando Sartori (1988) menciona a Tocqueville y se le reinterpreta a éste último, se puede deducir que el liberalismo expresa que los derechos privados deben ser respetados (p.471).

Sánchez (2011) señala que el liberalismo es una vertiente política que apoya un marco jurídico que debe respetar el debido procedimiento, tiene como visión que las personas nacen libres e iguales quienes tienen la capacidad racional como para querer o no participar en la política. Recuerda a Bobbio quien ve en el liberalismo, la búsqueda de establecer límites jurídicos al poder estatal, destacando la libertad individual frente al Estado, libertades que son civiles y económicas.

El liberalismo enfrenta siempre el problema de la existencia de situaciones que las leyes no pueden contemplar y que se dejaría de resolver de manera justa; ante estas disyuntivas lo que se pretende es salvar el debido proceso; sin embargo, en ocasiones, al querer salvar el proceso se puede perder de legitimidad ante los ciudadanos.

Sánchez (2011) señala que dentro de los valores liberales encontramos la defensa de los principios de libertad, respeto a la autonomía individual, pluralismo, tolerancia, afirmación de la justicia procedimental y neutralidad del Estado en materia de moral privada. Para los liberales la noción de la identidad de las personas es una cuestión de las mismas, en ese sentido el liberalismo es individualista, es decir, que los asuntos de la vida privada son terreno vedado al Estado, el cual no puede regir sobre los gustos, deseos, o intereses de las personas y solo puede regular las conductas que atenten contra los demás individuos.

Sánchez (2011) menciona que una de las posturas extremas del liberalismo es la concepción de la libertad política como autodeterminación, pues rechaza cualquier pretensión de igualdad que evite las naturales “desigualdades” que hacen que un sistema funcione. El pretender la igualdad de las personas mediante políticas incluyentes, de acción afirmativa o discriminación positiva propias del multiculturalismo,

son las causas de los desequilibrios y evitan el buen funcionamiento del Estado. Las diferencias culturales no son parte del debate del liberalismo; la cultura es algo que nace libre y evoluciona sin la interferencia de los Estados.

Sánchez (2011) afirma que el liberalismo no atiende a la necesaria solidaridad de los grupos para el mantenimiento de la sociedad, ni tampoco atiende a la responsabilidad del individuo más allá de lo pactado en el derecho, el pagar impuestos, etc.

Manning condensa la doctrina liberal en tres principios (1) El principio del equilibrio, (2) el principio de la generación y circulación espontánea y (3) el principio de la uniformidad; considera newtoniana la que denomina forma simbólica de la doctrina. Esto es menos esotérico que el «liberalismo ecuménico» de Neill; siendo consideradas por Sartori como caracterizaciones poco convincentes la analogía newtoniana y la «uniformidad» (Sartori, 1988, pág.456).

Rawls (2006) señala la importancia del individuo y su decisión libre de participar, por ello rechaza la postura de que es obligatorio pertenecer a un grupo para tener derechos políticos, ni tampoco debe ser impedido de salir de ese grupo, no se puede pretender “salvarlo” a él y a su cultura si él no desea ser salvado; si él quiere correr, de manera libre, los riesgos que la vida política, económica y social le plantean, tiene ese derecho como su principal de los derechos (Sánchez García, 2011).

Así mismo, Rawls (2006) plantea que existen tres rasgos igualitarios en el liberalismo al señalar tres elementos de los mismos y que son: (a) la garantía del valor equitativo de las libertades políticas, de manera que éstas no sean puramente formales; (b) Igualdad equitativa de oportunidades, de nuevo, que no sean puramente formales y (c) el llamado principio de la diferencia, que afirma que las desigualdades sociales y económicas relacionadas con cargos y posiciones tienen que estructurarse de tal modo que, cualquiera que sea el nivel de estas desigualdades, grandes o pequeñas, tiene que darse a mayor beneficio de los miembros menos aventajados de la sociedad (Sánchez García, 2011).

Esta última postura de Rawls (2006) reconoce la existencia de desigualdades pero que deben ser reducidas para restablecer la condición previa en la cual la desigualdad es producto de la competencia y el mérito. La visión política de Rawls (2006) implica el establecimiento de un sistema de cooperación social que busque unificar a la misma sociedad y lo logre a lo largo de las generaciones, siempre apegado a lo que denomina “estructura básica” y que alude a un régimen democrático, como un sistema institucional, de normas que sabe influye en la vida de los individuos en la sociedad (Sánchez García, 2011).

Cercano la postura de Rawls está la de Dworkin (2008), quien señala que el gobierno deber tratar a su población con “igual consideración”, es decir, considerar a su población como igualmente importante al realizar una política y esto le daría legitimidad; de manera que esta legitimidad se apoya en la tesis de un gobierno respetuoso de los derechos individuales como los verdaderamente importantes. Sin embargo, Dworkin (2008) sostiene “el gobierno no puede simplemente abandonar a los ciudadanos a su suerte, sino que debe tomar en cuenta las consecuencias de todo lo que hace, puesto que las acciones del gobierno inciden sobre lo que las personas tienen (Sánchez García, 2011).

Aún así, Dworkin (2008) no abandona la tesis de que el individuo es responsable, en parte, de su situación y que debe hacer algo para salir de situaciones que lo dañen (Sánchez García, 2011). De esta manera, podemos ver que la postura de Dworkin (2008) es contraria y considera una facción a la postura que expresa el *laissez-faire*, según la cual los libertarios defienden al Estado mínimo donde el papel del Estado se reduce a su intervención en cuestiones económicas.

2.3.4 Filosofía Democrática

Sartori (1988) nos ayuda a distinguir entre lo que es la «democracia» y lo que significa la «democracia liberal»; hace esta precisión porque no siempre el significado de democracia es igual en todas las culturas. Es común confundir estos términos, y los malentendidos nos pueden llevar a una idea errónea; hace una magistral separación

entre las características del Liberalismo y la Democracia llegando a las conclusiones mostradas en la tabla 5.

Tabla 5. Diferencia entre Liberalismo y Democracia según Giovanni Sartori

Liberalismo	Democracia
Reivindica la libertad	Reivindica la igualdad
No se trata totalmente de una cuestión de libertad; existen libertades de escasa importancia desde el punto de vista demócrata	No se trata de totalmente de una cuestión de igualdad; existen igualdades ante las que el liberalismo es insensible
No todas las libertades son conquistas liberales	No todas las igualdades son conquistas democráticas
Valora la eminencia y espontaneidad	Le preocupa la cohesión social y la igualdad distributiva
La libertad es autoafirmativa y problemática	La igualdad desea integrar y sintonizar
Gira en torno al individuo	Gira en torno a la sociedad
Es ante todo la técnica de limitar el poder del Estado	Es la inserción del poder popular en el Estado
Siente más preocupación por la política	Le inquieta la cuestión del bienestar
Se preocupa por la forma del Estado	Se interesa principalmente por el contenido de las normas emanadas del Estado
Capta mejor la cuestión del método de la creación del orden social y es atento a la «democracia procedimental»	Es indiferente ante la cuestión del método, se preocupa más por los resultados y de la sustancia, y pretende más ejercer el poder de vigilar al Estado
Le interesa especialmente la sujeción política, la iniciativa individual y la forma del Estado	Es particularmente sensible al bienestar, la igualdad y la cohesión social

Fuente. Elaboración propia a partir de (Sartori, 1988, págs. 467-471)

Señala Sartori (1988) que la democracia establece en *pactum societatis*, esto es, una coexistencia entre los ciudadanos —iguales como ciudadanos—; que no podemos demostrar la democracia, pero si podemos argüir convincentemente que la democracia es preferible a cualquier otra forma de gobierno (pág. 337 y 342).

Según Peschard (2012), en la democracia, el ciudadano es el protagonista de la esfera pública ya claramente diferenciada de la privada. Adicionalmente ya no es un súbdito del Estado que solamente está llamado a obedecer los dictados del poder o a someterse bajo el imperativo de la fuerza, sino que participa directa o indirectamente en el diseño de dichos dictados y, desde luego, en la fundamentación misma del poder del Estado, al ser titular de la soberanía. De ahí que un elemento principal de la orientación política democrática sea la creencia de que se tiene cierto control sobre las élites políticas y sobre las decisiones que éstas adoptan (p. 8).

Para Peschard (2012) la noción de ciudadano se expresa nítidamente en el término elector o votante, que es una categoría jurídico-político básica que iguala a los individuos entre sí, pues cada elector, independientemente de su situación social particular, tiene el mismo peso al ejercer su derecho al sufragio (p.8).

Cuando Sartori (1988) menciona a Tocqueville y se le reinterpreta a éste último, se puede deducir que uno de los componentes democráticos es que el interés del individuo debe ceder siempre ante el interés de los muchos (p.471).

2.3.5 Filosofía Comunitaria

El término *communitarianism* fue concebido como una marca para las críticas filosóficas al liberalismo que comenzaron a dominar la teoría política en Estados Unidos en la década de 1980 (Fondevilla, 2003, pág. 85), nace como un proyecto antiliberal cuando el proyecto neoliberal de Margaret Thatcher y Ronald Reagan, primer ministro de Gran Bretaña y Presidente de Estados Unidos respectivamente, daba sus primeros pasos (Sánchez García, 2011).

Fondevilla (2003) y Sánchez (2011) coinciden que dentro de los pensadores comunitaristas están Benjamin Barber (democracia participativa), Michael Sandel (ontología de la comunidad), Alasdair MacIntyre (filosofía de la virtud), Charles Taylor (antropología hermeneútica) y Michael Walzer (teoría particularista de la justicia), y los trabajos sociológicos de Robert Bellah y William Sullivan (bases republicanas de Estados Unidos). Las fuentes habituales del comunitarismo son el neoaristotelismo, Hegel y su crítica a Kant en la idea de la “eticidad sustancial”, o la tradición del “republicanismo cívico”, cuyos antecedente son Aristóteles y Rousseau (Fondevilla, 2003, pág. 85).

Gracias a Ferdinand Tönnies en 1887, en el comunitarismo, hay una larga costumbre de distinguir entre *Gemeinschaft* (comunidad) y *Gesellschaft* (sociedad) como dos categorías que describen formas distintas de integración social (Duverger, 1951, pág. 153).

La comunidad tiene dos caracteres esenciales. (1) es grupo social fundado en la proximidad, en la vecindad —Durkheim diría en la solidaridad por semejanzas—. (2) es un grupo social espontáneo, natural, preexistente con respecto al individuo. No se crea una comunidad, se la descubre. No se adhiere, se pertenece a ella automáticamente, quiérase o no (Duverger, 1951, pág. 154).

La distinción entre comunidad y sociedad abrió el camino para un análisis del proceso de modernización social enfocado en la creciente descomposición de las relaciones comunitarias que promueve la pérdida de la solidaridad (Fondevilla, 2003, pág. 87).

Sánchez (2011) coincide con Fondevilla (2003) al señalar que el comunitarismo surge como una reacción ante el peligro de fragmentación de la sociedad, y de manera particular de las sociedades poliétnicas que son gobernadas bajo el principio de las democracias liberales o procedimentales, las cuales al dirigirse a la aplicación de las normas debilitan las relaciones interpersonales y de grupos, al no concederles ninguna importancia en los procesos de decisión. Lo que gesta un proceso de deslegitimación entre las preferencias de las personas, los grupos y las decisiones de sus representantes. Totalmente alejados de los intereses colectivos, las soluciones son fragmentarias, endebles y conllevan el peligro de la desintegración social. De esta manera se señala al liberalismo como la causante de deslegitimación de las instituciones democráticas al impulsar el individualismo y los intereses privados como los únicos válidos, y por fomentar las desigualdades como un elemento funcional del sistema (Sánchez García, 2011).

Fondevilla (2003) señala que la idea general del comunitarismo es que la existencia de los seres humanos depende de comunidades éticamente integradas y que el proceso de modernización destruye los lazos de los individuos con su *comunidad* y pone en peligro las formas tradicionales de la vida comunitaria.

La tesis principal del comunitarismo tiene que ver con la recuperación del punto de vista de la comunidad para analizar los problemas sociales de las sociedades

postindustriales. El ideal es una comunidad en la cual los miembros se relacionen entre sí, y no a través de relaciones jurídicas, sino mediante orientaciones y valoraciones éticas comunes. El diagnóstico se centra en un proceso de modernización que erosiona profundamente los lazos sociales que los seres humanos guardan unos con otros en el interior de una sociedad. Esto no se diferencia demasiado del análisis de Weber, Durkheim o Simmel, quienes ya habían descrito el pasaje a la modernidad como un proceso de extracción del sujeto de las formas previas.

Así, el comunitarismo prevé que cualquier sociedad que quiera fundarse en individuos que se encuentran aislados unos de otros, atomizados y que sólo persigan sus propios intereses, socava sus propios fundamentos. Cree que el proceso de modernización ha tomado forma de un proceso de fragmentación, que un individualismo agudo destruye los lazos sociales de integración de los individuos a su familia, su comunidad, a su grupo de pertenencia, a su Estado, a su Nación, etc. Entre las consecuencias están la apatía, la pérdida de legitimidad del sistema político y de las instituciones públicas (Fondevilla, 2003, pág. 87)

En la escuela comunitarista se pueden distinguir las posiciones “integracionistas” y “participativas”. La primera de ellas sostiene que se debe dar un auténtico proceso de resocialización “comunitario”, el rechazo de la diferencia social y la protección de la integridad de los vínculos comunitarios, y no como en las sociedades liberales, a la protección de los derechos y libertades individuales. La segunda posición, *civic republicanism* acepta los conflictos del pluralismo social y concibe a la sociedad como un horizonte valorativo, una esfera pública de participación ciudadana (Fondevilla, 2003, pág. 88).

El comunitarismo busca que el Estado sea una necesidad del individuo, para conformar una personalidad verdaderamente completa y que no sea una opción de interés egoísta, producto del atomismo individualista que postula el liberalismo. Conway dice que la Comunidad es “un conjunto (set) de individuos que (1) comparten entre sí, total o parcialmente, una vida común o forma de vida; (2) conceden —es consciente y cada

uno es consciente de que los otros lo son— valor intrínseco a esta vida común o forma de vida; (3) siente o está dispuesta a sentir, algún grado de alta consideración de uno respecto de otro, y (4) coopera o está dispuesta a cooperar uno con otro, para preservar y favorecer la vida común o forma de vida (Sánchez García, 2011).

Michael Walzer critica la posición de Rawls sobre la justicia redistributiva; señala que no puede haber una sola manera de distribuir los bienes; expone que algún bien social debe servir para lo dominación de otros por lo que su postura se acerca al republicanismo; defiende al pluralismo y la igualdad pero señala que la igualdad es compleja (Navarrete Poblete, 2012). Que la comunidad implica que los individuos tienen una vida en común, existe un respeto a las demás personas y existe posibilidad de cooperar en esa vida comunitaria. Los lazos sociales que le permiten mantener la comunidad son los más importantes y no las reglas que lo mantienen unido (Sánchez García, 2011).

Kallscheur define al comunitarismo como “una orientación filosófica que somete a una crítica metódica y moral la fundamentación individualista de la sociedad y de las normas sociales de la autocomprensión ‘de la’ (o de ‘una’ determinada) modernidad (Benedicto Rodríguez, 2005, pág. 49) (Sánchez García, 2011).

Etzioni al exponer el programa del comunitarismo sostiene que “nosotros mantenemos que los derechos de los individuos no pueden preservarse durante mucho tiempo sin una perspectiva comunitaria. Una perspectiva comunitaria que reconoce tanto la dignidad humana individual como la dimensión social de la existencia humana” (Benedicto Rodríguez, 2005, pág. 50) .

Señala Sánchez (2011) que uno de los principales temas que ha impulsado el comunitarismo es la propuesta del reconocimiento, la importancia de las identidades de las personas y de los grupos.

Taylor busca normas que permitan el desarrollo de las minorías y sus culturas, sin ser absorbidos por el proceso homogeneizador de las sociedades liberales en tiempo de globalización, lo que busca es la supervivencia del grupo con su propia identidad. Esto ha llevado a la aplicación de políticas de discriminación positiva o acción afirmativa. La propuesta de Taylor es la participación política, para ello se requiere la construcción de una imagen fuerte de la sociedad a la que se pertenece. El patriotismo se convierte en una virtud política. En este sentido concuerdan Sandel y Mac Intyre al considerar que es la práctica lo que hace que las personas descubran sus intereses y preferencias (Sánchez García, 2011).

Los comunitaristas se oponen a la idea de la neutralidad del Estado, y apoyan la relevancia política de “lo que es bueno para la sociedad”; esto implica que el Estado debe buscar lo que es bueno, no sólo el respeto a las normas básicas, sino que el Estado debe buscar el bien común, y éste se define desde la existencia misma de los grupos, de su pluralidad, y de la tolerancia a esas diferencias. Esto se convierte en problema, según Eramo Vitale y Habermas, porque al darle primacía al grupo se da la nulificación del individuo al forzarlo a ser miembro permanente de una minoría a pesar, y esto es lo grave, de sus personales deseos y ambiciones (Velasco Arroyo, 2007, págs. 147-156) (Sánchez García, 2011).

Según Fondevilla (2003) la comunidad es un orden de convivencia basado en las relaciones de parentesco, vecindad y amistad, y, por supuesto, en un determinado “bien común”. Solo la comprensión mutua une a los miembros de la comunidad en una armonía social reforzada por la costumbre, la religión, la cultura y el pasado común. La cohesión de las comunidades no necesita —como en las sociedades— la garantía de los mecanismos jurídicos para su reproducción, dado que la misma está asegurada a través de la persecución del “bien común” colectivo. Este “bien común” se conforma a través de identidades y fines compartidos, tradiciones y ritos culturales heredados, asentimientos fraternales e intereses coincidentes (págs.98-99).

Fondevilla (2003) señala que lo que el comunitarismo propone es la sustitución de la política de derechos individuales impulsada por el liberalismo, por una política de “bien común” que proteja los valores comunes (*shared values*) aún a costa de las minorías y los individuos. Esto es simplemente ingenuo, o una idea totalitaria del funcionamiento de las comunidades. Forzar la integración de minorías, obligar al abandono de prácticas culturales diferentes, limitar la multiplicidad de prácticas e instituciones sociales, aceptar un esquema de valores uniformes, adoptar un derecho conformado por valoraciones vigentes —usos y costumbres— sin tomar en cuenta razones procedimentales o morales, parece ser la política del “bien común” (Fondevilla, 2003, págs. 100-101).

Según Sánchez (2011), los valores ligados al comunitarismo son (1) La sociedad como mecanismo que permite desarrollar al individuo, dado que es la sociedad la que crea valores morales que se comparten. (2) La solidaridad, misma que busca un ciudadano responsable. (3) La reciprocidad, dice Etzioni que “cada miembro le debe algo a los demás y la comunidad debe algo a cada uno de sus miembros”. Los individuos y comunidades son responsables. De allí su apoyo al voluntariado como una forma de ayuda a los demás. Otra ventaja de estos valores puestos en práctica es que construyen una cultura moral, que refuerza el orden social.

Sánchez (2011) resume que el comunitarismo se define así mismo por su oposición al liberalismo, al darle más importancia al grupo, a la igualdad de derechos y la necesaria aplicación de políticas de discriminación positiva que permitan a los ciudadanos de las minorías a tener acceso a los medios que no podría llegar en una sociedad que postula los valores del liberalismo.

Para simplificar y explicar rápidamente la oposición entre comunidad y sociedad hemos reflexionado sobre una página en facebook que lleva por título “we don’t have rules, we have values”. Al margen de los objetivos de los creadores de dicha página, la frase ofrece la oportunidad de imaginarse una línea con dos extremos. Por un lado tendríamos a un grupo social que solamente tenga valores y no tenga necesidad de

reglas jurídicas, que equivaldría a una comunidad. En el otro extremo estaría un grupo social donde únicamente tengan reglas jurídicas y no tengan valores que equivaldría a una sociedad.

En el primer hipotético extremo, el comportamiento de los integrantes de la comunidad debe estar regido por los valores como la solidaridad, la honestidad, la responsabilidad, el trabajo, etc. y los conflictos interpersonales deben ser resueltos por un grupo de notables pensando en el bien común.

En el segundo extremo, el comportamiento de los integrantes de la sociedad debe estar regido sobre el respeto de las normas jurídicas y los conflictos interpersonales deben ser resueltos por impartidores de justicia pensando en la legitimidad del Estado.

Analizar el comportamiento de grupos sociales como los gitanos, o los fundamentalistas religiosos como los menonitas y los musulmanes, pueden ser líneas de investigación sumamente interesantes, porque se espera que su comportamiento sea en base a la descripción hecha de la comunidad.

2.3.6 Espectro Ideológico Izquierda-Derecha

El estudio del Perfil del elector neoleonés, es una coedición de la Comisión Estatal Electoral (CEE) y la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), el autor que encabeza a otros es Carlos Javier Vázquez Ferrel.

Vázquez Ferrel & et al (2009) entienden a la ideología como el conjunto de ideas y posturas que forman parte del individuo; fue evaluada a través de una serie de cuestionamientos de carácter político, económico y moral (p.104). La división más tradicional es el espectro ideológico izquierda-derecha y su diferenciación más evidente se da en la cuestión socioeconómica: La izquierda enfatiza la distribución del ingreso y el papel preponderante del Estado en la economía, en contraste con la derecha, que acentúa la creación de la riqueza y el papel fundamental del mercado y de la iniciativa individual como motores de la esfera económica (Moreno, 2003)

Vázquez Ferrel & et al (2009) hacen referencia a la postura de Converse (1964), quien cuestiona la utilidad de clasificar a los electores en el espectro ideológico izquierda-derecha ya que menciona que durante muchos años la ciencia política cuantitativa ha encontrado que la gran mayoría de las personas no ve al mundo de la política con base en referentes ideológicos complejos, sino en términos más bien sencillos y carentes de una ideología específica (p.104).

Lo anterior explica por qué el 28% de los encuestados del estudio de Vázquez Ferrel & et al (2009), no supieron qué responder o no contestó —19% y 9% respectivamente— ante la pregunta en la que la persona se autodefine como de izquierda o de derecha (p.104).

De acuerdo a Basinger y Levine (2005), la decisión votar por un partido político fundamentada en la ideología, será observable entre los votantes más informados que entre los votantes menos informados independientemente de la intensidad de las campañas electorales (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 93).

Vázquez Ferrel & et al (2009) señalan que desde el estudio pionero *Voting* de Berelson (1954), se ha demostrado que las orientaciones ideológicas son herramientas importantes para el comportamiento electoral. Proveen a los votantes de una imagen simplificada de la realidad político-electoral, facilitando el proceso de decisión del voto (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 21).

Vázquez Ferrel & et al (2009) definen a la ideología como el conjunto de ideas, posiciones y formas de ver el mundo; se configura una concepción de la sociedad, del individuo y de la política. Este concepto se vincula con los principios y fines que guían la labor de un gobierno. Las ideologías etiquetan, en un sentido valorativo, eventos históricos, acciones y propuestas de los actores políticos. A su vez, la ideología brinda a los ciudadanos los referentes políticos necesarios para emitir juicios a futuro sin la necesidad de allegarse de enormes y costosas cantidades de información (p.21).

Vázquez Ferrel & et al (2009) coinciden en que la ideología se puede dividir en tres ejes: político, moral y económico. Tradicionalmente se habla de dos extremos, la izquierda y la derecha. En lo político la izquierda estaría a favor de las libertades públicas y de los derechos humanos, por el contrario la derecha estaría más a favor del orden y de la seguridad. En lo moral, la izquierda favorecería la despenalización del aborto, el matrimonio entre personas del mismo sexo y la legalización de ciertas drogas, por el contrario, la derecha se opondría tajantemente a estas medidas en la defensa de los valores tradicionales y religiosos. Finalmente, en la cuestión socioeconómica, la izquierda enfatiza la distribución del ingreso y el papel preponderante del Estado en la economía, por el contrario la derecha acentúa la creación de la riqueza y el papel fundamental del mercado y de la iniciativa individual como motores de la esfera económica (Moreno, 2003). Debido a que el electorado suele inclinarse al centro, los partidos y candidatos buscan estrategias para mostrar una imagen «centrista» y moderada (Downs, 1957) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pp. 21-22).

En relación a los valores, este mismo estudio señala que la cuestión electoral es fundamental en un régimen democrático, pero no lo agota, ya que la democracia presenta dos dimensiones principales: las reglas y procedimientos por un lado, y los principios y valores, por el otro. Por definición la cultura política se vincula más directamente con el tópico de los valores. Por ejemplo, el liberalismo enfatiza la libertad individual, el socialismo la justicia social, el conservadurismo el orden, el republicanismo la participación ciudadana y la anarquía la libertad radical.

El valor fundamental de la democracia es la igualdad política que consiste en que todos los ciudadanos tienen el mismo derecho a participar en la cosa pública, en los asuntos comunes. El voto electoral es el concepto que simboliza a la igualdad política. Otros valores relacionados con la democracia son la participación ciudadana, responsabilidad cívica, autonomía personal, tolerancia y pluralidad, no violencia, diálogo y negociación, libertad de asociación, libre debate de las ideas, respeto a la legalidad, transparencia y rendición de cuentas. Los estudios empíricos suelen concentrarse en el valor de la

tolerancia y el valor del asociacionismo. Por lo que se brinda una breve definición de ellos:

Tolerancia y pluralidad: El mundo es diverso, se compone de diversas sensibilidades. La realidad está conformada por múltiple miradas. Son muchas las tradiciones de pensamiento político que confluyen en los países. Todos esos discursos son legítimos. No hay vara que permita medir o descalificar a alguno. La democracia es «la coexistencia de la diversidad» de valores, puntos de vista, ideología e intereses (Wolderberg & Salazar, 1997, pág. 47) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 47).

Libertad de asociación: Los ciudadanos se unen voluntariamente con otros para realizar propósitos en común. Las asociaciones son fundamentales en una democracia; por un lado, le dan vitalidad y energía, y por otro, fungen como un dique, como un mecanismo de contención frente a los abusos de los gobernantes. Ayudan a disminuir la brecha entre los representantes y los representados. Si no existieran, el riesgo de caer en una tiranía o en un régimen autoritario sería muy alto (Tocqueville A. d., 1957) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, págs. 46-47).

Se señala la hipótesis de Ronald Inglehart respecto a los valores «materialistas» o de «escases/supervivencia» y como éstos son dejados de lado por una población que obtiene mayores niveles de seguridad (ausencia de guerras y baja delincuencia) y económicas (bienestar y prosperidad); estas poblaciones se orientan pues hacia valores «posmaterialistas» o de «autoexpresión». Otro cambio es desde los «valores tradicionales» a los «valores secular-rationales» (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, págs. 47-48).

Según Inglehart y Welsel (2006), los datos arrojados por la Encuesta Mundial de Valores, los valores de autoexpresión tienen una correlación mayor con la democracia que cualquier otra variable, incluidas las variables más utilizadas en las encuestas sobre cultura política y democratización, como el apoyo a la democracia, la confianza

hacia las instituciones y la confianza interpersonal y pertenencia a asociaciones (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 48).

Los valores de autoexpresión acentúan la autonomía de uno mismo y la de los demás, impulsando movimientos a favor de los derechos de los niños, las mujeres, los homosexuales, discapacitados, las minorías étnicas, y propósitos universales como la protección del medio ambiente y el desarrollo sustentable. Cuestionan el autoritarismo de las élites gobernantes y promueven formas de acción cívica generalizada: las personas tienden cada vez más a firmar peticiones y a participar en manifestaciones y boicots. Favorecen la ética en el servicio público. Se vinculan con la autorrealización. Por eso las encuestas correlacionan los valores de autoexpresión con unos niveles relativamente altos de satisfacción con la vida (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 48).

El apoyo a la democracia se relaciona con los valores de autoexpresión, pero muchos que no los acentúan apoyan a la democracia por motivos instrumentales como la creencia de que la democracia implica seguridad, prosperidad y orden; pero cuando la democracia no da esto viene la decepción, esto sucede porque se apoya a la democracia no por sí misma. Por otro lado, la variable confianza en las instituciones, según Inglehart y Welzel (2006) puede contribuir a que la ciudadanía obedezca a un régimen autoritario. Los valores de autoexpresión implican una orientación crítica hacia la jerarquía y las autoridades. Por ello el vínculo débil y negativo entre las aspiraciones de libertad y la confianza institucional (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 48).

Una explicación de cómo una persona interioriza los valores y al cultura política está teorizada por dos extremos, por un lado, Easton y Hess (1962) señalan que la socialización infantil tiene peso en la configuración de las actitudes, creencias y valores de los adultos, por tanto las percepciones políticas de los ciudadanos están condicionadas por lo que se aprendió durante la niñez. De esta manera, el interés por la política, la identificación partidaria, la ideología, el apoyo a la democracia son todas variables que los padres consciente o inconscientemente la inculcan a los niños (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 49).

Por otro lado, Almond y Verba (1963) si bien aceptan que las creencias, valores y sentimientos son fruto de experiencias de socialización, también consideran que la socialización y las experiencias políticas de los adultos tienen más peso que la socialización infantil. De esta forma, las experiencias significativas pueden modificar incluso valores y creencias formados desde la infancia (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 50).

Las experiencias significativas se puede definir como aquellas experiencias de vida de los individuos respecto a la política, sean procesos o actores políticos, que dejan huella en la memoria, que permanecen en el imaginario del sujeto, es decir, son sucesos o acontecimientos relacionados con la política, a los cuales las personas les atribuyen una alta importancia y que impactan sobremanera en su forma de entender el fenómeno político. Las experiencias personales acumuladas y el modo de percibir las influyen en el sentido del voto de cada ciudadano. Hay ciertos eventos relevantes en la vida de cada individuo que, inclusive, llegan a marcarlos políticamente, y que influyen significativamente en su participación político-electoral (Miller & Shanks, 1996) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, págs. 49-50).

Las ideologías desempeñan una función articuladora de posturas coherentes frente a diversos aspectos de la vida social. En *The American Voter* se propone el término “estructura de actitudes políticas” (Campbell, Converse, Miller, & Stokes, 1960), que implica a por lo menos dos o más creencias u opiniones relacionadas ideológicamente y sostenidas por un mismo individuo. Según Nie y Andersen (1974), hasta cierto punto existe una correlación directa entre mayor educación y la capacidad de articular posturas coherentes en términos ideológicos. La hipótesis de estos investigadores es que cierto nivel de educación implica un acercamiento a diversas fuentes de información, lo cual le permite a los ciudadanos darle seguimiento a temas públicos, a posiciones sostenidas por líderes políticos y articular juicios coherentes (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, p. 22).

La variable «ideología» se relaciona con el voto mediante la siguiente afirmación: La coincidencia de las posiciones ideológicas del votante con las ideas u orientaciones percibidas de los candidatos y partidos influye en forma importante en la decisión del voto.

Pese a todo lo anterior, Sartori (2012) coincide con la postura de Phillip Converse quien desde 1964 se cuestiona la utilidad de clasificar a los electores en el espectro ideológico izquierda-derecha. Sartori admite que en cierta medida las ideologías han llegado a su fin. Que desde la caída del muro de Berlín, es más difícil definir qué es de izquierda y qué es de derecha.

En la opinión de Sartori (2012) la izquierda es —era o debería ser— la política que apela a la ética y que rechaza la injusticia; que en sus intenciones de fondo, la izquierda es altruismo, es decir, hacer bien a los demás. La derecha es egoísmo, es atender el bien de uno mismo. Sin embargo, señala las “consecuencias imprevistas”. Esto consiste en que el egoísmo puede producir resultados de interés colectivo y que el altruismo puede degenerar en un daño generalizado (pags. 97-100).

2.3.7 Ambientalismo

El ambientalismo tiene sustento teórico cuando Inglehart y Welsel (2006) se refieren a los valores de autoexpresión mencionados en el apartado de Ideología (Vázquez Ferrel & Et al, 2009). También tiene sustento empírico ya que se desprende de la lectura de los documentos partidistas y es evidente que los partidos políticos han ido, paulatinamente, adquiriendo posturas e ideas que hacen conciencia sobre la preservación del medio ambiente, tomando forma final como desarrollo sustentable.

Las líneas generales del ambientalismo son el cuidado de la flora, la fauna y la biodiversidad, el equilibrio ecológico, el combate al cambio climático que comprende el ahorro de energía, la generación energía por medios no contaminantes, desincentivar la generación de energía por medio de desechos fósiles, el aprovechamiento de la fuerza eólica y solar.

Las líneas que están relacionadas con la energía, si bien pueden clasificarse como parte del ambientalismo, su efecto es tan significativo sobre el sistema económico que las hemos clasificado dentro del liberalismo económico —liberismo—.

Otras posturas que están relacionadas con el ambientalismo son la disposición final de desechos humanos y domésticos, el adecuado confinamiento de desechos industriales y tóxicos, así como el adecuado desarrollo urbano. Todas ellas tienen como finalidad el permitir el progreso humano sin comprometer los recursos naturales para goce y disfrute de las generaciones venideras.

2.4 ESTUDIOS EMPÍRICOS SOBRE CULTURA POLÍTICA

En este apartado se hará una breve descripción de los estudios sobre cultura política a los que se tuvieron acceso.

2.4.1 Latinobarómetro

Este estudio es producido anualmente por la Corporación Latinobarómetro, una ONG sin fines de lucro con sede en Santiago de Chile; cuenta con apoyo de organismos internacionales y gobiernos, a la fecha se han aplicado 15 olas de mediciones.

En el 2010 se aplicaron 20,204 entrevistas cara a cara en 18 países entre el 4 de septiembre y el 6 de octubre, con muestras representativas del 100% de la población nacional de cada país, de 1,000 a 1,200 casos, con un margen de error alrededor del 3% por país.

Este estudio tiene diversas conclusiones entre las que destacaremos que en el informe 2010 señala que por segundo año consecutivo, el apoyo a la democracia en México se encuentra en los últimos lugares y su deslegitimación es la segunda más alta, y que al analizar el apoyo que la democracia tiene en dieciocho países de Latinoamérica, y con el objetivo de construir un índice más robusto, agregaron preguntas sobre la legitimidad del congreso y los partidos políticos, por ser considerados como ejes institucionales

centrales del régimen, esto con el objetivo de una medición más extensa de los componentes de la democracia (Latinobarómetro, 2010, págs. 23-31).

En el 2011 se aplicaron 20,204 entrevistas cara a cara en 18 países entre 25 de julio y el 16 de agosto, con una muestra representativa del 100% de la población nacional de cada país, de 1,000 a 1,200 casos, con un margen de error alrededor del 3% por país.

En el informe del 2011 se reporta que en México el apoyo a la democracia continuó bajando (p.29) explicada principalmente por la ola de violencia, una disminución del crecimiento económico y la baja en la percepción de la imagen de progreso (p.27). Además, señalan que los mexicanos piensan que a la democracia le falta (1) reducir la corrupción y (2) aumentar la transparencia del Estado, con un 55% y 26%, respectivamente (Latinobarómetro, 2011, pág. 41).

2.4.2 Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas (ENCUP)

Este estudio es realizado por la Secretaría de Gobernación de México, la Secretaría de Relaciones Exteriores y, el Instituto Internacional para la Democracia y la Asistencia Electoral. Se han levantado cuatro ediciones: 2001, 2003, 2005 y 2008.

De la edición ENCUP 2008 destacaremos los siguientes hallazgos. Primero, el 34% de los ciudadanos mexicanos manifestaron tener mucho o algo de interés en la política, mientras a nivel mundial este interés es del 44%. Segundo, el 54% de los encuestados estaba poco o nada satisfecho con la democracia en México. Tercero, 7 de cada diez mexicanos, no tiene confianza o tiene poca confianza en los partidos políticos (p.65). Cuarto, el 92% de los ciudadanos no forma, ni han formado parte de algún partido político, y quinto, el 61% de los ciudadanos considera que los partidos políticos son mucho o algo necesarios para hacer que el gobierno funcione (SEGOB, 2009, págs. 33,66,67, 71 y 70).

2.4.3 Identidad Partidista en México

Este estudio fue realizado por Jenny Guardado estudiante de doctorado de Ciencia Política de la Universidad de Nueva York. Analiza las dimensiones políticas de la

competencia en las elecciones presidenciales de 2000 y 2006, y su relación con la identidad partidista.

Señala que la identidad partidista es uno de los factores más importantes de la decisión electoral de los votantes y que se relaciona, en primer lugar, de acuerdo con Estrada (2005), con las variables de niveles de gusto y disgusto por un cierto partido, particularmente para el caso mexicano, en segundo lugar y de acuerdo con la teoría psicológica, con el partidismo, la lealtad y las variables de socialización, y en tercer lugar, con la actuación económica del partido en el poder (Guardado, 2009, pág. 148).

Este estudio permite inferir la intensidad de la relación que el elector siente con el partido político con el que se identifica. Mediante diversas preguntas infiere si el ciudadano tiene una identidad fuerte o una identidad débil con los partidos políticos. Encontró que en el 2000 el 63.3% de los ciudadanos se identificó con algún partido político, mientras que en el 2006 esta identificación creció al 68.11%. El porcentaje de ciudadanos que no se identifican con algún partido permaneció estable con un 1.99% en el 2000 y 2006, y los que se consideran independientes fueron del 34.8% en el 2000 y del 29.90% en el 2006.

2.4.4 Perfil de Elector Neoleonés

Este estudio hecho por la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León (CEE) clasifica —a manera de conclusión— a los electores neoleoneses no en el espectro tradicional izquierda-derecha, sino por la forma en cómo define su voto, que son el partidista, el personalista, y el inconforme.

El elector por perfil partidista es el que vota por el partido político, realiza en el esfuerzo mínimo —indispensable— para entender o involucrarse en política. Es quien asocia la democracia más con la selección de funcionarios y, una vez electos, que sean éstos quienes tomen las decisiones necesarias por el resto de los ciudadanos. Muestran su aprobación para que el funcionario pueda aprovecharse de su puesto mientras haga cosas buenas. Su perfil refleja baja disposición para aceptar relacionarse con personas distintas a su forma de ser, de pensamientos distintos a los suyos. Sabe que tiene la

obligación moral de votar y por tal razón lo realiza, principalmente. Considera que en tiempos electorales recibe información suficiente y poco influyen los medios de comunicación en su decisión por quién votar. Tiene definido su voto —por el partido político— y da poca importancia a las herramientas del marketing político durante las campañas: Debate televisivo, spots políticos, noticieros en televisión o internet. Su perfil sociodemográfico es de bajo nivel de escolaridad e ingresos en comparación con el personalista y el inconforme (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, págs. 110-111).

El elector con perfil personalista, es el que vota por el candidato, es un ciudadano más activo, interesado en la política, con una actitud más positiva o favorable en cuanto a la democracia y el rumbo que lleva su estado. Su satisfacción con la democracia se ve reflejada en las evaluaciones aprobatorias —satisfactorias— que hace de distintas instituciones, como el percibir que cuenta con elecciones limpias, que el desempeño de las organizaciones empresariales o sindicatos para el fortalecimiento de la democracia es adecuado, que existe un avance significativo en los últimos cinco años en el acceso de información y transparencia en las instituciones del país, que al participar en mayor grado en instituciones de carácter político —como los sindicatos—, la evaluación hacia éstas es mejor. Está interesado en la imagen por lo que influye el aspecto físico de los candidatos en las elecciones. Muestra mayor aceptación en relacionarse con personas que por su profesión o estilo de vida pueden proyectar cierta imagen en la sociedad, como empresarios, políticos, periodistas, deportistas, etc. En tiempos electorales considera que no recibe suficiente información para decidir su voto por lo que desea más datos sobre los candidatos: trayectoria, currículum, resultados. Parte de esa necesidad la satisface con los spots políticos, ya que es más influenciable por los mismos. La familia influye de manera significativa en su decisión por quién votar. Respecto a las variables sociodemográficas es un elector con un mayor nivel educativo y de ingresos que el partidista e igual al del inconforme (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 111).

El elector con perfil inconforme es el que vota por propuestas, es un ciudadano más crítico con el rumbo que lleva el estado, con el funcionamiento de la democracia y con

la creencia de que se viva en un país democrático; apoya que los gobernantes tomen las decisiones más importantes por los ciudadanos y no está de acuerdo en que se aprovechen de sus puestos. Es más crítico en cuanto al desempeño de las instituciones: tiene una alta percepción de factibilidad de fraude electoral y considera que poco se ha avanzado en la transparencia y el acceso a la información. Aunque tiende a la crítica es el ciudadano más pasivo, políticamente hablando, ya que sus intereses están más enfocados a aspectos de la vida social, como escuela, religión y organizaciones deportivas, fuera del ámbito político. Aceptaría relacionarse en mayor grado a personas consideradas como minorías o vulnerables que a una persona relacionada con la política. Ve su participación como una oportunidad para lograr su deseo de cambio. Parece buscar «razonar más su voto» ya que intenta dejar a un lado las influencias de terceros, como es el caso de la familia, sin embargo, es el más influenciado por los medios de comunicación, televisión, debate televisivo, los noticieros e internet. Es un elector despolitizado y utiliza las comunicaciones de las campañas electorales como únicas fuentes para orientar su decisión por quién votar. Su perfil sociodemográfico, es semejante al del personalista, ambos tienen un nivel educativo y de ingresos más alto que el de los partidistas (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, págs. 111-112).

En cuanto a la teoría de la sofisticación política, la decisión de la elección con base al partido político la hacen quienes tienen el menor nivel de sofisticación política, sin embargo, en México no es tan claro que exista un nivel de sofisticación entre el personalista y el inconforme, por lo que se recomienda hacer investigaciones, particularmente en el momento más cercano de tomar la decisión. Respecto a la clasificación de cultura política de Almond y Verba, este estudio señala que en el elector neoleonés no existen culturas «puras» sino una combinación de ellas.

Son los partidistas lo que tienen una cultura que tiende a la parroquial, ya que cuentan con los niveles más bajos de conocimiento de su sistema político, de sus gobernantes. Son los electores menos interesados en la política o de hablar de ella con terceros.

Consideran que poco pueden influir en las decisiones del gobierno, por lo que asocian a la democracia solamente con la elección de funcionarios.

El elector inconforme muestra una tendencia a la cultura de súbdito, aunque tiene un nivel de conocimiento mayor de la política que los partidistas, poco se involucra en las acciones de gobierno. Su función es más de espectador, de críticos de los resultados de gobierno. No muestra interés por participar en actividades políticas, pero son más participativos en actividades de carácter social donde son más participativos que los otros dos tipos de electores neoleonenses.

La cultura de los personalistas se asemeja a la cultura participativa. Cuentan con mejores niveles de conocimiento de la política, de sus gobernantes. Muestran mayor interés en la política y se observa que se sienten parte del gobierno, porque participan activamente en instituciones de carácter político en mayor grado que el resto de los electores neoleonenses (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, págs. 112-113).

Señala este estudio que las variables sociodemográficas que marcan las diferencias más importantes entre los distintos tipo de elector en Nuevo León son la escolaridad y el nivel de ingresos. Aunque Moreno (2003) señala, además de las dos anteriores, a la edad como las variables que más peso tiene en México. Otras variables que suelen tener peso en otros contextos son género y religión, todas estas variables suelen determinar en mayor o menor medida ciertas actitudes, formas de pensar y conductas hacia la política (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 105).

2.4.5 Cultura Política, Identidad Política y Gobernabilidad en Monterrey

Estudio hecho por Francisco Sánchez García para obtener el grado de Doctor en Filosofía con acentuación en Ciencias Políticas en la Universidad Autónoma de Nuevo León. Se levantaron 1,220 encuestas de las que se utilizaron 1,160. Las encuestas se aplicaron entre 12 al 19 de noviembre de 2010, los puntos de aplicación fueron zonas afluencia pública con diverso perfil sociodemográfico.

Sánchez (2011) concluye que, primero, se registran bajos niveles de conocimiento político entre los habitantes de Monterrey, los niveles de confianza hacia las instituciones políticas son bajos y los niveles de participación ciudadana en organizaciones sociales o políticos ronda el 19%.

Segundo, entre los jóvenes y los adultos hay dos culturas políticas diferentes, y persiste rasgos autoritarios en la sociedad regiomontana.

Tercero, los niveles de gobernabilidad democrática se ven afectados por bajos niveles de legitimidad, manifestado mediante bajos niveles de confianza y de participación ciudadana.

Y cuarto, en la sociedad regiomontana coexisten posturas conservadoras y de derecha en los planos políticos y morales; pero en la economía es una postura de centro-derecha (Sánchez García, 2011).

2.5 DEBATE Y DISCUSIONES

El enfoque sistémico que Almond y Verba (1963) tienen del sistema político permite describir la cultura política que prevalece en una población. Las orientaciones cognitiva, afectiva y evaluativa siguen vigentes para realizar investigaciones para conocer las percepciones que una población tiene en torno a su sistema político.

Las posturas filosóficas como el liberismo, republicanismo, liberalismo, democratismo, comunitarismo, el espectro ideológico izquierda-derecha y el ambientalismo, permiten entender la actuación de las organizaciones políticas y sus miembros. Desde el punto de vista administrativo bien podrían denominarse modelos de identidad corporativa para organizaciones políticas. Esta teoría se utilizó para formar un campo semántico de palabras, vocablos y conceptos para la investigación cualitativa aquí presentada en los anexos.

Los diversos estudios empíricos e investigaciones científicas tanto a nivel latinoamericano, nacional y local en relación a la cultura política son parte de las bases sobre las que caminará esta investigación.

Por otro lado, no olvidemos que este marco teórico ha sido considerado dentro de una tesis doctoral que pretende hacer una investigación sobre los recursos intangibles de las organizaciones públicas, esto se engloba dentro de la ciencia administrativa, por tanto, recordaremos lo que Garbett (1991) dice respecto a lo recomendable que es que toda organización cuente con una “misión corporativa acordada” entre sus principales ejecutivos (pág. 14). Esto implica realizar un consenso en relación a la identidad, misión y visión de la organización entre los integrantes del cuerpo directivo, dirigente o fundadores.

En este sentido, los partidos políticos en México, están obligados por ley, a emitir ciertos documentos para poder ser reconocidos como partido político. Es ahí donde establecen sus principales ideas y líneas de acción. Por lo que la unidad de análisis para nuestra investigación cualitativa fueron los documentos partidistas del Partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional.

No cabe duda que el análisis de Cruz Prados (2003) tiene un valor alto y sus conclusiones no pueden dejar de tomarse en cuenta, aún y cuando confunde el liberalismo político con el liberismo (o liberalismo económico). Esta confusión queda de manifiesto cuando recuerda a Tocqueville y John Stuart Mill quienes advierten contra el peligro de que un hegemónico interés por lo privado conduzca al hombre a ocuparse exclusivamente de su bienestar material (p.105). Como Sartori (1988) ha señalado el liberalismo se concibe como una forma de controlar el poder del gobierno, mientras que el liberismo trata de la libertad que una persona pueda incrementar su riqueza personal mediante el esquema de la economía de mercado.

Finalmente, el contenido de este marco teórico nos permite definir las siguientes observaciones de empíricas que se observan en los partidos políticos en México.

Un partido considerado de derecha preferirá posturas que estén alineadas con la doctrina social cristiana. Preferirá impuestos al consumo con el Impuesto al Valor Agregado (IVA) sobre otro tipo de impuesto por la facilidad de la recaudación universal. Rechazará al comercio informal porque no paga impuestos y preferirá los valores tradicionales sobre los valores no tradicionales tales como el amor a Dios y al prójimo, el respeto por la vida, la veneración de los símbolos religiosos, el respeto a los adultos mayores, la defensa de la vida humana desde su concepción, la abstinencia de la actividad sexual antes del matrimonio, la no aceptación de la adopción de infantes a parejas del mismo sexo y la educación religiosa.

Un partido considerado de izquierda preferirá posturas que simpaticen con los sectores populares de la población, con bajo niveles de ingreso económico y con menos años de educación académica, por lo general éste es su territorio de caza electoral, por tanto preferirán los impuestos al ingreso para que sean los “ricos” los que más paguen como el Impuesto Sobre la Renta (ISR), el Impuesto Especial de Tasa Única (IETU) — derogado en el 2014—, el Impuesto sobre Nómina (ISN) y el Impuesto Sobre Producto del Trabajo (ISPT).

Es común que estos sectores de la población se dediquen a la economía no estructurada o informal, por tal motivo los partidos de izquierda pugnarán porque no se combata el comercio informal, así mismo la gente que simpatiza con la izquierda preferirá heredar a sus descendientes valores no tradicionales como el respeto a las ideas diferentes o pluralismo, el respeto al ejercicio libre de la orientación sexual, el ejercicio libre, responsable del sexo antes del matrimonio y la educación laica

Hay otros valores que podrían no distinguirse entre valores tradicionales y no tradicionales como la honestidad, lealtad, honradez, el éxito en base al esfuerzo y al trabajo. Por otro lado, las distinciones anteriores son teóricas y por tanto no cumplirse al 100%, por tal motivo, la unidad primaria de análisis debe ser los valores inculcado en

los hogares y tratar de clasificarla entre estas dos opciones valores tradicionales versus valores no tradicionales.

La presente investigación está englobada dentro de los estudios sobre cultura política, los cuales son un esfuerzo por entender los fenómenos sociales que están relacionados con la política. Las filosofías políticas nos ayudarán a identificar cuáles son las posturas y propuestas que los partidos políticos ofrecen al electorado en México.

2.6 CONCLUSIONES

En este capítulo se ha mostrado el principal marco teórico de la ciencia política sobre la que se fundamenta nuestras variables del problema planteado: la cultura política. Además, se buscó un perfil de ciudadanos a lo que se les aplicó el instrumento de medición, que tuvieran una cultura política participativa, como lo describen Almond & Verba (1992)

Se ha hecho una reseña de las diversas filosofías políticas con las que se pueden entender las posturas de las personas que se dedican a la política y tienen un cargo dentro de cualquier gobierno.

La filosofía política ayudó en nuestro estudio cuantitativo porque pudimos conocer el vocabulario propio que se utiliza en el campo pragmático de la política. A partir de ello se formularon las preguntas de la encuesta de opinión aplicada a nuestro público de interés.

Estas filosofías ayudaron a nuestro estudio cualitativo porque se pudo establecer un campo semántico propio, con el cual analizamos los documentos emanados de dos partidos políticos.

CAPÍTULO 3: LOS PARTIDOS POLÍTICOS Y EL PODER LEGISLATIVO

3.1 ANTECEDENTES

Los orígenes de la democracia occidental y el sistema de partidos (Duverger, 1951, págs. 15-29, 231) devienen de la evolución de la cultura griega. Ellos comprendieron perfectamente que si no querían ser gobernados tiránicamente tenían que gobernarse mediante leyes (Sartori, Teoría de la Democracia, 1988, pág. 378). Alcanzar el poder público mediante el sistema de partidos y el voto de la ciudadanía les permite a los gobernantes obtener legitimidad para ejercer el poder en la forma como lo pensaron los griegos.

En México, el sistema de partidos está reconocido por la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) y el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE); los partidos políticos son considerados como organizaciones de interés público por lo que el gobierno les otorga financiamiento para que puedan realizar las actividades que les permitan alcanzar sus objetivos (Diputados, 2009).

En México, el Poder Legislativo se compone por la cámara de diputados y la cámara de senadores, con 500 y 128 integrantes respectivamente. La CPEUM reconoce explícitamente que los diputados son los representantes de la nación, sin embargo, omite hacerlo para los senadores, pero sus atribuciones los equipara como tales (Diputados C. d., CPEUM, 2010).

Duverger (1951), Panebianco (1990) y Sartori (1988) (2007) (2012) señalan que hay una relación directa entre las prácticas al interior de los partidos políticos y el Gobiernoⁱⁱ. Tan fuerte es esta relación que Sartori (1988) recuerda que "...algunos autores consideran la democracia no simplemente como un sistema de partidos, sino como una «partidocracia» (*partitocrazia*), como una tiranía de partidos, en la que el centro real de poder se ha desplazado, y concentrado, del gobierno y el parlamento, a, y en, los órganos de dirección de los partidos." (p.192).

Latinobarómetro (2010) reporta que México es uno de los dos países —junto con Brasil— de América Latina con la mayor cantidad de población que da una baja legitimidad a la democracia, es decir, personas que no apoyan a la democracia y, que consideran a los partidos y al poder legislativo como no necesarios para que la democracia funcione (pags.30-31). En el 2011 el apoyo a la democracia en México, continuó a la baja (Latinobarómetro, Informe, 2011, pág. 29), explicada principalmente por la ola de violencia, una disminución del crecimiento económico y la baja en la percepción de la imagen de progreso (p.27).

Diversos estudios señalan que en México, la confianza ciudadana hacia el Poder Legislativo y los partidos políticos es baja (Moller, 2009, pág. 166) (Emmerich, 2009, pág. 205) (SEGOB, 2009, págs. 67,92). Esta desconfianza se hace más evidente al revelar una muy baja participación ciudadana dentro de estas organizaciones de asociación voluntaria, pues sólo el 7% de los ciudadanos acepta participar o haber participado en alguno de ellos (SEGOB, 2009, pág. 71).

Latinobarómetro (2011) reporta que el 55% de los mexicanos consideran que a la democracia le falta reducir la corrupción (p.41). Duverger (1951) señala que la corrupción en los círculos del poder político aparece previa a la creación de los partidos políticos, pero que tuvo un importante papel en el desarrollo de los grupos parlamentarios británicos de 1700 (p.15-18). Con base a lo anterior podemos inferir que el prestigio de los partidos políticos y el Poder Legislativo en México, está comprometido y en un déficit con los ciudadanos.

Para Duverger (1951) la democracia no está amenazada por el régimen de partidos, sino por la orientación contemporánea de sus estructuras interiores, textualmente dice que: “el peligro no está en la existencia misma de los partidos, sino en la naturaleza militar, religiosa y totalitaria que los revisten” (p.452). Años más tarde Panebianco (1990) definiría a esto como la institucionalización de los partidos (p. 107-138).

Aun con todos las áreas de oportunidad que tiene la democracia, Sartori (2012) no visualiza otro camino preferible que la democracia como un sistema de convivencia (Sartori, 2012, pág. 101).

Las instituciones que están reconocidas como eje centrales de la democracia son el Poder Legislativo y los partidos políticos (Latinobarómetro, 2010, pág. 29). La Corporación Latinobarómetro, para crear un índice de democracia más robusto agregó, en sus encuestas, preguntas sobre la legitimidad del congreso y los partidos políticos. Esto les permite contar con una medición más extensa de los componentes de la democracia (p.23-31). Este índice incluye 2 preguntas, primero, si puede haber democracia sin Congreso Nacional y segundo, si puede haber democracia sin partidos (Latinobarómetro, 2010, págs. 29-30)

La ENCUP es otro estudio que analiza la legitimidad de los partidos, pues pregunta qué tan necesarios son estas organizaciones para que el gobierno funcione (SEGOB, 2009, pág. 70). Ambos estudios, el informe Latinobarómetro y la ENCUP, se limitan al reconocimiento de la función social de los partidos.

3.2 LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Estudiar el ámbito interno de los partidos políticos con las mismas herramientas que se utilizan para las organizaciones con fines de lucro, es insuficiente. Esto se debe a que éstas últimas participan dentro del subsistema de mercado catalogado como un orden espontáneo, por el contrario, los partidos políticos participan dentro del sistema político catalogado como un orden organizado (Sartori, 1988) (Sartori, 2012).

Para el entendimiento de las organizaciones políticas, se ha localizado la teoría de la democracia vertical y la “regla de la mayoría”, los Modelos de Partidos, la teoría de los incentivos, la teoría del empoderamiento y la autogestión, y la teoría de la Interacción de Homans en 1950 (Creswell, 2003, pág. 122).

Giovanni Sartori (1988) (p.168), Maurice Duverger (1951) (p.77-82) y Ángelo Panebianco (1990) (p.65) hacen sus aportaciones teóricas de la democracia vertical; en relación a los modelos de partidos están Duverger (1951) y Panebianco (1990). Estos teóricos han establecido que es, en las interacciones de los partidos y los entes de gobierno, donde puede hurgarse mejor para conocer realmente a este tipo de organizaciones.

En primer lugar, Sartori (1988) critica a Marx y a Michels por querer encontrar, a la democracia, inmovilizada dentro de las estructuras organizativas de los partidos políticos, en lugar de buscarla en sus interacciones, es decir, en la dinámica entre grupos y organizaciones. Recordando que las organizaciones surgen para contar con un cuerpo ordenado y eficiente y no para crear una estructura democrática (p. 195-196).

En segundo lugar, Panebianco (1990) señala los prejuicios sociológico y teleológico (p. 27-34), en los cuales menciona que no es aceptable tratar de estudiar a los partidos políticos simplemente por sus documentos básicos (Diputados, COFIPE, 2008: Art. 22 apartado 5, 24 y 25)ⁱⁱⁱ, si no más bien se deben estudiar por su sistema de desigualdades internas; y critica a aquellos que pretenden hacer un análisis organizativo, de los partidos políticos, a partir de su ideología, en lugar de considerar sus interacciones, y sus efectos consiguientes entre organización e ideología^{iv}.

En tercer lugar, Duverger (1951) hace una distinción entre electores, simpatizantes, miembros y militantes (p.95-145), esto es, el recurso humano que integra a un partido político. Y en último lugar, utilizaremos la teoría del empoderamiento de una persona en el proceso de autogestión (Thomas, Jansen, & Tymon jr., 1997) para tratar de analizar si los partidos políticos pueden ofrecer, a los ciudadanos, un propósito significativo para ingresar y permanecer en sus filas.

Sartori (1988) y Panebianco (1990) nos llevaron a concluir que para hacer un análisis realista de un partido político, es conveniente analizar sus interacciones, internas y

externas, teniendo como referencia a sus documentos básicos. En estas interacciones analizaremos la cotidianeidad con la que se recurre al uso de la regla de la mayoría (Sartori, 1988, págs. 123,169), ya que suponemos que su violación sistemática y la observación que hacen de ella los ciudadanos, afectan negativamente a las percepciones que se forman en los grupos de interés —*stakeholders*— de la organización y por consecuencia afectan al prestigio institucional que éstos les asignan.

3.3 LA INTERACCIÓN DE LOS CIUDADANOS CON LOS PARTIDOS POLÍTICOS

Para poder iniciar el análisis de la organización de un partido político, es preciso comenzar por descifrar su estructura de poder, es decir, cómo se distribuye éste y cómo se ejerce. La línea de ejercicio de poder que nos interesa analizar en esta investigación, es la que se denomina “juegos de poder verticales”, es decir, la que se da en las negociaciones entre líderes y seguidores, correspondiente a la teoría de la democracia vertical (Panebianco, 1990, p. 65) (Sartori, 1988, págs. 225-260).

Sin embargo, al identificarse la problemática de los contenidos de las negociaciones “verticales”, la teoría de la democracia vertical debe complementarse con la teoría de los incentivos, según la cual los líderes intercambian incentivos (colectivos y/o selectivos) por participación (Panebianco, 1990, p. 65). Pero a los líderes no les interesa una participación «cualquiera», sino una participación en favor del mismo líder. Los líderes no están interesados en una participación contestataria en su contra.

Con esta situación queda englobada del por qué es una relación desigual y por qué el líder gana más que el seguidor. Esto es, el líder obtiene una libertad de actuación mayor con una participación del seguidor a su favor, mientras la libertad de actuación del seguidor se ve restringida a que su participación sea en favor del líder y no en su contra. A este tipo de relación se le llama relación de “intercambio desigual”^v (Panebianco, 1990, pp. 65-66). Finalmente, la participación que una persona hace dentro de un partido político, se puede clasificar como un participante motivado, predominantemente, por los incentivos colectivos o por los incentivos selectivos (Panebianco, 1990, p. 69).

Otro punto que se debe recordar al analizar la interacción de los ciudadanos con los partidos políticos, es la inutilidad de hacer un análisis, exclusivamente de los documentos básicos de un partido político, si no más bien se deben estudiar por sus interacciones basado en el sistema de desigualdades internas; y sus efectos consiguientes entre organización e ideología ^{vi} (Panebianco, 1990, pp. 27-34).

Para hacer esto, tendríamos entonces que entrar a hacer un análisis, del ente o entes que tienen el control de las “zonas de incertidumbre”^{vii} del partido político (Panebianco, 1990, p. 84). A estos entes, Sartori (1988) los identificó como “grupos controladores” (p.182-183)^{viii}, Panebianco (1990) como “coalición dominante”, Michels como “oligarquía”, Duverger como “círculo interno” y, Ostrogoroski y Weber como “dictadura cesarista-plebiscitaria” (p. 89-94). De aquí en adelante, nosotros utilizaremos el término de Panebianco: coalición dominante. Y es que finalmente, la coalición dominante será la que dicte las directrices que enmarcarán las interacciones con los “miembros”, los “simpatizantes” y los “ciudadanos-electores”.

Ahora bien, cuando nos referimos a la coalición dominante, estamos comprendiendo a aquellos actores, pertenezcan o no formalmente al partido político, y que controlan las zonas de incertidumbre más vitales (Panebianco, 1990, p. 91). La amplitud del concepto coalición dominante también encuentra sustento en lo expuesto por Duverger cuando hace una disertación entre los jefes aparentes y los jefes reales de un partido político (Duverger, 1951, p. 176). En el caso mexicano, la coalición dominante es más visible cuando un partido político está en el poder, ya que generalmente, el titular del poder ejecutivo controla abiertamente a la dirigencia de su partido político. En los partidos que no están en el poder, esta situación es menos evidente y la coalición dominante menos visible.

Una de las características que se puede observar en la interacción de los partidos políticos y los ciudadanos, es la que se explica con la “ley de hierro” de Robert Michels cuya prueba que ofrece es la capacidad de la coalición dominante, de manipular a los

miembros mediante técnicas plebiscitarias (Panebianco, 1990, p. 62). Michels argumentó que “es más fácil dominar a una masa que a una audiencia reducida” (Sartori, 1988, pág. 164).

Esta manipulación está descrita por Duverger (1951) y pone como ejemplo a la selección de los dirigentes partidistas, la cual, para ser considerada como democrática, debería utilizarse boletas electorales, secrecía del voto y diversidad de candidatos; al no tener esas características, el escrutinio ya no es una elección sino una aprobación plebiscitaria. Mencionando que sólo los partidos fascistas repudian abiertamente el esquema democrático y optan por la nominación desde arriba, así los “dirigentes subordinados” son escogidos por el jefe supremo del partido (p.165-176).

De esta manera, el sistema democrático es sustituido por técnicas de reclutamiento autocrático: cooptación, designación por el centro, presentación, etc. Por lo anteriormente mencionado, dentro de nuestra investigación, nos hacemos el siguiente cuestionamiento: si estas mismas técnicas de tendencia fascista (Duverger, 1951, p. 56), complementadas con la violación sistemática de la regla de la mayoría, son utilizadas, tanto para nombrar a los dirigentes del partido como para nominar a los candidatos a puestos de elección popular, ¿Cuál será el impacto que tengan estas prácticas sobre la identidad partidista de los miembros y simpatizantes, y por consecuencia en el prestigio de los partidos políticos?. Aún no lo sabemos, pero esto sería una interesante línea de investigación.

3.4 CLASIFICACIÓN DE LOS CIUDADANOS Y LOS GRADOS DE PARTICIPACIÓN^{ix}

3.4.1 Los Electores

Para hacer un análisis de la interacción entre los ciudadanos y los partidos políticos, es recomendable remontarnos al momento de la inicialización formal de esta relación. Por tanto, sería conveniente preguntarnos ¿Cómo comienza, cómo y en qué momento se materializa esta relación?. Duverger nos ofrece una respuesta al describir cómo se extiende oficialmente el acta de nacimiento de un partido político; su fundamento es

que las relaciones pasen del plano personal al plano institucional (Duverger, 1951, pp. 15-21).

Para esto Duverger hace una distinción entre electores, simpatizantes, miembros y militantes (Duverger, 1951, pp. 92-145).

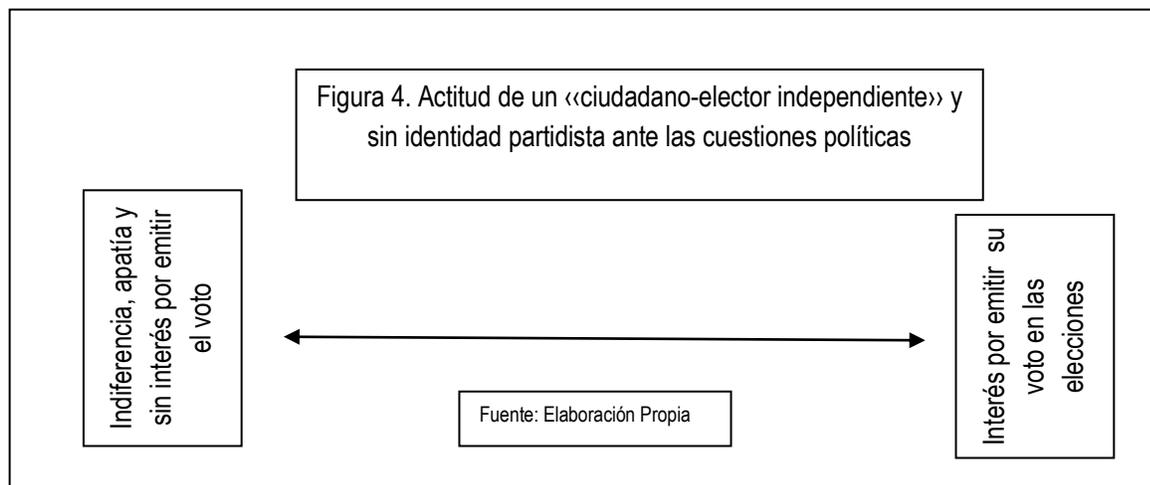
Es de esperarse, que para que pueda comenzar una relación de este tipo, por lo menos el ciudadano debe estar inscrito, ante la instancia electoral, que tiene el control del padrón electoral, esto es, la lista de ciudadanos que tienen derecho a emitir un sufragio para elegir a las autoridades civiles. Con este trámite de tipo administrativo una persona se convierte “ciudadano-empadronado” (Diputados, COFIPE, 2008:Art.#6, apartado 1, inciso (a)).

El ciudadano-empadronado es legalmente un elector, pero para materializar el acto debe acudir a las urnas a emitir su voto. Si el ciudadano no está empadronado se le puede considerar como ciudadano-excluido de los beneficios sociales que otorgan las leyes e instituciones.

De acuerdo con Guardado (2009), los ciudadanos-electores se pueden clasificación según su actitud ante las cuestiones políticas puede ser 1) ciudadano elector independiente y 2) ciudadano elector con identidad partidista —simpatizante— (p.144).

Consideramos que la actitud del ciudadano elector independiente —aquel que no tiene una identidad partidista— puede estar en un línea con dos extremos. Por un lado está la total indiferencia, apatía y sin interes por saber algo acerca de alguna organización partidista y/o sin interés por emitir su voto, por tanto, su interés se reduce a simplemente tener un documento oficial para demostrar su identidad personal. En el otro extremo está la actitud de únicamente acercarse a las cuestiones políticas mediante la emisión del voto cuando es convocado; para esto último esgrime un compromiso moral o de responsabilidad ciudadana. El sentimiento que gira en torno a

esta línea es la actitud favorable o desfavorable para acudir a emitir el voto. Véase Figura 4.



Duverger (1951) señala que en los partidos políticos que no tienen adhesión formal se puede distinguir tres círculos de participación. El más amplio engloba a los electores que votan por los candidatos propuestos por el partido en los escrutinios nacionales y locales (p.120).

Por lo anterior podemos deducir que Duverger (1951) se refiere a los electores no exclusivamente como el ciudadano-empadronado —aquél que tiene derecho a votar—, sino que es el ciudadano que tiene por costumbre emitir su sufragio por un partido político en específico, pero su relación con el partido se limita únicamente a ese acto.

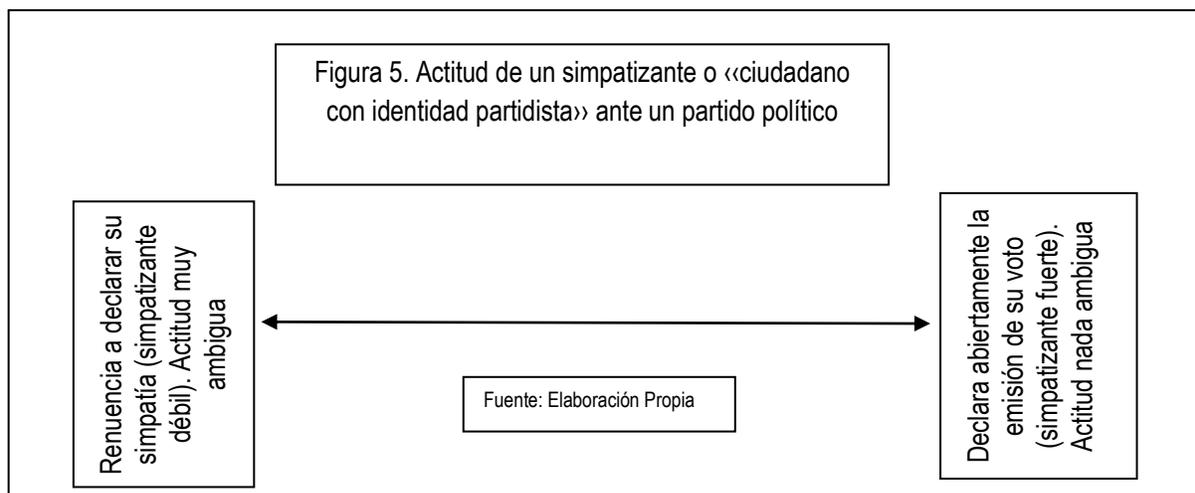
3.4.2 Los Simpatizantes

Duverger (1951) señala que en el segundo círculo de participación, en un partido político, se encuentra el simpatizante, el cual es un elector pero reconoce su inclinación hacia el partido (p.120)

Para Guardado (2009) el simpatizante es el ciudadano empadronado que tiene una identidad partidista específica, y se puede clasificar como 1) simpatizante fuerte y 2) simpatizante débil (p.144).

Podemos deducir que para Guardado (2009) la actitud de un simpatizante ante un partido político, puede oscilar en una línea con dos extremos. En un lado tenemos al simpatizante débil cuya actitud puede ser la renuencia a declarar abiertamente con qué partido simpatiza o la renuencia declararse favorable de la ideología de un partido pero que tiene una definida convicción interna, pero debido a su actitud ambigua se requiere de varias preguntas para poder definir su identificación.

En el otro extremo está el simpatizante fuerte cuya actitud es que es capaz de declarar abiertamente por cuál partido político vota, en algunas ocasiones lo apoya en forma de activismo y/o financieramente, e incluso puede ingresar a las instituciones anexas del partido, sin embargo, permanece fuera de la organización y de su comunidad (Duverger, 1951, págs. 92,120). Para definir la identidad de este simpatizante solo se requiere de una pregunta directa. Por tanto, consideramos que la actitud que gira en torno a esta línea es la ambigüedad ante la pregunta directa para que exprese su simpatía. Véase la Figura 5.



Al combinar las visiones de Duverger (1951) y Guardado (2009) podemos deducir que el ciudadano empadronado con identidad partidista se le considera un simpatizante,

porque no es “miembro” del partido ya que no está registrado en el padrón interno, pero es más que un elector partidario.

Al simpatizante se le puede catalogar como “miembro potencial”^{x,xii} pues existe una alta probabilidad, de que su relación con el partido escale del terreno personal al terreno institucional si se ponen los medios suficientes, como puede ser el llenado de un formato de registro para ser aceptado dentro de las filas del partido político con el que simpatiza.

Al margen de cuál sea la clasificación de simpatizante, estas personas podrían estar en la antesala para entrar en una interrelación formal con un partido político. Como conclusión, se puede decir que un simpatizante es más que un elector.

3.4.3 Los Miembros y Militantes

Según Duverger (1951) en los partidos donde no hay una noción de membrecía, en el tercer círculo de participación están los militantes. Pero en los que si existe esa noción, en el tercer círculo están los miembros y en el cuarto están los militantes (p.120).

Para analizar la noción de “miembro”, Duverger (1951) señala que es necesario recordar las peripecias a la que recurren algunos partidos políticos para identificar a sus miembros, incluso hasta para contabilizarlos, ya que su definición no depende tanto del grado de control con el que se llevan los registros sino de la naturaleza de la comunidad^{xiii} (p.92). Se puede decir que la membrecía comienza cuando un simpatizante decide pasar del plano personal al plano institucional, es decir, pasa de la simple identificación a formar parte de algo, participación, activismo y pertenencia a un grupo.

Pragmáticamente hablando, la membrecía comienza con la formalización mediante la inscripción al padrón interno del partido político, es decir, llenar un formato de solicitud de ingreso o solicitud de registro de inscripción al padrón del partido político, y que

puede escalar hasta la militancia; ésta última se refiere a un tipo especial de “miembro activo”, ya que es posible la existencia de membrecía sin militancia.

Los militantes son los que finalmente ejecutan las acciones partidistas y trabajan efectivamente por el partido, no deben confundirse con los dirigentes, porque no son jefes sino ejecutantes. Hay otro tipo de miembros pero que al no ser ejecutantes no se les puede llamar militantes (Duverger, 1951, p. 139) .

Consideramos que la actitud para que un ciudadano empadronado o elector decida convertirse en miembro o militante está relacionada con la teoría del empoderamiento explicada por Thomas, Jansen y Tymon (1997), así como con la teoría de los incentivos explicado por Panebianco (1990) (p.65), ambas explicadas más adelante.

3.5 RELACIÓN DE INTERCAMBIO DESIGUAL ENTRE EL PARTIDO POLÍTICO Y SUS MIEMBROS.

La relación que es más fácil de observar es la que se da entre los partidos políticos y sus electores, ya que generalmente se dispone de estadísticas electorales bastante bien hechas (Duverger, 1951, pp. 120-121).

Por el contrario, la relación que es más difícil observar es la que se da entre el partido político y sus simpatizantes, ya que no hay registros o no son comunes; las estadísticas en las que se puedan sustentar las mediciones empíricas son escasas o inexistentes. En la mayoría de los casos la determinación de los simpatizantes solamente puede obtenerse mediante encuestas y sondeos Gallup (Duverger, 1951, p. 134).

La relación que se da entre el partido político y sus miembros, es más fácil de observar que con los simpatizantes pero menos precisa que con la de sus electores. Algunos partidos no dan a conocer en lo absoluto el número de miembros y en otros, sus censos raramente se establecen sobre bases sólidas (Duverger, 1951, pp. 108-109). En este tema, consideramos que lo dicho por Duverger es verdad en los partidos que no tienen definida la noción de miembro.

En México, los organismos electorales como el Instituto Federal de Electores (IFE) y los correspondientes estatales, ponen a disposición de los interesados, mediante páginas electrónicas de internet, las estadísticas correspondientes a elecciones anteriores, con las cuales se puede estudiar la relación partido-electores.

Con dichas estadísticas se puede conocer polígonos habitacionales, llamadas secciones electorales, donde se pueden identificar la cantidad de ciudadanos empadronados, la cantidad ciudadanos que acudieron a votar y el sentido del voto. Esto último permite inferir la predominancia o debilidad de los partidos en determinada sección electoral. Esta predominancia es a nivel general ya que no es posible conocer el sentido de voto de manera individual, no se puede saber la intensidad de la simpatía que los electores tienen con el partido político por el que votaron, además es difícil saber cuáles fueron los motivos reales que los llevaron a votar por ese partido.

Mediante de la ley de acceso a la información se puede conocer, por sección electoral, el nombre de las personas que acudieron a votar, pero no su domicilio. Mediante encuestas se podrían inferir la intensidad de la simpatía o las razones de los ciudadanos para darle el voto a un partido determinado.

La relación partido-miembro tiene como ventaja que es posible identificarlos por nombre y domicilio, y se puede inferir que son ciudadanos-electores a favor de ese partido político, que tienen la disposición de aportar o tiempo, o dinero o esfuerzo, en la consecución de los fines oficiales del partido.

La relación partido-miembro ha encontrado bases teóricas con las que puede ser observada y analizada, y es la que anteriormente ya nos habíamos referido; ésta se denomina relación de «intercambio desigual»^{xiii} (Panebianco, 1990, pp. 65-66). Esto es, la relación o negociación que se da entre líderes y seguidores, correspondiente a la teoría de la democracia vertical (Panebianco, 1990, p. 65) (Sartori, 1988, pp. 225-260).

De esta manera, el papel de “líderes” estaría representado por la dirigencia partidista, a la que llamaremos “coalición dominante” (Panebianco, 1990, pp. 83-103), y el papel de “seguidores” estaría representado por los miembros —no sin antes recordar que la relación de intercambio desigual^{xiv} es en favor de la coalición dominante— (Panebianco, 1990, pp. 65-66). Donde el líder gana más que los seguidores, pero el seguidor siempre recibe algo a cambio y nunca se queda sin nada que intercambiar, cuando así suceda la relación cambiaría a “dominante-dominado” (Panebianco, 1990, pp. 61-64).

Ahora bien, si la relación entre coalición dominante y miembros es una relación de intercambio desigual en favor de la coalición dominante, cabe preguntarse ¿Qué es lo que se intercambia y por qué es desigual?. La teoría de los incentivos menciona que los líderes intercambian con sus seguidores, incentivos “colectivos” y/o “selectivos”^{xv}, por participación (Panebianco, 1990, p. 65). Los incentivos colectivos son de un solo tipo y se le denomina de “identidad”, por su parte, los incentivos selectivos son de dos tipos y se les clasifica como “materiales” y de “estatus”.

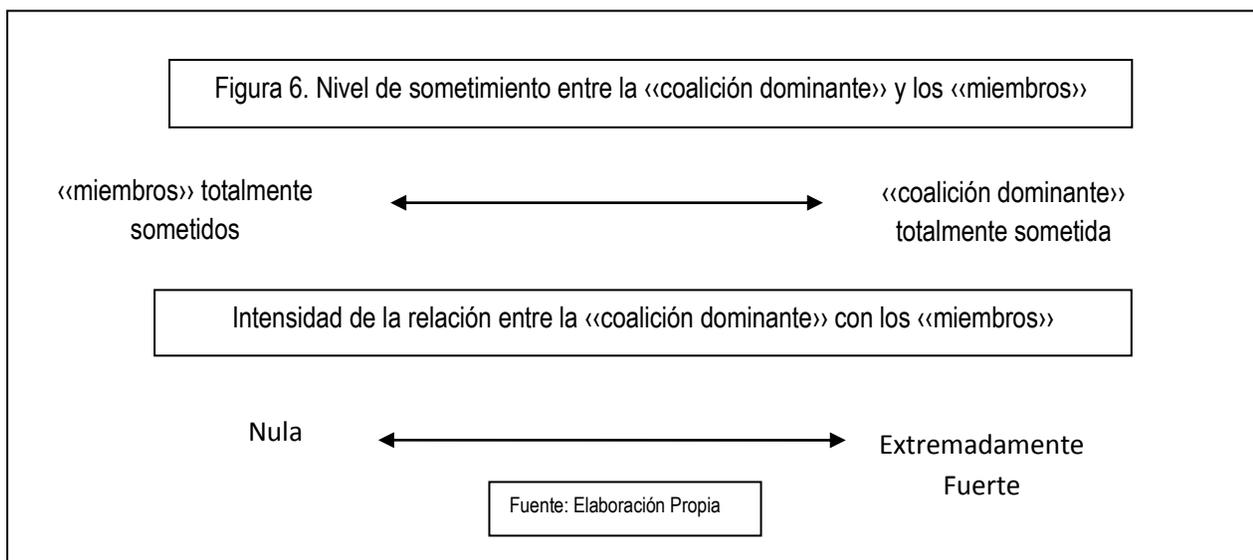
Los incentivos de identidad tienen que ver con la congruencia entre la ideología del partido con sus fines pragmáticos, es decir, una congruencia entre los dichos y los hechos: si los incentivos de identidad se debilitan, también se debilita la solidaridad interna del partido. Por su parte los incentivos materiales y de estatus, están relacionados, el primero, por ejemplo, con la obtención de un trabajo remunerado o la obtención de un servicio de tipo asistencial, y el segundo, está relacionado con el ascenso dentro del partido, lo que implica mayor poder al interior de la organización (Panebianco, 1990, pp. 67-68).

Para contestar a la pregunta ¿por qué es una relación desigual?, debemos analizar cuáles son los recursos de que disponen para intercambiar, tanto los miembros como la coalición dominante. Por un lado, los miembros —seguidores—, siempre disponen de algún recurso que intercambiar, por muy mínimo que sea, puede ser su misma participación o apoyar a una élite minoritaria dentro de la organización (Panebianco,

1990, p. 65). Por otro lado, la coalición dominante dispone de recursos que se derivan del control que ejerce sobre las “áreas de incertidumbre organizativas”^{xvi} (Panebianco, 1990, pp. 84-89). Estos recursos son empleados por la coalición dominante en las negociaciones internas, desequilibrándolas a su favor.

La relación entre la coalición dominante y los miembros idealmente puede explicarse con dos líneas independientes entre sí, cada una de ellas con dos extremos. La primer línea nos ayudará a describir el nivel de sometimiento entre ambos entes, mientras que la segunda línea nos ayudará de describir la intensidad la relación entre ambos entes.

De esta manera, los extremos de la primer línea serían, por un lado, a un miembro totalmente sometido ante la coalición dominante y en el otro, donde los miembros tienen sometida a la coalición dominante^{xvii}. Los extremos de la segunda línea serían por un lado, una relación extremadamente débil o nula y por el otro una extremadamente fuerte o totalitaria, encontrando, esta última, sustento teórico en «los grados y naturaleza de la participación» explicados por Duverger (Duverger, 1951, pp. 120-162). Vease la Figura 6.



En cuanto a la primer línea, antes descrita, nuestra opinión es que, el extremo donde los miembros tienen sometida a la coalición dominante es teóricamente imposible,

mientras que el extremo, donde el miembro está totalmente sometido ante la coalición dominante, ya ha sido ampliamente documentado en los partidos totalitarios, y llevados a la práctica por el fascismo y el comunismo (Duverger, 1951, p. 159).

Los partidos totalitarios son aquellos partidos cuyos “lazos de solidaridad” entre los miembros y el partido descansa en la “Orden” o “*Bund*”^{xviii} (Duverger, 1951, pp. 145-162) y cuya principal forma de organización interna son las “células” o la “milicia”^{xix}. De esta forma, la imposibilidad de la existencia del extremo donde los miembros tienen sometida a la coalición dominante es porque esta última, siempre tendrá a su disposición recursos que podrá intercambiar, mientras que para el miembro, su último recurso será, o dejar de participar, o apoyar a una coalición minoritaria o abandonar las filas del partido (Panebianco, 1990, p. 65). De hecho, es más factible que primero se disuelva el partido, antes de que los miembros sometan a la coalición dominante.

En cuanto a la segunda línea, también ya descrita, el extremo donde la relación es nula, débil o extremadamente débil es posible cuando una persona se inscribe como miembro de un partido y posteriormente no presta la menor importancia a esa acción, mientras que el extremo, donde la intensidad de la relación entre los miembros y coalición dominante es extremadamente fuerte o totalitaria, ya ha sido teorizada y puesta en práctica no solo dentro de algunos partidos políticos sino también en diversas sectas religiosas, algunos ejemplos con finales trágicos y lamentables.

Si bien es cierto que la relación que se puede dar entre la coalición dominante y los miembros de un partido político puede comprenderse mejor desde la perspectiva de la relación de intercambio desigual en la repartición de incentivos, también es cierto que este sistema de incentivos puede variar de unos partidos a otros (Panebianco, 1990, p. 68).

Esto es, no será lo mismo si el partido es una organización que tiene acceso y control a áreas de gobierno a que si no lo tiene. En el primer caso, el partido dispone, además de los incentivos colectivos y selectivos propios de la organización, tiene la oportunidad

repartir incentivos selectivos como el ser empleado, proveedor o beneficiario del gobierno. En el segundo caso esto último es posible pero mucho más limitado.

Otros factores que inciden en la relación coalición dominante y miembros del partido es el articulación general y el régimen electoral explicadas por Duverger (1951) (p. 70-90) y el proceso de institucionalización explicada por Panebianco (1990) (p.107-138)

Al margen de la clasificación en la que un ciudadano pueda ser encuadrado: elector, simpatizante o miembro, se debe tener en cuenta que el ciudadano-elector de alguna u otra forma percibe el tipo de relación que cada partido le puede ofrecer, una vez que se haya convertido en miembro. Por tanto, la relación entre el partido político y sus miembros, bajo la óptica de la relación de intercambio desigual, puede ser observada empíricamente, por un lado, para determinar las características de la relación que cada partido le ofrece a los ciudadanos y por otro, determinar las características que al ciudadano común le interesa tener con un partido político.

Independientemente de lo anterior, como una forma de complementar la relación de intercambio desigual, en el siguiente apartado utilizaremos la teoría del empoderamiento, estos nos ayudará a comprender dos cosas. Primero, el nivel de empoderamiento al que el ciudadano-elector puede aspirar al ingresar a un partido político. Segundo, el nivel de empoderamiento que cada coalición dominante de los diversos partidos políticos le ofrece al ciudadano-elector.

3.6 EL EMPODERAMIENTO DE LOS MIEMBROS EN LOS PARTIDOS POLÍTICOS

La teoría del empoderamiento lo define como concepto de motivación intrínseca, esto es, la experiencia psicológica que está basada sobre la recompensa derivada directamente de una tarea. Thomas, Velthouse y Tymon identificaron cuatro dichas recompensas como elemento de empoderamiento: la experiencia de elegir, competencia, significatividad y el sentido de progreso impacto. A partir de esas recompensas, definieron al empoderamiento como la suma las experiencias de

elección de una persona, la competencia, la significatividad y el progreso (Thomas, Jansen, & Tymon jr., 1997, p. 2)^{xx}.

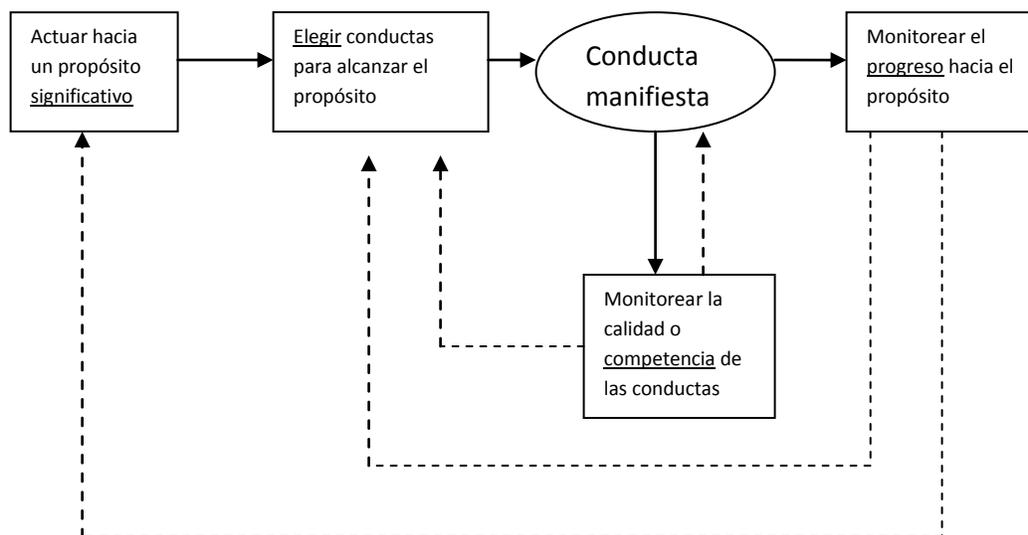
La meta de estos teóricos ha sido entender lo que estos cuatro elementos representan, cómo están relacionados cada uno de ellos, y cómo influyen en el comportamiento de una persona; los definen de acuerdo a la tabla 6.

Tabla 6. Elementos del empoderamiento

Elección:	Es la oportunidad que se tiene para seleccionar las actividades que hacen sentido y desarrollarlas de formas que parecen apropiadas. El sentimiento de elección es el sentimiento de libertad para elegir —ser capaz de usar el criterio propio y actuar de acuerdo al propio entendimiento de la tarea—. (Ejemplo: “Cómo voy con las cosas que dependen de mí, que a mí me interesan y que yo mismo elegí”, “Estoy ejerciendo suficiente poder de elección en lo que hago”)
Competencia:	Es el logro que se siente al desarrollar las tareas, elegidas por uno mismo, con mucha habilidad y productividad. El sentimiento de competencia involucra el sentido de que se está haciendo un trabajo bien y de calidad. (Ejemplo: “Estoy haciendo mi trabajo competentemente” “Tengo un rendimiento competente”).
Significatividad (meaningfulness):	Es la oportunidad que se siente para perseguir una noble tarea con propósito que vale la pena. El sentimiento de significatividad es el sentimiento de que se está en el camino que es digno para dedicarle tiempo y energía —que se está en una misión valiosa, que el propósito tiene prioridad en la larga fila de cosas—. (Ejemplo: “Estoy haciendo cosas valiosas” “Lo que estoy tratando de alcanzar es significativo para mí”).
Progreso:	Es el logro que se siente al tratar de alcanzar el propósito de un objetivo. El sentimiento de progreso involucra el sentido de que la tarea se está moviendo hacia adelante, que las actividades están realmente alcanzado algo. (Ejemplo: “estoy alcanzando mis objetivos” “Estoy teniendo buen progreso en mis proyectos”).
Fuente: Elaboración propia a partir de (Thomas, Jansen, & Tymon jr., 1997)	

Finalmente, estos autores aplicaron el concepto de empoderamiento al proceso de autogestión y ofrecieron una representación gráfica mostrada en la figura 7.

Figura 7. El proceso de autogestión



Nota: El ovalo representa las conductas manifiestas. Los cuadros representan actividades de autogestión interna (ideas) que dirigen las conductas manifiestas. Las líneas punteadas representan los efectos de la retroalimentación. Fuente elaboración propia, adaptado a partir de (Thomas, Jansen, & Tymon jr., 1997).

De esta manera, los autores describen al proceso de autogestión de la siguiente forma: Autogestión, auto influencia y auto control son en términos generales para una calidad de autodirección conductual asociado con el empoderamiento. Manz (1986) (1990) ha producido una rústica clasificación de los tipos de autoinfluencia, desde la autoregulación, pasando por la autogestión hacia el autoliderazgo, con más avanzadas formas permitiendo engrandecer la elección de comportamientos, estándares y aún objetivos.

En la figura 7, ofrecemos un diagrama de flujo que exhibe la secuencia de las actividades envueltas en un razonablemente avanzado proceso de autogestión (adaptado de Thomas & Jansen, 1996). El ovalo representa las tareas de conducta manifiesta de una persona —lo que la persona en realidad hace—. Los rectángulos, en contraste, representan el grupo de ideas, eventos de autogestión que dirigen la conducta de una persona hacia alcanzar el propósito de la tarea.

La secuencia de autogestión en la figura 7 comienza con la actuación hacia un propósito significativo. Esta actuación es la que conduce a los siguientes eventos de la autogestión. Para ponerlo simple, habría poco qué hacer en el ejercicio de elección, atender la capacidad de rendimiento de uno mismo o monitorear el progreso de algo sin que haya un propósito significativo. Una vez que la persona acciona hacia el propósito, usa su propio criterio para elegir las actividades que cree ayudan a alcanzar el propósito. Entonces realiza aquellas actividades, monitorea la calidad de su propio desempeño o las competencias. Mientras la tarea permanece, se monitorea al grado de avance que ocurre hacia el propósito.

Las flechas de retroalimentación en la figura 7, muestran las formas en las cuales los individuos hacen ajustes en su desempeño cuando se encuentran con obstáculos —formas en las cuales aprende, ajusta, innova y adapta para alcanzar el propósito—. Si las actividades no se realizan lo suficientemente bien, los individuos pueden ajustar el desempeño de una actividad o si prueba ineffectividad, puede escoger diferentes actividades para alcanzar el propósito. De igual forma, si el progreso hacia el propósito es insuficiente, se pueden intentar un nuevo grupo de actividades que moverán las tareas hacia adelante o si prueban ser fructíferas, eventualmente reducir la actuación hacia el propósito.

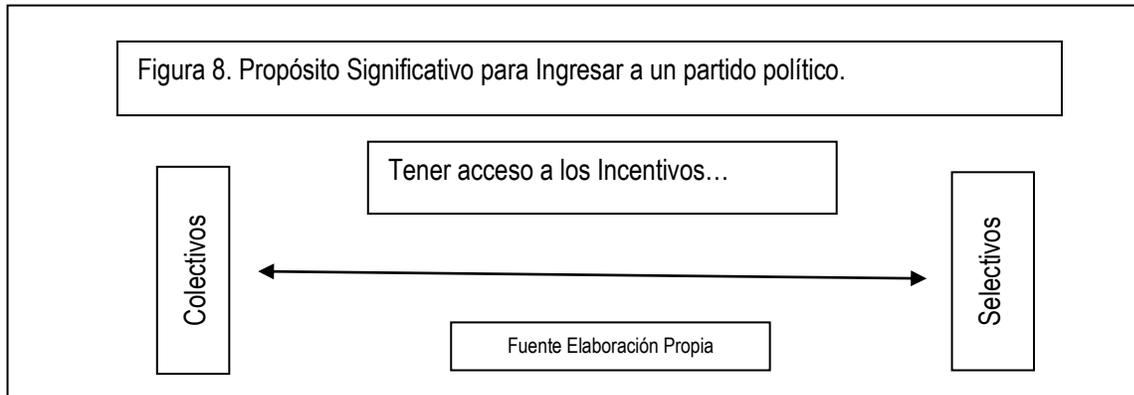
Los eventos del proceso de autogestión de la figura 7 son esencialmente las partes de un lazo de autocontrol para las actividades de uno mismo. Sirven como sustitutos del lazo de control externo que tradicionalmente desempeñan los supervisores: establecer un propósito o premiar a un trabajador, asignando actividades al trabajador, monitoreando y dirigiendo la calidad del trabajo, y monitoreando los logros alcanzados por trabajador. En comparación con la administración basada en órdenes y control, la autogestión resulta tener una flexibilidad más espontánea, adaptación, respuesta, innovación y aprendizaje por parte de las personas (Thomas & Jansen, 1996).

Ahora bien, una vez que hemos sintetizado la teoría del empoderamiento, debemos establecer su conexión con la relación que existe, en un partido político, entre la

coalición dominante y sus miembros. Pero antes es necesario aclarar que en México, todos los partidos políticos son organizaciones de afiliación directa^{xxi} (Diputados, CPEUM, 2010.Art.41 fracc I) (Duverger, 1951, pp. 35-42), esto porque la afiliación de los ciudadanos a los partidos políticos debe ser libre e individual, quedando prohibidas, la intervención de organismos con objetivos diferentes a los de un partido y la afiliación corporativa.

De esta manera, idealmente la afiliación que un ciudadano-elector hace a un partido político debe ser una acción consciente, por eso se les llama organizaciones de asociación voluntaria. Es una decisión que tiene características de autogestión, es decir, el ciudadano-elector ha decidido o lo han convencido de la pertinencia o posible beneficio de escalar su relación, con un partido político, del plano personal al plano institucional (Duverger, 1951, p. 21). Esta decisión o convencimiento, necesariamente, debe estar sujeta a la esperanza, muchas veces inconsciente, de tener acceso a los incentivos colectivos y/o selectivos, con esto se configura el paso inicial de la autogestión, el cual comienza con la actuación hacia un propósito significativo.

El propósito significativo para ingresar a un partido político, puede estar en una línea con dos extremos, en la que en un extremo, tendríamos a los incentivos colectivos, por ejemplo, alguien que decide afiliarse a un partido político porque quiere quitarse de encima la invitación hecha por algún amigo o familiar y por tanto se siente comprometido a aceptar, —ejemplo: “que me deje de estar invitando”, “voy a aceptar porque estoy comprometido”—, y en el otro extremo tendríamos a los incentivos selectivos, por ejemplo, una persona que ingresa a un partido político, porque de ello depende conservar algún bien material, ejemplo: “Conservar el trabajo” (Panebianco, 1990, pp. 67-68). Al margen, de cuál sea el punto en el que se ubique el propósito significativo, esto no quiere decir que deje de ser un propósito significativo. Véase la figura 8.



Ahora bien, al analizar el informe ENCUP en cuanto a que el 65% de los ciudadanos mexicanos opina que los partidos políticos, tienen mucho o algo de poder para cambiar las cosas en México y el 61% opina que los partidos políticos son necesarios para hacer que el gobierno funcione. Sin embargo, cuando contrastamos esta estadística contra aquella que dice que solo el 7% de los mexicanos acepta participar o haber participado en un partido político (SEGOB, 2009, págs. 69-70) o que el 54% está poco o nada satisfecho con la democracia (p.40). Entonces, surgen dos preguntas.

¿Por qué no es atractivo para los mexicanos participar a una organización que tiene el poder suficiente para mejorar para cambiar las cosas? O ¿Podemos inferir que los partidos políticos son incapaces de proveer un propósito significativo a los ciudadanos?

Consideramos que existen otras causas que no permiten un ingreso más numeroso de personas, a los partidos políticos, y dos de ellas son la desconfianza que se les tiene y el desinterés hacia las cuestiones políticas. La desconfianza hacia los partidos políticos ronda por del 72%^{xxii} y el desinterés en la política ronda en el 64%^{xxiii} (SEGOB, 2009, p. 67 y 41).

A lo anterior Sartori (1988) lo llama apatía, que no es otra cosa que falta de interés, elevado nivel de ignorancia y participación mínima de la inmensa mayoría de los ciudadanos, preguntándose si se trata de un estado fisiológico de cosas o si es un

estado de cosas debido a obstáculos susceptibles de remoción o si se debe a factores causales que pueden alterarse.

De esta manera, Sartori (1988) señala que a pesar de que en algunos países la pobreza y el analfabetismo se han reducido, esto no ha llevado a producir niveles alentadores de mejorar la participación ciudadana en las cuestiones políticas, de esta manera, la apatía se vislumbra aún, sin que se detecten cambios en las tendencias a largo plazo. Finalmente, Sartori (1988) descarta al problema de la información, al nivel educativo y a la democracia participativa como mecanismos que vendrán a disminuir la apatía (p. 141-155).

Por tal motivo, una línea de investigación puede hacerse bajo la óptica de detectar si el actual contexto institucional es pertinente para incentivar la participación ciudadana o si existen obstáculos que pueden ser removidos para combatir la apatía. Creemos que un diseño institucional inadecuado puede ser una de las causas que provocan un bajo apoyo ciudadano a la democracia, bajo interés en la política y por tanto, influye negativamente en el prestigio institucional de los partidos políticos.

Por otro lado, debemos recordar que los partidos políticos son organizaciones de asociación voluntaria, por lo cual se les cataloga como organizaciones complejas; donde los juegos de poder son sutiles, huidizos y a menudo ambiguos; donde los líderes ejercen poder sobre sus seguidores y el proceso inverso es igualmente factible, esto es, los seguidores ejercen presiones eficaces sobre los líderes (Panebianco, 1990, pp. 63-64).

Por tanto, es necesario reflexionar, ¿Qué es lo que motiva a una persona a ingresar a un partido político?. ¿Cuáles son las características de la relación, que motiva a un ciudadano-elector a ingresar a un partido político?.

Otras preguntas son ¿El nivel de empoderamiento del ciudadano-elector es igual es todos los partidos políticos?, ¿Cuál es el nivel de empoderamiento, que cada partido

político, le ofrece al ciudadano-elector?, ¿Cuál es el nivel de empoderamiento al que un ciudadano-elector puede aspirar al ingresar a determinado partido político?, ¿Las técnicas “fascistoides”, empleadas por los partidos políticos, en la designación tanto de dirigentes partidista como de candidatos a puestos de elección popular, influyen en el prestigio de esas instituciones?. ¿Estas técnicas “fascistoides”, impiden que los partidos políticos, le ofrezcan a los ciudadanos un propósito significativo?. ¿Las características de la relación que los partidos políticos ofrecen al ciudadano-elector influyen en su prestigio institucional?. Estas interrogantes podrían ser parte de una línea de investigación en el área de la ciencia política.

3.7 EL DERECHO A LA IDENTIDAD PARTIDISTA

La afiliación a un partido político es un derecho ciudadano que le permite tener una «identidad partidista». Si enumeramos algunas identidades que en México, las personas pueden tener acceso y que están tuteladas por leyes encontramos las siguientes.

La «identidad civil» está resguardada por el Registro Civil (Congreso Nuevo León, 2009: Art. 6). La «identidad Fiscal» por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) (Diputados, LSAT, 2009:Art. 1) (Diputados, CFF, 2009:Art. 27) —mediante el Sistema de Administración Tributaria—. La «identidad poblacional» por el Consejo Nacional de Población (CONAPO) (Diputados, LGP, 2011:Art. 6). La «identidad militar» por la Secretaría de la Defensa Nacional (SEDENA) (Diputados, RRPEFAM, 2005:Art. 50) (Diputados, LSM, 1998: Art.11). La «identidad electoral» por el IFE (Diputados, COFIPE, 2008).

De esta manera, el Registro Civil, la SHCP, el CONAPO, la SEDENA y el IFE son organismos públicos derivados del Estado, ¿por qué la identidad partidista está resguardado y administrado por un partido político?. Los partidos políticos son entidades de interés público (Diputados, CPEUM, 2010: Art.41 frac. I) y no en un organismo derivado del Estado. De esta manera, si se aceptara que el padrón de

simpatizantes estuviera administrado y resguardado por el IFE, la identidad partidista estaría resguardada por el Estado a nivel de simpatizante y no a nivel de miembro.

Algunos indicadores que podrían ser útiles en la medición de la interacción de los ciudadanos con los partidos políticos y que puede influir en su prestigio institucional son: (1) el interés en registrarse en el padrón de simpatizantes si éste estuviera administrado y resguardado por el IFE, (2) el nivel de empoderamiento que un partido político ofrece a un ciudadano-electoral —que le proporcione un propósito significativo—, (3) la desafección hacia los partidos políticos, (4) la percepción de corrupción al interior de los partidos, (5) la importancia que le da al hecho de que los candidatos a puestos de elección popular se nominen bajo normas democráticas o no, (6) el apoyo y la satisfacción con la democracia que se vive al interior de los partidos políticos, (7) la confianza y credibilidad en los partidos políticos, (8) el interés por participar en la nominación de los candidatos a puestos de elección popular y (9) la legitimidad de los partidos.

3.8 LOS PARTIDOS POLÍTICOS EN MÉXICO Y SU MODELO DE IDENTIDAD

CORPORATIVA

En México los partidos políticos son entidades de interés público (Diputados, CPEUM, 2010) (Art. 41 fracc. I). Esto significa que el Estado aportará económicamente para que desempeñen sus actividades; jurídicamente hablando están bajo el amparo de la CPEUM y el COFIPE.

Los partidos políticos, para constituirse legalmente, están obligados a llenar una serie de requisitos, entre ellos presentar una serie de escritos que se les conoce como documentos básicos (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 24). Garbett (1991) señala que todas las corporaciones tienen, consciente o inconscientemente, una identidad y que proyectan algún tipo de imagen (p.3). Podemos inferir que, en los documentos básicos de los partidos políticos, está plasmada formalmente su identidad y por ende existe un mensaje que va dirigido principalmente a los ciudadanos y a sus miembros, por lo que necesariamente proyectan una imagen a la población en general.

Cuando Chun establece que la identidad deseada de una empresa privada se refiere a cómo desean los directivos que la empresa sea vista por los consumidores (Martínez & Olmedo, 2010), podemos inferir que la identidad deseada de una empresa privada está plasmada en algún documento o plan que haya sido previamente aprobado por el cuerpo directivo, sin embargo, puede o no ser público. No hay nada que obligue a la empresa a difundirlo; incluso si esa identidad deseada es parte de una ventaja competitiva, entonces sería un secreto industrial y la empresa está en todo su derecho en negarse a publicarlo. Tradicionalmente a este documento se le conoce como misión corporativa y está compuesto por varias partes: descripción de la compañía, objetivos y principios operativos, todo ello es el enunciado de la misión.

Dentro de una organización, la ausencia de un plan o documento en relación a la identidad deseada no implica la inexistencia esa identidad, simplemente la organización no tiene consciencia de ella. En esos casos podemos inferir que esa identidad deseada está en la mente de alguien y solamente tendríamos acceso a esa información por medio de una entrevista, siempre y cuando dicha persona esté dispuesta o autorizada para compartirla.

Si bien es cierto que los partidos sí están obligados a publicar sus documentos básicos y que a partir de ellos se puede conocer, aunque sea parcialmente, su identidad deseada, también es cierto que la divergencia entre lo escrito y los hechos puede ser considerable. Es posible que la “identidad deseada real” de un partido político, esté plasmado en un documento interno, el cual puede ser o no público. También, es posible que la identidad deseada real solo esté en la mente de la coalición dominante, es decir, en la mente de la persona o grupo de personas que tengan la autoridad definitoria dentro de la organización.

En esta investigación consideramos que la identidad deseada real de un partido político no puede ser conocida en su totalidad, pero sus documentos básicos nos permitirán

conocer la “identidad deseada formal”, a eso nosotros lo llamaremos el modelo de identidad partidista.

Para poder abordar el tema del modelo de identidad partidista, es conveniente recordar que dicho modelo sirve de referencia para enviar mensajes congruentes a sus grupos de interés. Al considerar los elementos del viejo esquema de la comunicación: El emisor, el receptor y el mensaje, tenemos que, en este caso el emisor es el partido político y el receptor es el ciudadano; cuando éste recibe el mensaje y se forma una opinión favorable o desfavorable es cuando podemos medir el prestigio que un partido político tiene frente a ese ciudadano en particular, por tanto, cuando una muestra representativa de ciudadanos, coinciden en las mismas percepciones acerca del mismo partido político, podemos medir una de las dimensiones del prestigio institucional de esa organización.

En este caso la comunicación se da entre dos entes que no son similares, es decir, el emisor es una organización de asociación voluntaria conformada por ciudadanos, mientras que el receptor es una persona que tiene derechos y obligaciones establecidas en la CPEUM. Por un lado, la organización de personas tiene metas, objetivos e intereses que perseguir y defender, por lo que el modelo de identidad partidista contiene un mensaje a transmitir que es el resultado de una amalgama compleja de visiones del mundo que intentan coincidir en un texto, el cual es registrado ante la autoridad competente al momento de su registro y se le conoce como documentos básicos.

Por el otro lado, el ciudadano tiene un bagaje muy amplio de posibilidades de visiones de la vida y del mundo, por lo que la recepción del mensaje estará filtrada y será entendido según las capacidades individuales de cada ciudadano. De esta forma, entre la emisión y la recepción del mensaje existe una amplia variedad de posibilidades que van desde el hecho de que el partido no tenga bien definido el mensaje que desea transmitir o que no tenga una estrategia eficaz para transmitir el mensaje, o bien que el ciudadano no tenga la capacidad para entender el mensaje que recibe. Aun con todas

las posibilidades, podemos encontrar que los partidos políticos de alguna u otra forma tienen un mensaje que enviar o envían a los ciudadanos, que está plasmado en sus documentos básicos y en sus plataformas políticas, y el cual es transmitido a través de los diversos medios de comunicación que están al alcance de la organización.

Los Documentos Básicos de los Partidos Políticos

Los Partidos Políticos en México están obligados a emitir documentos grupales con cierta frecuencia. De acuerdo al COFIPE en sus artículos del 24 al 27 y 42, establece que, para que una organización de ciudadanos pueda ser reconocida como partido político nacional debe contar con una declaración de principios, plan de acción y estatutos.

Dentro de los principios se deben especificar los principios ideológicos de carácter político, económico y social (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 25). Dentro del programa de acción se deben especificar las medidas para realizar los postulados y alcanzar los objetivos enunciados en su declaración de principios, así como proponer políticas a fin de resolver los problemas nacionales (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 26). Finalmente, dentro de los estatutos se deben especificar las reglas que normen sus actividades (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 27). A estas formulaciones se les conoce como Documentos Básicos (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 24 aptdo. #1 inciso “a”) y no tienen temporalidad de renovación por lo que el mensaje que transmiten los partidos políticos mediante estos documentos se les debe considerar como de largo plazo.

Además de los documentos básicos, los partidos políticos deben formular las plataformas electorales o programas de gobierno, documentos que deben registrarse ante el Instituto Federal Electoral (IFE) cada vez que los partidos políticos participan en alguna contienda político-electoral (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 27, aptdo. #1 inciso “e”, y “f”. Art. 38 aptdo. #1 inciso “j”. Art. 42 aptdo. #2 inciso “f”. Art. 118 aptdo. #1 inciso “n”. Art. 222 aptdo. #1 y #2. Art. 228 aptdo. #4).

Las plataformas electorales deben emitirse con una periodicidad, normalmente cada tres o seis años, temporalidad que puede verse modificada por elecciones

extraordinarias; según sea el caso, cada tres años se emite la plataforma legislativa con el objetivo participar electoralmente en la renovación parcial de los integrantes del Poder Legislativo y cada seis años se emite la plataforma electoral o programa de gobierno para renovar al titular del poder ejecutivo y legislativo en su totalidad. Las plataformas electorales se emiten unos meses antes de cada elección y toman relevancia mediática durante el periodo de las campañas electorales, por este motivo se considerará que el mensaje que transmiten los partidos políticos mediante estos documentos es de corto plazo.

Hemos detectado que el modelo de identidad partidista está compuesto por sus documentos básicos y las plataformas electorales, y que en ellos existe un mensaje que transmiten a los ciudadanos. Estos documentos partidistas son de carácter público (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 42 aptdo.#2) y están a disposición de cualquier persona a través de la página electrónica del Instituto Federal Electoral (IFE) (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 42 aptdo. #2, incisos “a” y “f”), pueden ser leídos por cualquier persona que esté interesada en ellos, por tanto, el mensaje es inteligible a cualquier persona que quiera hacer un análisis de los mismos.

A continuación abordaremos el tema de cuáles son los medios de que disponen los partidos políticos para transmitir su mensaje institucional a los ciudadanos.

La CPEUM otorga a los partidos políticos, como una prerrogativa y un derecho, el uso permanente de los medios de comunicación social, específicamente a radio y televisión; el acceso al uso de estos medios se establece para precandidatos y candidatos (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 49 aptdo. #1 y #2). Es el IFE quien administra el tiempo que corresponde al Estado y les garantiza el ejercicio de este derecho, mediante reglas establecidas en el COFIPE. Entre otras cosas, los partidos políticos tienen derecho a emitir mensajes y programas de acuerdo a la ley (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 49 aptdo. #6), además están obligados a difundir, en radio y televisión, su plataforma electoral (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 38 aptdo. # 1 inciso

“j”). A estos tiempos se les conoce como los tiempos oficiales de difusión otorgados a los partidos políticos.

Los partidos políticos, precandidatos y candidatos, tienen un mensaje que transmiten a la población en general, sin embargo, es de esperarse que el mensaje esté dirigido a los ciudadanos pues son ellos los que finalmente acuden a votar en las elecciones, convirtiéndose en consumidores finales. La transmisión de los mensajes que un partido político emite, no se restringen a los medios como radio y televisión, sino que se debe considerar desde redes sociales, internet, folletos, panorámicos, artículos promocionales, panorámicos, telefonía, cine, teatro, o cualquier otra forma de divulgación., etc.

A los mensajes transmitidos a través de radio y televisión le llamaremos “mensaje mediático monitoreado” porque son los medios de difusión reconocidos por el COFIPE, que son supervisados y auditados por el IFE. A cualquier otro medio de transmisión de mensajes que el COFIPE no tenga contemplado le llamaremos “mensaje mediático no monitoreado”.

En la transmisión de un mensaje se debe considerar la fuente y el contenido. Cuando la fuente es el mismo partido político se le debe considerar como parte del mensaje institucional, pero cuando la fuente es desconocida, de otras personas u organizaciones ajenas al partido político se le debe considerar como mensaje público. Por otro lado, cuando el contenido del mensaje depende de la aprobación del partido político, lo vamos a considerar como “contenido controlado”, por el contrario, cuando no está bajo su aprobación lo llamaremos “contenido no controlado”, y puede provenir de organizaciones ajenas al partido político como agencias de noticias, periódicos, internet, cine, teatro, etc .

Finalmente, además de los documentos básicos y las plataformas electorales; el marco teórico de la imagen corporativa nos ha lleva a incluir dentro de nuestra investigación a los códigos de ética de ambos partidos, pues señala que las estipulaciones éticas, en

algunas ocasiones son parte del enunciado de la misión de las empresas; en otras ocasiones se toman como un elemento separado. Estos estándares de conducta constituyen el perfil de una compañía y sus valores (Garbett, 1991, págs. 14-22). Por lo que en esta investigación, el modelo de identidad partidista contiene un mensaje institucional que se compone por los documentos y los textos antes mencionados.

Los documentos básicos de los partidos políticos pueden actualizarse, sin embargo, el COFIPE no establece ninguna periodicidad. El código de ética, al ser considerado como un documento interno del partido y al carecer de un fundamento legal para su existencia, la actualización depende de cada dirigencia partidista. Por el contrario, las plataformas electores tienen que presentarse ante el IFE en cada elección en la que participe, generalmente es cada tres años, momento en el cual pueden ser actualizados.

El mensaje institucional que envían los partidos políticos a los ciudadanos, se compone por el mensaje de contenido controlado cuya fuente es la misma organización. Por la frecuencia con la que se actualizan los documentos básicos —los principios, los estatutos y el programa de acción del partido— y los códigos de ética, los hemos denominado largo plazo. Sin embargo, hay que reconocer que el caso del programa de acción, es un documento mixto que puede tener mensaje de largo y de corto plazo, de esta manera, los postulados deben contemplarse como de largo plazo, mientras que las propuestas como de corto plazo (Diputados, COFIPE, 2008) (Art. 26 aptdo. #1, incisos “a” y “b”).

El mensaje institucional catalogado como de corto plazo es el que está plasmado en las plataformas electorales y en el mensaje mediático, sea o no monitoreado. Uno de los retos en futuras investigaciones será determinar si el mensaje institucional que envían los partidos políticos es recibido en su justa dimensión o si tiene alguna distorsión, por tanto, podremos saber qué tan eficaz es la transmisión del mensaje y si éste es aprobado o no por los ciudadanos.

También podemos decir que el modelo de identidad partidista se compone por los documentos que está obligados a emitir, esto es, sus documentos básicos y sus plataformas electorales; el código de ética debe contemplarse como parte de este modelo con fundamento en la teoría de la imagen corporativa de las organizaciones.

3.9 LOS PARTIDOS POLITICOS EN EL ESTADO DE NUEVO LEÓN

El sistema de partidos en el estado de Nuevo León aunque legal y materialmente es multipartidista (Duverger, 1951, pág. 256), por los resultados electorales puede considerarse como dualista (Duverger, 1951, pág. 235).

En la tabla 7 se muestran los resultados electorales para renovar a los integrantes del Congreso del Estado de Nuevo León, desde 1985 hasta 2012, abarcando diez elecciones cada tres años. Podemos observar que el Partido Revolucionario Institucional y el Partido Acción Nacional obtienen en promedio el 87.79% de la votación estatal emitida

Tabla 7. Resultados electorales para renovar el Congreso del Estado de Nuevo León

Año	PAN	PRI o en alianza	Votación Emitida	Porcentaje de votación ambos partidos
1985	168,386	440,564	710,364	85.72
1988	169,820	477,066	681,825	94.88
1991	297,076	543,548	874,588	96.12
1994	608,981	664,358	1,443,247	88.23
1997	662,563	544,089	1,378,133	87.56
2000	727,555	584,018	1,522,528	86.14
2003	518,853	727,845	1,438,699	86.65
2006	738,206	645,259	1,746,796	79.20
2009	683,844	734,193	1,749,337	81.06
2012	802,649	744,251	1,982,375	78.03
Promedio de porcentaje de votación de ambos partidos				87.79
Fuente: Elaboración Propia a partir de libros de (1) Memorias y Estadísticas de los Procesos Electorales de 1985, 1988 y 1991 de la CEE. (2) Memorias de la Comisión Estatal Electoral de 1994, 1997, 2000, 2003, 2006. (3) De la página electrónica de la CEE en 2009 y 2012. (4) Información proporcionada por la CEE				

Durante las etapas tempranas para llevar a cabo la presente investigación, se realizó un estudio cualitativo que deseamos compartir, este incluyó analizar a los documentos básicos, la plataforma electorales y los códigos de ética del Partido Acción Nacional y el Partido Revolucionario Institucional. El motivo de reducir nuestro estudio a los documentos de estas dos organizaciones políticas es porque, en la delimitación de nuestro problema se circunscribe a medir el prestigio de los partidos en entre una población que manifiesta un interés en el Estado de Nuevo León. Los resultados electorales para renovar el Congreso del Estado de Nuevo mostrados anteriormente, nos dan el fundamento de esta decisión.

3.10 EL PODER LEGISLATIVO MEXICANO

Existen diversas formas de organizar al poder público. En el sistema presidencialista, el presidente de la república es, al mismo tiempo Jefe de Estado y Jefe de Gobierno. En el sistema parlamentario, estas figuras recaen en dos persona diferentes. En el primero la representación nacional se deposita en un poder legislativo, en el segundo recae en un parlamento.

Las diferencias entre un poder legislativo y un parlamento son variadas pero lo que podemos destacar son las siguientes dos: (1) En el sistema presidencialista el presidente tiene un gabinete al que se le llaman secretarías de estado, en el parlamentario estas funciones recaen en ministerios. (2) En el presidencialismo, los integrantes del poder legislativo no pueden, al mismo tiempo, ocupar la titularidad de una secretaría de estado, por el contrario, en el parlamentarismo, esto sí es posible, pues ejercen los ministerios gubernamentales.

Aquí describiremos, brevemente, la evolución del poder legislativo mexicano desde que se creó en el México independiente (Diputados C. d., 2014) hasta la conclusión de la presente investigación.

De acuerdo al artículo 50 de la CPEUM, el poder legislativo se deposita en un Congreso General, se divide en una cámara diputados y otra de senadores. Las

atribuciones del Congreso general están contempladas en el artículo 73. Las facultades exclusivas de la cámara de diputados están contenidas en el artículo 74 y las facultades exclusivas de la cámara de senadores están contempladas en el artículo 76.

El primer Congreso Constituyente se instaló el 24 de febrero de 1822, con apenas escasos ocho meses de duración, siendo su presidente el republicano D. Hipólito Odoardo, pues el 31 de octubre de ese mismo año fue disuelto por el entonces emperador Agustín de Iturbide.

Dos años más tarde, el 4 de octubre de 1824, durante el periodo presidencial del general Guadalupe Victoria, se implantó por primera vez en nuestro país el sistema bicameral vigente actualmente, cuando el Congreso General Constituyente sancionó los 171 artículos que componían la Carta Magna, quedando asentado en el artículo 6º que los poderes se dividirían y el Legislativo estaría integrado por dos Cámaras.

Dicho documento fue firmado, entre otros, por don Lorenzo de Zavala, quien fungía en ese entonces como presidente del Congreso, y algunos de los diputados constituyentes como don Miguel Ramos Arizpe, por el estado de Coahuila y Texas; don Carlos María de Bustamante, por el Estado de México; Ignacio Mora y Villamil y José María de Bustamante, por Michoacán; José María de Izazaga e Ignacio Rayón por el estado de Nuevo León; Fray Servando Teresa de Mier, por Zacatecas y don Valentín Gómez Farías.

Más tarde, con la promulgación de la Constitución de 1857 se suprimió el Senado y se estableció el Congreso unicameral, conformándose la I Legislatura, que abarcó del 7 de septiembre de 1857 al 17 de mayo de 1861, poco más de tres años y medio.

En 1874, ya como presidente Sebastián Lerdo de Tejada propuso la restauración del Senado de la República, que volvió a quedar constituido el 13 de noviembre de 1874, y el Congreso de la Unión quedó desde entonces en forma bicameral. El Senado

restablecido y constitucionalmente electo se instaló el 16 de septiembre de 1875, para el inicio de la VIII Legislatura.

En sus inicios, en parte debido a la efervescencia política que existía en nuestro país, la duración del periodo de las legislaturas era irregular, abarcando de uno a dos años y fue hasta la XXXVI Legislatura —1 de septiembre de 1934 al 31 de agosto de 1937—, estando en funciones el general Lázaro Cárdenas del Río, cuando se estableció de fijo un periodo de tres años, como sucede actualmente.

En toda su vida la Cámara de Diputados ha tenido varias sedes: la iglesia de San Pedro y San Pablo (1822); Palacio Nacional (1823 – 1872); Teatro Iturbide (1872 – 1909); Palacio de Minería (1909 -1910); Donceles (1911 - 1981); San Lázaro (1981 - 1989); Centro Médico (1989 - 1992); y San Lázaro (1992 hasta la fecha).

Actualmente la cámara de diputados está compuesta por 500 integrantes quienes son los representantes de la nación, la cual se renueva completamente cada tres años. 300 de los diputados son electos en distritos uninominales o por el principio de mayoría relativa y los otros 200 por el principio de representación proporcional (Diputados C. d., CPEUM, 2010). La legislatura que está en funciones la número LXII, el presidente de la mesa directiva es el Dip. José González Morfin y la conformación por partidos políticos se encuentra en la tabla 8.

Tabla 8. Conformación de la Cámara de Diputados en la LXII legislatura. 2012-2015			
Partido	Mayoría relativa	Representación proporcional	Total
PRI	164	49	213
PAN	52	62	114
PRD	59	42	101
PVEM	13	15	28
MOVIMIENTO CIUDADANO	8	12	20
PT	4	10	14
NUEVA_ALIANZA	0	10	10

Fuente: (Diputados C. d., 2014)

Aunque constitucionalmente la cámara de senadores está en el limbo jurídico pues no se establece explícitamente que son representantes de la nación, sus atribuciones son equiparables con los de un representante popular. Esta cámara está compuesta por 128 integrantes electos bajo tres principios. 64 de ellos son electos bajo el principio de la mayoría relativa, 32 son electos por el principio de la primera minoría y 32 son electos por el principio de la representación proporcional. La renovación de sus integrantes se hace cada seis años y coincide con el periodo que ejerce el poder ejecutivo federal. Las legislaturas que está en funciones son las número LXII y LXIII legislatura, el presidente de la mesa directiva es el Sen. Raúl Cervantes Andrade y la conformación por partidos políticos se encuentra en la tabla 9.

Tabla 9 . Conformación de la Cámara de Senadores en la legislatura LXII y LXIII. 2012-2018.

Partido	Mayoría relativa	Primera Minoría	Representación proporcional	Total
PRI	32	11	11	54
PAN	16	13	9	38
PRD	11	5	6	22
PVEM	4	1	2	7
PT	1	2	2	5
SIN GRUPO	N/A	N/A	N/A	2

Fuente: Elaboración propia a partir de <http://www.senado.gob.mx/?ver=int&mn=4&sm=3> y <http://www.senado.gob.mx/?ver=int&mn=4&sm=4>
 N/A: No aplica

3.11 LEGITIMIDAD Y PRESTIGIO

Cuando Sartori (1988) se expresa del poder político, recuerda a los filósofos que señalan que el vínculo de las sociedades políticas no lo proporciona el mando, sino la “obligación política”, llegando a la conclusión que los regímenes políticos están sostenidos por su legitimidad, y se ven socabados, sino es que destruidos, por una crisis de legitimidad (p. 59, 232). Sartori (2012) niega la existencia de la legitimidad que no sea democrática, categóricamente dice: “la legitimidad o bien es democrática o bien no lo es” (p. 56).

Hobbes (2001) menciona que la reputación de poder es poder, porque con ella se consigue la adhesión y afecto de quienes necesitan ser protegidos (p.69). Torcal señala que la confianza de los partidos políticos es una de las más importantes variables para medir la desafección institucional (Lavezzolo, 2008, pág. 78).

Sartori (1988) señala que existe una relación entre la legitimidad y el prestigio de la autoridad; que cuando la autoridad se entiende como una influencia moral, dicha autoridad está basada en el prestigio y la deferencia. Dentro de ese contexto, menciona que cuando la autoridad se basa en el prestigio, entonces puede concebirse que la autoridad y la legitimidad sean dos conceptos que están tan entrelazados que son como dos caras de una misma moneda por lo que la autoridad y la legitimidad se explican mutuamente (p. 233).

Vázquez Ferrel & et (2009) al señalan que el valor fundamental de la democracia es la igualdad política que consiste en que todos los ciudadanos tienen el mismo derecho a participar en la cosa pública, en los asuntos comunes. Menciona hay otros valores relacionados como son la participación ciudadana, responsabilidad cívica, autonomía personal, tolerancia y pluralidad, no violencia, diálogo y negociación, libertad de asociación, libre debate de las ideas, respeto a la legalidad, transparencia y rendición de cuentas. Sin embargo los estudios empíricos suelen concentrarse en el valor de la tolerancia y el valor del asociacionismo (p. 47) (Wolderberg & Salazar, 1997, pág. 47).

3.12 DEBATE Y DISCUSIONES

Para estudiar la interacción entre los ciudadanos y un partido político tendremos que adentrarnos a los estudios relativos a la cultura organizacional. Si pudiéramos conocer las características de la relación partido-miembro, —de los partidos con más electores—, entonces podríamos determinar qué es lo que cada uno de ellos puede ofrecerle a los ciudadanos.

La relación partidos-ciudadanos se puede refinar hasta la interacción entre la coalición dominante y los miembros, la cual se refiere a la forma en cómo las dirigencias partidos políticos administran y fortalecen sus lazos con los miembros. Esta interacción puede ser observada por el ciudadano-electador, y por tanto, volverse deseable o detestable.

Los ciudadanos-empadronados pueden ser clasificados según su actitud ante el voto como: “elector recurrente”, “elector no recurrente” y “ciudadano empadronado inactivo”^{xxiv}. El elector recurrente es aquel que acude siempre o casi siempre que es convocado a emitir su sufragio. El elector no recurrente es aquel que no siempre acude, a emitir su sufragio, cada vez que es convocado. Este fenómeno puede inferirse de los registros oficiales de la participación electoral, donde en México, las gráficas muestran picos de participación que dependen de si la elección es intermedia o general^{xxv}, siendo esta última donde se dan los más altos picos de participación. Por último, el ciudadano-empadronado inactivo es aquel que no acude nunca o casi nunca ante las convocatorias para la emisión del sufragio electoral.

Es necesario señalar que, hacer una distinción empírica en esta clasificación de electores es complicado porque cae dentro de un término cualitativo, y variará según se establezcan parámetros pragmáticos. Por ejemplo, un elector recurrente puede ser aquel que ha acudido más del 50% de las veces que se le ha convocado, o aquél que ha votado en las dos últimas convocatorias, etc.

Además de los simpatizantes fuertes o débiles que están identificados con un partido político en específico, puede existir el simpatizante independiente y el simpatizante negativo. El primero de ellos es aquel ciudadano que está consciente de cuáles son sus ideas personales, pero que de elección en elección busca la opción más cercana a su ideología y vota por esa opción, por tanto no siempre vota por el mismo partido.

El “simpatizante negativo”^{xxvi}, es aquel que puede o no declarar su preferencia o su voto hacia ningún partido político pero también puede declarar por cual nunca votaría. Generalmente, tanto el simpatizante independiente como el simpatizante negativo son

personas que tienden a analizar las opciones electorales y votan por el candidato y no por el partido, pero también es posible que voten por un mismo partido pero que no les agrada decir con cuál partido se identifican.

Al complementar la teoría de intercambio desigual con la teoría del empoderamiento y la utilización de la regla de la mayoría, podríamos inferir que un ciudadano, antes de ingresar a un partido político, se pregunta ¿Qué va a obtener a cambio de participar en esa institución?, es decir, cuál será el propósito significativo que le representará desviar, o tiempo o dinero o esfuerzo en favor del partido, a cambio de su participación, o también, ¿cuál será su nivel de empoderamiento?. Por tanto, el indicador a utilizar sería, la percepción que tiene la gente de cuál es el nivel de empoderamiento que le ofrece el partido político con el que se identifica, esto mediante la percepción de que el partido político le brinde un propósito significativo.

El propósito significativo podría estar vinculado a la recepción de un incentivo colectivo, como podría ser el participar, democráticamente, en la nominación de los candidatos a puestos de elección popular, lo cual implica la utilización de la regla de la mayoría o la recepción de un incentivo selectivo que podría ser una dádiva de carácter material — una despensa, una ayuda, material para construcción, un empleo, etc.—

Para determinar las características de la relación que se da entre una coalición dominante de un partido político y los miembros, sería necesario el acceso al padrón interno con el objeto de aplicarle un instrumento de medición, lo cual resulta complicado por la renuencia de algunas dirigencias de proveer sus padrones o porque simplemente no cuentan con uno actualizado y confiable.

Para observar dicha relación, sería muy complicado aplicar una encuesta a la población abierta, toda vez que sólo el 7% de los mexicanos forma o ha formado parte de un partido político, la cantidad de encuestas a aplicar y detectar a esos miembros partidistas, vuelve a este ejercicio sumamente desgastante. Por estas causas, tendremos que analizar si el contexto institucional actual, está diseñado para proveer

un propósito significativo, a los ciudadanos-electores, para que ingresen a un partido político, así como determinar si existen obstáculos que puedan ser removidos (Sartori, 1988, pág. 141) para facilitar el inicio de la relación entre una coalición dominante de un partido político y los miembros.

Los obstáculos que se pueden dar al momento que un ciudadano-elector pretende convertirse en miembro de un partido político, pueden ser (a) la gente no le tiene confianza a los partidos políticos, (b) no está interesado en la política, (c) no saben cómo afiliarse, (d) no saben dónde está la oficina en la que puede hacer el trámite de afiliación, (e) la gente no percibe el beneficio o ventaja de afiliarse, (f) la gente cree que sólo será utilizada políticamente, (h) La gente percibe que su afiliación se hará bajo un esquema de total subordinación y nada de empoderamiento.

Es posible que la desconfianza hacia los partidos políticos genere una percepción de rechazo y desinterés por registrarse en el padrón de miembros de un partido político. Entonces surge otra pregunta, pero antes debemos recordar que un instituto que goza de una amplia confianza ciudadana es el IFE, la pregunta es: si el padrón de simpatizantes de un partido político estuviera administrado y bajo resguardo del IFE, ¿Generaría esto confianza al ciudadano-elector para registrarse en el padrón de un partido político?.

Observe bien que hemos empleado la palabra simpatizante y no miembro, toda vez que uno puede ser el padrón de simpatizantes, administrado y resguardado por el IFE y otro el padrón de miembros, que sería un subpadrón del de simpatizantes, administrado y resguardado por los partidos políticos. Muy posiblemente este indicador tendrá un impacto en el prestigio de los partidos políticos. Se podría comparar el prestigio que se les asigna, a los partidos políticos, entre aquellas personas que si están interesadas en registrarse en el padrón de simpatizantes, si este es administrado por el IFE, y aquellos que no lo están.

Así mismo, el obstáculo que representa, no saber donde está ubicada la oficina del partido político al que alguien desea afiliarse, se podrá quitar si únicamente tiene que acudir a la oficina del IFE, toda vez que se espera que sea mucho más numeroso el contingente de personas que sepan donde están ubicadas las oficinas de esta última; las demás percepciones podrán combatirse cuando se quite de por medio la falta de confianza, ya no digamos en los partidos políticos, sino en la integración de los padrones de simpatizantes y los ciudadanos perciban el acceso a un incentivo colectivo que puede ser participar, sistemáticamente bajo la regla de la mayoría. Por tanto, sería conveniente realizar investigaciones sociales para detectar cuál es el principal incentivo colectivo y cuál es el propósito significativo que la gente más desearía tener al alcance para ingresar a las filas de un partido político.

3.13 CONCLUSIONES

En este capítulo hemos presentado datos correspondiente los estudios empíricos sobre cultura política en México. Por esta información podemos deducir que la relación, entre los ciudadanos con los partidos políticos y el Poder Legislativo, está sumamente deteriorada, determinar las causas de este deterioro equivale a determinar las causas de la deslegitimación de la democracia.

La descripción del recurso humano que integra a un partido político, es interesante pues dentro de la lista de personas que forman parte del padrón a ser sometidas a nuestro instrumento de medición, seguramente hay personas que son miembros o militantes de algún partido político, otros serán simplemente electores o ciudadanos empadronados que tienen una actitud positiva hacia la participación en las cuestiones públicas.

También hemos presentado la teoría que relaciona la legitimidad de las organizaciones con el prestigio que el entorno les otorga y los valores relacionados con la democracia de la democracia.

Además hemos profundizado en los principales elementos teóricos que se deben tener en cuenta al momento de estudiar a los partidos políticos y al poder legislativo.

Se presentado un panorama actual de los partidos políticos tanto en México como en el Estado de Nuevo León, así como el contexto actual del Poder Legislativo mexicano.

Todo lo anterior nos ayudó a comprender a los partidos políticos como organizaciones y por tanto a poder plantear las preguntas de nuestra encuesta de opinión. También, se hizo una reseña histórica que culmina con la descripción actual del poder legislativo mexicano.

CAPÍTULO 4: LA REPUTACIÓN CORPORATIVA Y LA IMAGEN CORPORATIVA

4.1 ANTECEDENTES

La gestión recursos intangibles en las organizaciones se ha englobado en el marco teórico de la reputación corporativa. En el actual modelo de economía de mercado, la venta de servicios se basa en “valores inmateriales”, los cuales son difícilmente demostrables, experimentales y evaluables en sus prestaciones y su grado de calidad (Costa, 2003, pág. 59). La reputación empresarial surge de la combinación compleja de un conjunto de activos intangibles (De Castro, 2008, pág. 13). Las corporaciones que estén interesadas en capitalizar su reputación tienen que hacerse más sensibles a la forma cómo manejan sus relaciones, tanto con clientes como los proveedores (Garbett, 1991, pág. xix).

Martínez & Olmedo (2010) y Fong Reynoso (2009), mencionan que la reputación empresarial es un concepto multidimensional que ha sido analizada como un recurso estratégico, una capacidad corporativa, un activo intangible y una fuente de ventaja competitiva.

Martínez & Olmedo (2010) señalan que entre los investigadores que la han abordado como fuente de ventaja competitiva, están Barney (1991) (2001), Grant (1991), Hall (1992), Amit y Schoemaker (1993), Peteraf (1993), Teece (1997), Martín y López (2004), Borraz y Fuentelsalz (2005).

Entre quienes la han abordado como recurso estratégico, capacidad corporativa y un activo intangible, mencionan a Hall (1992 y 1993), Fombrun (1996), Harvey y Lush (1999), Rodríguez (2004), Weigelt y Camerer (1988); Dollinger y otros (1997); Roberts y Dowling (2002), De Quevedo (2001) (2003); Martin y otros en 2006.

Sin embargo, es Chun en el 2005, quien identifica tres dimensiones que conforman la reputación corporativa, (1) La imagen, entendida como la percepción externa que tienen los grupos de interés de la organización, especialmente consumidores; (2) la

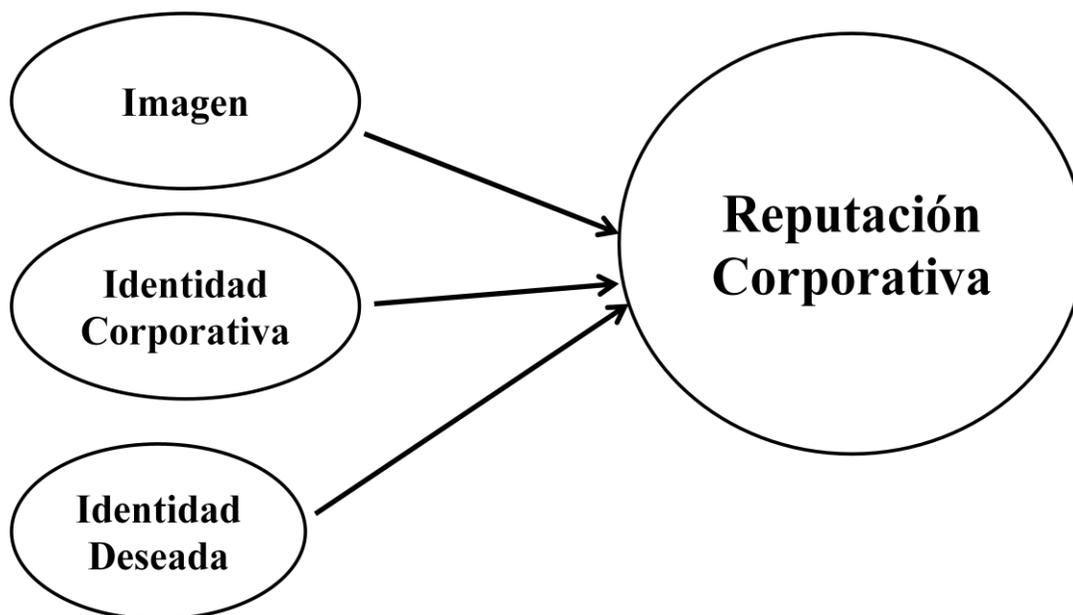
identidad corporativa, es decir, la opinión de los miembros que forman parte a nivel interno de la empresa, y (3) la identidad deseada, se refiere a cómo los directivos de la firma quieren que ésta sea vista (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68) vease Tabla 10.

Tabla 10. La Reputación Corporativa y sus Dimensiones

<p>Reputación Corporativa: Es la suma de la identidad, la imagen corporativa, las percepciones, creencias y experiencias que los sujetos de los grupos de interés han ido relacionando con la empresa a lo largo del tiempo (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 62).</p> <p>Es el resultado de un proceso de legitimación en el que determinados agentes internos y externos evalúan múltiples aspectos de la empresa que van desde sus actividades desarrolladas en el pasado, los recursos y capacidades disponibles en el presente y las perspectivas futuras de desempeño que son necesarias para la creación de valor y obtención de rentas (De Castro, 2008, pág. 31)</p>
<p>La imagen, entendida como la percepción externa que tienen los grupos de interés de la organización, especialmente consumidores. (Chun 2005) (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68)</p> <p>La imagen de empresa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad (Costa, 2003, pág. 53).</p>
<p>La identidad corporativa, es decir, la opinión de los miembros que forman parte a nivel interno de la empresa. (Chun 2005) (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68).</p>
<p>La identidad deseada, se refiere a cómo los directivos de la firma quieren que ésta sea vista. (Chun 2005) (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68).</p> <p>Garbett se refiere como una misión corporativa acordada (Garbett, 1991, pág. 14).</p>
<p>Fuente: Elaboración propia a partir de (Martínez & Olmedo, 2010) y (De Castro, 2008)</p>

La representación gráfica de lo expuesto por Chung correspondería a la Figura 9.

Figura 9. Modelo Gráfico de la Reputación Corporativa



Fuente: Elaboración propia a partir de (Martínez & Olmedo, 2010)

La similitud semántica entre los conceptos de reputación y prestigio nos llevó a revisar el estado del arte. Se encontró una amplia literatura de aplicación del concepto reputación en la empresa privada (Martínez & Olmedo, 2010). En cuanto al concepto de prestigio, se pudo observar que la literatura es considerablemente más limitada, encontrándose su aplicación en Escuelas y Universidades (Volkwein & Sweitzer, 2006).

Sartori (1988) ha relacionado teóricamente el concepto prestigio con de la legitimidad de las instituciones públicas y la autoridad del poder público (p. 233). También ha argumentado que el sistema político es un orden organizado mientras que el sistema económico es un orden espontáneo; y por tanto no son la misma cosa (Sartori, 2012, págs. 85-86). A su vez, se encontró que se ha medido, empíricamente, la legitimidad de los partidos políticos y el poder legislativo (Latinobarómetro, 2010, págs. 23-31). Hobbes (2001) señala que la reputación de poder es poder, porque con ella se consigue la adhesión y afecto de quienes necesitan ser protegido (p.69)

Concluimos que el marco teórico de la reputación corporativa abarca, principalmente, el sistema de mercado y que al ampliar esta teoría al sistema político debe considerar más factores que actualmente no son tomados en cuenta

Esto nos ha llevado a considerar las siguientes propuestas. Primero, proponer la conveniencia de separar teóricamente, los conceptos de reputación y prestigio, dejando el concepto ya ampliamente utilizado como reputación corporativa para que sea aplicado a las organizaciones que participan dentro de un sistema de orden espontáneo, es decir, el sistema de mercado. Segundo, se propone adoptar el concepto de prestigio institucional para que sea aplicado a las organizaciones que participan dentro de un sistema de orden organizado como lo es el sistema político. Finalmente, se propone utilizar los avances que se han tenido en las investigaciones referentes a la reputación corporativa y adaptarlas al prestigio institucional de los partidos políticos.

4.2 REPUTACIÓN CORPORATIVA

En La revisión teórica de la reputación corporativa en el entorno empresarial que realizaron Martínez y Olmedo (2010) (p.62) hacen referencia a Fombrun y Rindova (1994), así como a Rao (1994), quienes señalan que la reputación es un activo de construcción y validación social, que es creada y mantenida a través de un proceso de legitimación, entendido esto último como la capacidad para obtener y acumular premios y distinciones públicas, de forma que las organizaciones son legítimas cuando son aceptadas por el entorno que las rodea.

De Castro (2008) por su parte, menciona que la reputación corporativa es el resultado de un proceso de legitimación en el que determinados agentes internos y externos evalúan múltiples aspectos de la empresa que van desde sus actividades desarrolladas en el pasado, los recursos y capacidades disponibles en el presente y las perspectivas futuras de desempeño que son necesarias para la creación de valor y obtención de rentas (p.31).

Se han localizado estudios empíricos que miden el prestigio y la reputación institucional entre Universidades de Investigación y Colegio de Artes Liberales (Volkwein & Sweitzer, 2006). Este estudio no presenta una definición separada de ambos conceptos, por lo que se pueden considerar como sinónimos.

Villafañe (2005-2006) señala que el concepto de la reputación corporativa es tan relevante en el mundo del *management*, que ha sido comparada, con lo que hace dos décadas supuso la gestión de la calidad (p.22), sin embargo, Villafañe utiliza la reputación y el prestigio como dos conceptos que son sinónimos y no propone si deben ser considerados teóricamente como diferentes.

Esta misma situación de ambigüedad puede apreciarse en el artículo de Argáez (Argáez Huante, 2009, pág. 21) pues señala que parte de los recursos intangibles de una empresa son la reputación o prestigio corporativo, sin mencionar si existe alguna diferencia conceptual.

Martínez & Olmedo (2010) aceptan que la definición del concepto de reputación corporativa es una tarea difícil y mencionan que la segunda acepción que la Real Academia Española es que la reputación “es el prestigio o estima en que son tenido alguien o algo” (Martínez & Olmedo, 2010). Por tanto, podemos decir, que hasta este momento, los conceptos de reputación y prestigio, se han tomado como sinónimos.

Al observar las referencias bibliográficas de los diversos estudios a los que se ha tenido acceso, podemos observar que el concepto de reputación se ha utilizado con mucho más frecuencia en el contexto de las organizaciones que participan en el contexto del sistema de economía de mercado, no así para las organizaciones que participan en el contexto del sistema político. La forma que este concepto ha tomado a través del tiempo es el de reputación corporativa.

Villafañe (2005-2006) señala que la reputación se caracteriza por la asunción de la ética y la sostenibilidad. Que en el mundo empresarial ya no es suficiente considerar el retorno de la inversión y la maximización del beneficio, sino también se debe considerar el retorno para otros *stakeholders*, con los cuales se debe dialogar. Menciona que según el *Global Awareness Tracking 2005 de Accenture*, el 61% de los altos directivos empresariales, en los ocho principales países del mundo, estaba preocupado por la reputación corporativa; solamente superada por la salud de la economía global (75%) y por los problemas relacionados por la competencia (71%). La investigación hecha por Villafañe & Asociados en el 2004, titulada *Cómo valoran la reputación los CEO en España*, indica que el responsable último de la reputación corporativa debe ser el primer ejecutivo de la compañía.

Villafañe (2005-2006) menciona que la *Economist Intelligence Survey 2004 de Pricewaterhouse Cooper* señala al riesgo reputacional como la primera amenaza para la valoración del mercado entre un total de once riesgos. Villafañe indica que el origen de la pérdida de prestigio de las grandes corporaciones, anteriormente admiradas, apunta hacia el divorcio entre los objetivos sociales y los corporativos.

Recuerda que la exigencia de maximizar el beneficio del capital produjo un cierto desequilibrio en el corpus axiológico de esas corporaciones. Agrega que para que una empresa tenga buena reputación no solo necesita tener un excelente retorno de inversión sino hacerlo de manera sostenible y ello implica una visión ética de los negocios. Puntualiza que la reputación corporativa debe armonizar con las variables duras del *management* empresarial: los resultados económicos y la competitividad de la oferta comercial, con las variables blandas: calidad laboral y responsabilidad corporativa. Señala que el respeto a los principios morales y éticos se han convertido en una *coditio sine qua non* para el éxito a largo plazo de los negocios (Villafañe, 2005-2006).

Villafañe (2005-2006) señala que la Markética se refiere a la incorporación de la ética como un elemento más del *mix* de marketing. Este término trata de diferenciar el uso de la ética con fines comerciales pero legítimos, de aquellos otros comportamientos corporativos guiados realmente por valores y compromisos explícitos plasmados, fundamentalmente, en códigos de conducta. Añade que las personas quieren sentirse orgullosas de sus instituciones y de sus líderes, demandando valores y comportamientos éticos, como lo señala una investigación sobre reputación interna.

Villafañe (2005-2006) recomienda que las empresas deben hacer un triple balance de su actividad: económico, social y ambiental, y que este último concepto es mejor conocido como sostenibilidad, en alguna veces sustituye al concepto de responsabilidad corporativa; pues incluso la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) define la sostenibilidad como: el compromiso con el modelo de desarrollo sostenible, el cual puede alcanzarse por medio de la responsabilidad social corporativa.

Villafañe (2005-2006) sostiene que no existe ningún obstáculo serio para identificar la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. De esta manera, la responsabilidad corporativa exige una manifestación expresa de los compromisos de la empresa con

sus *stakeholders* y algún sistema de verificación de su cumplimiento. Además, señala que la reputación nace del reconocimiento que los *stakeholders* hacen del comportamiento de una empresa y ese reconocimiento se ve enormemente favorecido cuando la rendición de cuentas de esa empresa, sobre sus compromisos, está facilitada mediante algún sistema de control ejercido por una instancia independiente.

Señala que las empresas deben tener ahora una lógica plural, por lo que debe mantener un diálogo con los grupos de interés de la compañía, y para eso requiere la creación de un marco estable que promueva una relación con cada *stakeholder*. Termina mencionando que la reputación corporativa integra tanto variables fuertes del *management*: resultados económicos, calidad de la oferta comercial, innovación e internacionalización, como las variables débiles: calidad laboral, ética y responsabilidad corporativa (Villafañe, 2005-2006).

Por su parte, Argáez (2009) menciona que la literatura señala, a la reputación, como una de cuatro dimensiones que ayudan a las empresas a valorar sus ventajas competitivas y sus movimientos en el mercado, las otras tres son su tamaño, diversas características estructurales y la composición del equipo directivo. Menciona que dentro de los recursos intangibles más valiosos de una empresa está la reputación o prestigio corporativo, además de las patentes, licencias, contratos, procedimientos, conocimientos técnicos, las marcas y las franquicias. Señala que la reputación está basada en la idea que, de la empresa, tengan sus empleados, sus clientes, sus accionistas y otros propietarios con derecho a participar de los beneficios generados por la misma.

De esta manera, Argáez (2009) se apega a la teoría de recursos y capacidades, y señala que la reputación es un activo que se debe construir tal como los valores, la cultura, las experiencias de la organización y la identidad. Menciona que la literatura de estrategia indican las características que deben tener los recursos, si es que se desea proveer una ventaja sostenible, y concluye que (1) la reputación debe permanecer en el tiempo como un atributo positivo que le permita generar beneficios económicos, (2) La

reputación no puede ser comprada pero puede ser dañada con facilidad, (3) La reputación usualmente es el producto de años de demostrar una competencia superior, es un recurso frágil, que toma tiempo en crearse y que por ende no puede imitarse y (4) Un producto nuevo, con gran innovación tecnológica, se verá impulsado fuertemente si es desarrollado por una empresa que tenga una reputación positiva.

Argáez (2009) agrega que el valor principal de la reputación es de carácter externo; que las empresas deben considerar no solo su imagen externa; que las reputaciones corporativas fuertes se construyen de adentro hacia afuera, ya que la identidad se basa en factores de quién es la empresa, qué valores defiende y cuál es su finalidad.

Por tanto, entre más transparente sea la forma en cómo la empresa lleva a cabo su negocio mayor es la probabilidad que se sea percibida como genuina y creíble. Señala que la reputación se liga con la calidad, y aunque son conceptos diferentes, actualmente la calidad ya no constituye una ventaja competitiva pues ya forma parte de la percepción que el mercado tiene respecto a las ventajas y beneficios de los productos movidos por su publicidad. Esto ocasiona un conflicto porque la competitividad ya no se asocia a la empresa con la idea de ser el mejor por el producto que fabrica sino que implica ser el mejor en base a la reputación que ha logrado mantener y que en ocasiones no corresponde al producto que ofrece (Argáez Huante, 2009).

Argáez (2009) (p.23) nos recuerda que Fombrum señala que los factores de la reputación son (1) la distinción, que es cuando las compañías colocan una diferencia en la mente de los compradores; (2) la autenticidad, fortalece la reputación cuando las entidades son genuinas; (3) la transparencia se ve presente en los asuntos de la empresa ya que ésta requiere de comunicación: empresas con una fuerte reputación son más visibles alrededor de todos los medios y (4) la consistencia tiene que ver con que las compañías centren sus acciones y comunicaciones alrededor de un tema o idea base. Por otro lado, señala que en un entorno económico de gran oferta de productos y servicios similares en calidad y precio, no será el “producto” el que

determine el éxito de la empresa, sino la capacidad de hacer realidad el compromiso que encierra la reputación corporativa, por lo que al final, la competencia real en los mercados será entre reputaciones de las compañías.

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación se refiere mucho más que a la imagen pública o externa de una organización, que incluye la imagen interna que los empleados, accionistas, proveedores y demás grupos de interés tengan de la misma. Aceptan que la reputación es un concepto difícil de definir porque no existe un consenso en la literatura y por su proximidad con otros términos como la identidad y la imagen corporativa; también por su intangibilidad y su dimensionalidad. Mencionan que la segunda acepción que la Real Academia Española ofrece de la reputación es el «prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo».

Martínez & Olmedo (2010) presentan el desarrollo del concepto reputación a lo largo del tiempo, mencionando a autores como Weigelt y Camerer (1998), Podolny (1993) y Fombrun (1996). Este último establece que los elementos básicos que componen la reputación son: la actuación pasada de la empresa, las expectativas de futuro, la admiración que despierta, la comparación con los rivales y la percepción.

Martínez & Olmedo (2010) enfatizan a la percepción como un elemento básico de la reputación, señalando que es una de las conclusiones de Fombrun (1996), confirmándose con las aportaciones de Weiss, Anderson y MacInnis (1999) y Rodríguez (2004). Los primeros entienden la reputación como: una percepción global de alcance por la cual una organización es ayudada a conseguir mayores estimaciones o respeto, mientras que para Rodríguez es: una percepción que se tiene desde el exterior de la empresa sobre una o varias cualidades de ésta.

Martínez & Olmedo (2010) presentan las tres escuelas de pensamiento de Chun, (1) La evaluativa, donde la reputación se estima según el valor financiero o los resultados económicos de la empresa en el corto plazo, centrándose en la percepción que tienen los inversionistas o directivos de las empresas, como sucede en los índices elaborados

por Fortune. (2) La impresional, que evalúa la reputación a partir de las impresiones obtenidas de trabajadores o consumidores a través de entrevistas, centrándose sólo en un grupo de interés, y (3) La relacional, en donde la reputación es el reflejo de las apreciaciones de los distintos grupos de interés, tanto internos: directivos, trabajadores, como externos: consumidores, usuarios.

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la mayoría de los estudios consideran a la reputación desde una perspectiva relacional debido a que se entiende como un activo de construcción y validación social, que es creado y mantenido a través de un proceso de legitimación, donde los grupos de interés en las empresas son sujetos fundamentales.

Martínez & Olmedo (2010) nos presentan las diversas definiciones sobre la reputación. Post y Griffin (1997) la definen como: una síntesis de opiniones, percepciones y actitudes de los grupos de interés de una organización, incluyendo empleados, clientes, proveedores, inversores y la comunidad. Ferguson y otros (2000), la definen como: el conocimiento de las verdaderas características de una empresa y las emociones que hacia ella sienten los *stakeholders* o grupos de interés de la misma. Arbelo y Pérez (2005), la definen como: el reflejo que una sociedad tiene, al mismo tiempo, de cómo la ven los grupos de interés y como (*sic*) lo expresan a través de sus pensamientos y palabras.

Martínez & Olmedo (2010) concluyen que la reputación se trata de la suma de la identidad, la imagen corporativa, las percepciones, creencias y experiencias que los sujetos de los grupos de interés han ido relacionando con la empresa a lo largo del tiempo. Debido a la importancia fundamental que los grupos de interés juegan en la reputación, hay autores como Groeland (2002), que lo llevan a afirmar que: la reputación corporativa es un concepto básicamente emocional, difícil de racionalizar y de expresar con palabras.

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación ha sido estudiada desde distintas aproximaciones teóricas como la teoría de costes de transacción, la teoría de juegos, la teoría de la eficacia organizativa, la teoría de la información, la teoría de agencia y, la teoría de recursos y capacidades. Ellas se centran en la teoría de juegos, la teoría de la información y, la teoría de recursos y capacidades.

Desde la teoría de juegos, Martínez & Olmedo (2010) señalan que el comportamiento que maximiza la utilidad esperada a la largo de la vida de la empresa es la noción del equilibrio; que la propuesta de Nash es la solución más común, pero que fueron Kreps y Wilson (1982), quienes introdujeron el equilibrio secuencial, el cual implica que un jugador elige sus acciones futuras en función de sus creencias sobre las acciones previas y sus conjeturas sobre las futuras acciones de los rivales; las creencias provienen de fuentes de información incompleta.

Por tanto, el comportamiento basado en las acciones pasadas es una parte de la reputación. De esta manera, la creación de la reputación se plantea como una opción para influir tanto en las acciones propias como en las de los competidores. Además, si existe una reducida cantidad de incertidumbre sobre los tipos de jugadores —empresas—, se puede inducir un comportamiento racional en base a la creación de reputación.

La teoría de juegos y la de información se relacionan dado que la teoría de juegos parte de la desigualdad de la información de la que dispone cada individuo o grupo. La teoría de la información parte de la base, que en cualquier caso, en el entorno actual, se produce una asimetría de la información, es decir, determinados agentes del mercado tienen más y mejor información que otros, de manera que la falta de información puede conducir a una selección adversa. Por ello, a las compañías les interesa crear incentivos, señales e instrumentos adicionales —como la reputación— para tratar de convencer de forma racional a los clientes, actuales y potenciales, de que compren o utilicen sus productos y/o servicios.

Por otro lado, si una empresa tiene una reputación de depredador, basada normalmente en la fijación de precios bajos, tenderá a disuadir, a las empresas entrantes, para ingresar en su mercado. Pero si tiene una reputación de debilidad, basada en altos costos de las materias primas, alto poder de los compradores, etc., pueden darse dos cosas, que se perciben bajos márgenes o se percibe que la firma es fuerte dentro de ese sector, en ambos casos, disuade la entrada de nuevas empresas.

Por todo esto, la inversión realizada por las empresas establecidas para sostener o incrementar su reputación será muy valiosa pues disuadirá a las empresas que desean entrar el mercado. Estos enfoques llevan a ver a la reputación como un activo valioso con el enfoque de la dirección estratégica relacionándose con la teoría de los recursos y capacidades.

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la teoría de recursos y capacidades ayudan a entender a la reputación, como un recurso, una capacidad organizativa y un activo intangible que puede generar una ventaja competitiva. Menciona que diversos autores consideran a la reputación como recurso y otros como capacidad.

La reputación como capacidad cumple básicamente con dos características, (a) heterogeneidad y (b) movilidad imperfecta. La heterogeneidad se da porque la empresa se construye o acumula por un conjunto único de recursos, dentro de un contexto histórico y en circunstancias únicas que no se volverán a repetir, por tanto, no es algo que surge espontáneamente, sino que necesita tiempo para conseguirse, lo que implica el análisis del pasado, del presente y también de la proyección futura. En cuanto a la movilidad, se refiere a que los activos no se pueden transferir, vender, adquirir o comercializar, puesto que son intrínsecos y propios a la firma (Martínez & Olmedo, 2010).

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación tiene una complejidad social y ambigüedad causal, donde los grupos de interés, internos y externos, son sujetos

fundamentales, y su ambigüedad deviene de los múltiples factores específicos e históricos de los cuales depende.

Martínez & Olmedo (2010) mencionan que la reputación es una fuente de ventaja competitiva que cumple con las cualidades de un recurso estratégico: (i) valor o relevancia, (ii) escasez, (iii) carácter específico, (iv) complejidad, (v) lenta acumulación y (vi) complementariedad. De esta manera, Martínez & Olmedo parten de la base de considerar, a la reputación, como un recurso.

Todo esto nos lleva a considerar a la reputación como una capacidad corporativa, recurso estratégico, activo intangible y fuente de ventaja competitiva de acuerdo a la figura 10.

Figura 10. Enfoques de estudio de la reputación corporativa.



Figura 10. Fuente: Elaboración propia. Adaptado de (Martínez & Olmedo, 2010)

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación se puede considerar como un recurso intangible pues cumple con las características planteadas por diversos autores: (1) es un activo raro, (2) de difícil imitación o replicación, (3) compleja, (4)

multidimensional, (5) necesita bastante tiempo para acumularse, (6) específica para cada empresa, (7) difícilmente manipulable, (8) no tiene límites en su utilización y (9) no se deprecia con su uso o si lo hace es a tasas muy reducidas.

Martínez & Olmedo (2010) concluyen que la reputación es un recurso estratégico, una capacidad dinámica y un activo intangible, pero que esto no garantiza la creación y sostenimiento de ventajas competitivas, que son condiciones necesarias pero no suficientes para alcanzarla ya que es necesario que la firma tenga una *capacidad organizativa* que le permita explotar todo el potencial de ese activo.

Además de las características anteriores, Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación se puede considerar como capacidad organizativa por (a) su *dificultad de manipulación por parte de la propia empresa*, debido a su lenta acumulación, múltiples dimensiones y su dependencia de los grupos de interés; (b) *su carácter tácito*, pues es el resultado de percepciones subjetivas de los agentes de los grupos de interés que la evalúan; (c) sus circunstancias históricas únicas; y (d) *requiere coherencia y continuidad*; coherencia para adecuar toda la actividad de la organización a una pautas de conducta bien definidas y continuidad para asentar en la propia empresa y en su entorno que la compañía es fiable.

Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación empresarial es un concepto multidimensional. Que Weigelt y Camerer (1988) identificaron tres dimensiones de la reputación. (1) La reputación de la empresa, entendida como la información a la firma, que incluye la localización, capacidades directivas, estrategia, posición financiera o responsabilidad social. (2) Reputación del producto o servicio, referida a la percepción pública de la calidad y (3) Reputación asociada a la cultura organizativa, es decir, el entorno del trabajo, los valores, las premisas, los símbolos y creencias que forman parte de la empresa.

Dollinger et al (1997) diferenciaron tres dimensiones (1) reputación de la dirección, (2) reputación financiera y (3) reputación de la calidad del producto, está última ya

considerada por Weigelt y Camerer. Roberts & Dowling (2002) dividieron la reputación financiera en reputación financiera previa y la reputación relativa o residual, la primera es aquella que es pronosticada por los resultados financieros obtenidos con anterioridad y la segunda es independiente de la historia financiera de la organización. Con esta desagregación se mostró claramente la relación que existe entre desempeño económico financiero y su reputación.

De Quevedo (2001) (2003) distingue dos dimensiones, (1) la reputación interna, que está relacionada con la percepción de la actividad y comportamiento de la empresa por los grupos de interés empresarial: trabajadores, directivos, accionistas, clientes y aliados; y (2) la reputación externa, que es la percepción de la actividad de la empresa de los grupos de interés externos, la sociedad en general.

Martín et al (2006) diferencian entre reputación de negocio y reputación social, siendo conceptualmente similares a la reputación interna y externa propuesta por De Quevedo. Finalmente, Chun en el 2005 identifica tres dimensiones que conforman la reputación corporativa, (1) La *imagen*, entendida como la percepción externa que tienen los grupos de interés de la organización, especialmente consumidores; (2) La *identidad corporativa*, es decir, la opinión de los miembros que forman parte a nivel interno de la empresa, y (3) la *identidad deseada*, se refiere a cómo los directivos de la firma quieren que ésta sea vista (Martínez & Olmedo, 2010).

Martínez & Olmedo (2010) señalan que cuando la reputación se considera como un activo intangible supone una mejora en (a) el desempeño financiero, entendido como competitividad, rentabilidad, riesgo de inversión y perspectivas de crecimiento; (b) el atractivo emocional, es decir, el respeto admiración y confianza, destacando de este último aspecto la honestidad y benevolencia de la compañía; (c) la *visión y liderazgo*, representados por estilos de dirección más abiertos; (d) el entorno de trabajo, con climas de trabajo menos autoritarios y cambios del entorno; (e) la responsabilidad social corporativa, contribuyendo a causas caritativas, desarrollando productos no contaminantes, ofreciendo igualdad de oportunidades en el trabajo o creando, dentro

de los beneficios de la reputación, fundaciones; y (f) *los productos y servicios*, pues la reputación es una de las formas de conocer la calidad e innovación de los mismos.

Las mejoras anteriormente señaladas por Martínez & Olmedo (2010) proporcionan al menos nueve beneficios estratégicos valiosos, (1) la empresa podrá incrementar sus precios; (2) permite reducir costos de transacción, habrá mayor coordinación con los proveedores; (3) la empresa tiene un acceso favorable al mercado de capitales; (4) se contratan trabajadores mejor preparados y en mejores términos; (5) permite crear barreras de entrada a la competencia; (6) le da a la empresa una mayor posibilidad de diversificarse; (7) reducción de la asimetría de información o de información incompleta; (8) genera una mayor lealtad por parte de los consumidores; y (9) posibilita llegar nuevos consumidores e influir en ellos, pues la reputación es una garantía para el cliente cuando éste está poco implicado en la compra.

Martínez & Olmedo (2010) explican que la consideración de la reputación como un recurso estratégico, una capacidad dinámica y un activo intangible permite observar que: (1) las empresas pertenecientes a un mismo sector no son iguales en cuanto a recursos y estrategias disponibles; (2) las diferencias entre empresas se mantienen en el largo plazo; y (3) la existencia de heterogeneidad entre empresas en cuanto a los recursos que controlan explica los diferentes resultados obtenidos por cada una de ellas, e implica que numerosos estudios confirmen la asociación de unos beneficios o resultados financieros esperados con una buena reputación.

Martínez & Olmedo (2010) señalan diversos estudios entre los que destacan los de Milgrom & Roberts (1992), quienes identificaron la reputación como un medio de hacer frente a posibles amenazas y debilidades, al considerar que la reputación es la calidad de los productos y servicios ofrecidos por la empresa. En 1988 McGuire, Sundgren y Schneeweiss relacionaron los altos *ratios* de retorno de activos de las empresas con un elevado grado de reputación en cuanto a responsabilidad social; llevando a Fombrun & Shanley (1990) a establecer que los resultados empresariales no sólo se fundamentan en los activos que posee una empresa, sino también dependen de la reputación pública

de la compañía, por lo que ésta debe ser un constructo que permita incluir criterios económicos y no económicos.

Tanto Podolny (1993) como Fombrun (1996), respectivamente establecieron que una buena reputación mejora la habilidad de la empresa para sostener resultados financieros superiores en el tiempo. Schultz et al (2000) demostraron empíricamente que el rendimiento financiero es el atributo que más influye sobre la reputación.

Roberts & Dowling (2002) afirmaron que “los buenos resultados financieros contribuyen a una buena reputación, lo que permite que la rentabilidad media superior persista en el tiempo”. Estas dos últimas investigaciones llevan a la conclusión hecha por McGuire et al (1990) en donde ambas variables se influyen mutuamente, de forma que los resultados financieros de una firma afectan a su reputación, y a su vez, la reputación afecta a los resultados económicos de la entidad; Martínez & Olmedo (2010) ofrecen diversas referencias que confirman ambos resultados.

Finalmente, Fernández & Luna (2007) demostraron empíricamente que existe una relación positiva, aunque no lineal, entre la reputación y los resultados financieros, partiendo de la idea de que la actuación social de la empresa, que es el resultado de la reputación de la misma, incide en el rendimiento financiero; ambos concluyeron que los resultados financieros de una compañía mejoran con la buena reputación de ésta, hasta un cierto nivel, en el que una mayor reputación no va a incidir en una mayor rentabilidad —rendimientos a escala decrecientes—.

Además verificaron que el proceso de creación de valor de las empresas por medio de su reputación es moderado o influenciado por una serie de factores contingentes: (a) la mayor intensidad en la estrategia de diferenciación, aumenta ligeramente la reputación, y por tanto el desempeño financiero; (b) cuanto más competitivo sea un sector, más significativa será la reputación y más afectará sus resultados; y (c) cuanto mayor sea el poder de los *stakeholders* respecto de una compañía, menor será la intensidad de la relación entre reputación y resultados financieros (Martínez & Olmedo, 2010).

Dentro de sus conclusiones, Martínez & Olmedo (2010) señalan que la reputación no se deriva de la fama que pueden proporcionar espectaculares campañas de marketing de tipo puntual, sino que surge de un largo proceso de acumulación, que es difícil gestionar y de controlar, construyéndose sobre unas circunstancias únicas que difícilmente se volverán a repetir o se van a poder cambiar; y que tienen un gran influencia sobre la trayectoria presente y futura de la organización.

Por esta razón, los directivos deben identificar los beneficios derivados de la reputación corporativa que les interesan en mayor medida y conocer las dimensiones sobre las que pueden incidir según su situación actual. Señalan que la reputación corporativa no es un estatus que se logra y en el que se permanece indefinidamente, sino que debe ganarse día a día con esfuerzo y perseverancia debiendo crear una serie de mecanismos y procesos de respuesta adecuados que eviten la pérdida de reputación de la entidad y, que sobre todo, la mantengan e incluso la incrementen.

En la disertación hecha por Martínez & Olmedo (2010) logra apreciarse que los conceptos reputación y prestigio se entrelazan y se separan, en ocasiones como sinónimos y en ocasiones como cosas diferentes. Un ejemplo de sinónimo es cuando hacen referencia a la segunda acepción que ofrece la Real Academia Española quien define a la reputación como “el prestigio o estima en que son tenidos alguien o algo” (p.61). Por su parte, un ejemplo de ser conceptos diferentes es cuando, dentro de sus conclusiones señalan que la reputación no se deriva del prestigio o fama que puede proporcionar espectaculares campañas de Marketing de tipo puntual (p.72).

4.3 LA IMAGEN CORPORATIVA

La ciencia que se ocupa de los pensamientos y la razón, es la lógica, y explica cómo se forman las imágenes mentales es los seres humanos; En este caso, nuestro marco teórico abarca a Raúl Gutiérrez Sáenz y su libro Introducción a la lógica quien aborda el tema de la imagen (Gutiérrez Saenz, 1969, págs. 55-70).

Gutiérrez (1969) explica que los elementos del conocimiento son el sujeto, el objeto, la representación y la operación. De los cuatro elementos, es la representación la que se puede estudiar en dos tipos de representaciones internas: (1) las representaciones sensibles o imágenes y (2) las representaciones intelectuales o pensamientos. Señala, por un lado, que los sentidos como la vista, oído, tacto, gusto y olfato, le dan la capacidad, a un ser vivo, de captar representaciones sensibles o imágenes, y por el otro señala que la representación intelectual es la extracción de la esencia o características que tienen en común una serie de objetos, esto ayuda a explicar que las representaciones sensibles son singulares y las intelectuales son universales.

Gutiérrez (1969) señala que debido a que la imagen se obtiene a base de datos sensibles, es que se mueve en un plano inferior a la idea. De esta manera, las imágenes no son estudiadas por la lógica mientras que los pensamientos constituyen el objeto material de esta ciencia. Gutiérrez menciona que los tipos de pensamiento son la idea, el juicio y el raciocinio; a cada uno le corresponde una expresión extra mental, llamadas respectivamente término, proposición y argumentación.

El término o palabra es la expresión, oral o escrita, de una idea. La proposición o enunciación es la expresión externa de un juicio, y la argumentación es la expresión de un raciocinio. Mientras la idea o concepto es la representación mental de un objeto sin afirmar ni negar nada acerca de él; el juicio es la afirmación o negación de una idea respecto a otra; y el raciocinio es la obtención de un conocimiento nuevo a partir de otros ya establecidos (Gutiérrez Saenz, 1969, págs. 55-70).

Por tanto, la referencia a la imagen institucional de una organización llega no sólo a la simple imagen expresado por Gutiérrez, ya que la imagen se mueve en un plano inferior a la idea, es decir, no llega ni siquiera a la afirmación o negación de algo.

Para nuestra investigación, la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo llegaría como mínimo al juicio o incluso en algunos casos al raciocinio. Esto es, el ciudadano que será sometido a nuestro instrumento de medición cuenta un perfil de alto nivel de

conocimiento de la cosa legislativa y un alto nivel de información pública, conformando una comunidad con un perfil claro y definido. Por lo anterior es que consideramos que tiene la capacidad de articular una opinión congruente respecto a la actuación de los legisladores y los partidos políticos.

Costa (2003) enfatiza sobre la necesidad de separar la imagen visual —*eikon*— para que se afirme la imagen mental —*imago*—, señalando que la imagen corporativa no está en el entorno físico, sino en la memoria latente de los individuos y en el imaginario colectivo. Expone que la imagen de una empresa es la representación mental, en el imaginario colectivo, de un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta y opiniones de esa colectividad. Continúa señalando que la imagen de empresa es un efecto de causas diversas: percepciones, inducciones y deducciones, proyecciones, experiencias, sensaciones, emociones y vivencias de los individuos, que de un modo u otro —directa o indirectamente— son asociados entre sí, lo que genera el significado de la imagen, y con la empresa, que es su elemento inductor y capitalizador (Costa, 2003, págs. 52-53).

Garbett (1991) señala que la dinámica de la imagen de la compañía parece estar gobernada por seis factores. (1) La realidad de la compañía misma. (2) La medida en que la compañía y sus actividades hagan noticia. (3) Diversidad de la compañía. (4) Esfuerzo de Comunicaciones. (5) Tiempo. (6) Desvanecimiento de la memoria (Garbett, 1991, págs. 3-6).

Para efecto de la presente investigación, hemos puesto énfasis en el segundo de los seis factores de lo que habla Garbett. Lo que hace la compañía puede ser interesante, y ésta puede afectar de manera importante y positiva a la vida de las personas a través de productos y servicios, o puede hacer contribuciones importantes a la sociedad, que sean objeto de noticia. En sentido negativo, igualmente pueden hacer noticia los productos deficientes, el rechazo de productos, el fracaso financiero, o las trasgresiones sociales o ambientales. Las noticias adversas efectivamente elevarán el nivel de conocimiento de la compañía, aunque al mismo tiempo crearán malas

asociaciones y actitudes hacia ella. Un proyecto dinámico de un departamento de comunicaciones debería ser buscar en los productos y en las actividades de las compañías cosas que prometan ser de gran interés (Garbett, 1991, pág. 4).

4.4 DEBATE Y DISCUSIONES

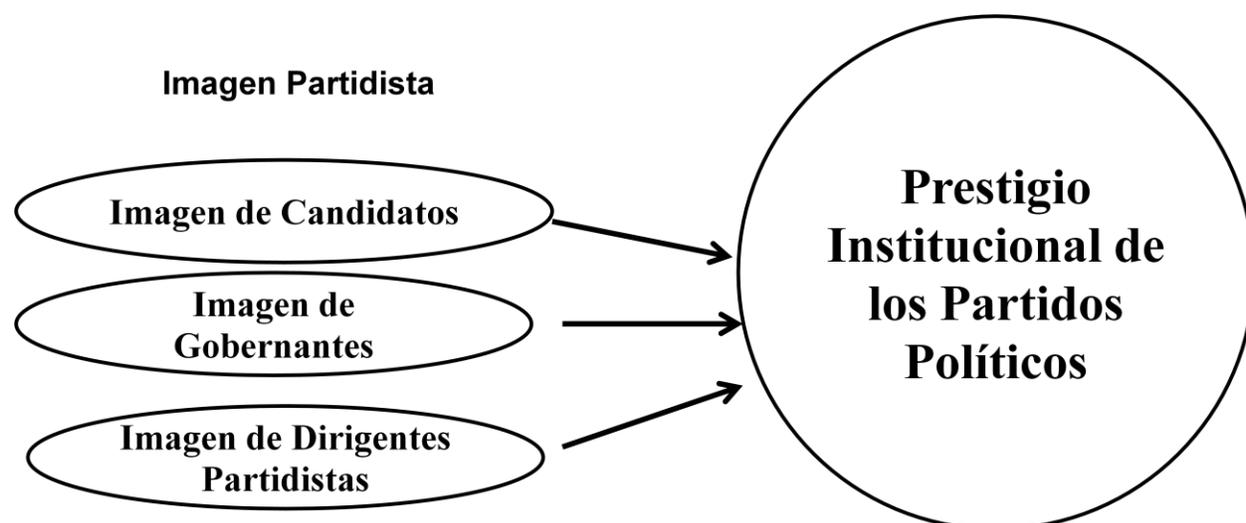
Cuando nos ponemos a meditar cuáles son entes de un partido político, que tienen la posibilidad de realizar actividades y por consecuencia la de generar noticias, llegamos a la conclusión que son los candidatos, los gobernantes y los dirigentes partidistas. Sin embargo, esto es válido en un contexto donde existen organizaciones que se guían por la libertad de prensa y que tienen penetración social.

La gama de candidatos que pueden generar noticias son aquellos que pretenden alcanzar un puesto de elección popular en el nivel federal, estatal o municipal, tanto en los poderes ejecutivo y legislativo. Lo mismo puede darse en cuanto a los gobernantes. Ya hemos señalado que la Corporación Latinobarómetro señala que los miembros de Poder Legislativo están ampliamente ligados a los parámetros de medición del índice de la democracia (Latinobarómetro, Informe, 2011).

Consideramos que los dirigentes nacionales y estatales de los partidos tienen un amplio margen de maniobra para generar noticias con su actuación. Esto también puede ser válido para dirigentes municipales en las capitales de los estados y zonas metropolitanas donde generalmente existen medios de comunicación con larga trayectoria de actividad. Donde no existe este contexto, la posibilidad de generar noticias es mucho más limitada.

Por lo anteriormente expuesto es que se puede considerar a los candidatos, gobernantes y dirigentes como los entes que, mediante su actuación, emiten mensajes hacia la ciudadanía. Estos mensajes ayudan a la ciudadanía a formarse una opinión que impacta al prestigio de dichas organizaciones. Por tal motivo, estos entes se constituyen en factores de la imagen de los partidos políticos, tal como lo muestra la figura 11.

Figura 11. Factores de la Imagen Partidista que impactan el Prestigio Institucional de los Partidos Políticos



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a nuestro marco teórico, la imagen partidista puede ser medida a través de tres variables independientes cada una de ellas bajo las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas. La selección se ha hecho de acuerdo a la propuesta teórica del segundo de los seis factores que controlan la imagen de una compañía, que señala los elementos que hacen que la compañía genere noticia para la sociedad (Garbett, 1991, pág. 5).

Por tanto, las 3 opciones para medir la imagen partidista son: primero, medir la imagen de los candidatos en base al estudio de la Comisión Estatal Electoral de Nuevo León, que señala que los valores como la honestidad, competencia, integridad, liderazgo y energía son cualidades que desde hace cuatro décadas son relevantes en un candidato a un puesto de elección popular, agregando al carácter, credibilidad y dinamismo (Electoral Nuevo León, 2009, pág. 25).

La segunda opción es medir la imagen de los gobernantes, más específicamente a los miembros del Poder Legislativo pues la Corporación Latinobarómetro los ha señalado

como un eje institucional central de un régimen democrático (Latinobarómetro, 2010, págs. 29,110).

Finalmente, la tercera opción lugar, es medir la imagen de los dirigentes partidistas porque Duverger (1951) menciona que la forma en cómo son elegidos muestra, en gran medida, las costumbres y prácticas internas de los partidos políticos (p. 165).

La definición de las unidades de análisis que se pueden utilizar para medir la imagen partidista son las siguientes:

1. Los Candidatos: son aquellas personas que son propuestos por un partido político para ocupar un puesto de elección popular.
2. Los Gobernantes: es cualquier persona que ocupa un puesto de elección popular, en este caso nos referimos específicamente a los miembros del Poder Legislativo, diputados federales y senadores.
3. Dirigentes Partidistas: es cualquier persona que está reconocido públicamente y oficialmente como integrante de la dirigencia de un partido político.

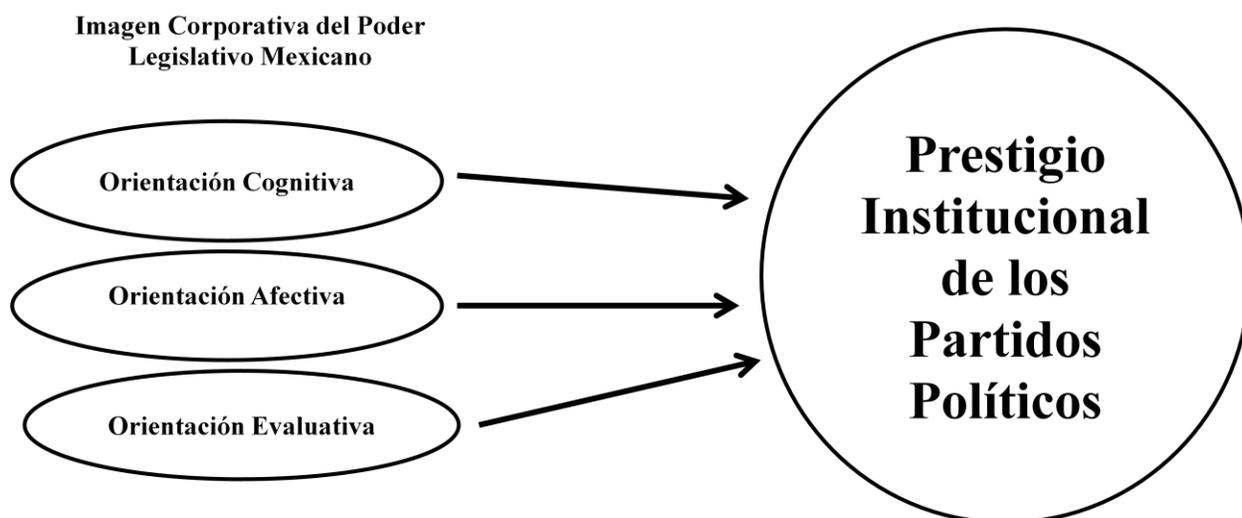
De acuerdo a lo anterior, la definición que proponemos de la dimensión imagen partidista queda de la siguiente forma:

Es el enfoque sistémico de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas, que generan un conjunto de percepciones que el ciudadano tiene hacia los entes que están relacionados con los partidos políticos; como los candidatos, los gobernantes y los dirigentes partidistas; dichas percepciones tienen como referencia principal los principios y los valores democráticos.

La presente investigación se propone encontrar los factores pertenecientes a la dimensión de la imagen corporativa correspondiente a la unidad de análisis de los gobernantes, que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos. Dicha unidad de análisis se centrará en el poder legislativo.

De cada uno de los anteriores factores mencionados, se pueden señalar orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas que impactan al prestigio institucional de los partidos políticos. De esta manera, en esta investigación hemos seleccionado únicamente a la imagen de los gobernantes, refiriéndonos específicamente a los miembros del Poder Legislativo mexicano, por lo que nuestra propuesta de hipótesis se puede dar de acuerdo a la figura 12.

Figura 12. Orientaciones de la Imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano que impactan en el Prestigio Institucional de los Partidos Políticos



Fuente: Elaboración propia

Con respecto al cuarto factor señalado por Garbett (1991) (p.4) y que coincide con lo mencionado por Costa (2003) (p.226-229), esto es, al esfuerzo de comunicaciones. Costa (2003) lo ve como una forma de modelizar la imagen, es decir, parte del hecho que la imagen de la empresa ha de ser comunicada, y por tanto, antes será estratégicamente elaborada y proyectada hacia los individuos, el mercado, la sociedad.

Sin embargo, Costa (2003) pone énfasis en que gestionar la identidad de la empresa es gestionar la imagen, pero no se puede invertir el proceso, por tanto la imagen se

gestiona indirectamente. Menciona que para que la identidad se transforme en imagen, la primera debe ser concretada en hechos y mensajes, es decir, que tiene que ser manifestada implícitamente por los primeros —la conducta— y explícitamente comunicada por los segundos (p. 219).

Para Costa (2003), la identidad corporativa debe atender a la estructura sensorial y psicológica de los individuos y no solo a los estímulos visuales (p.191). Estos argumentos es lo que dará sustento a nuestra de propuesta de considerar a filosofías políticas como los modelos de identidad institucional para organizaciones políticas.

Propuesta Teórica de Prestigio Institucional en Organizaciones Públicas

Teniendo como principal marco teórico el establecido por Chun (2005) es que hacemos la propuesta de la dimensiones de la reputación corporativa versus el prestigio institucional, el comparativo quedaría de acuerdo a la tabla 11.

Tabla 11: Cuadro comparativo de las Dimensiones de la Reputación Corporativa vs. El Prestigio Institucional

<p>Reputación Corporativa: Es la suma de la identidad, la imagen corporativa, las percepciones, creencias y experiencias que los sujetos de los grupos de interés han ido relacionando con la empresa a lo largo del tiempo (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 62).</p> <p>Es el resultado de un proceso de legitimación en el que determinados agentes internos y externos evalúan múltiples aspectos de la empresa que van desde sus actividades desarrolladas en el pasado, los recursos y capacidades disponibles en el presente y las perspectivas futuras de desempeño que son necesarias para la creación de valor y obtención de rentas (De Castro, 2008, pág. 31)</p>	<p>Prestigio Institucional:</p> <p>Es el resultado de un proceso de legitimación que permite al objeto político (<i>inputs</i>) o al objeto administrativo (<i>outputs</i>) emitir dictámenes, juicios, propuestas, resoluciones, lineamientos u opiniones que producen la adhesión libre, aceptación o aprobación espontánea, respetuosa y cortés, de los ciudadanos.</p> <p>Está determinado por la suma de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas que los ciudadanos tienen en relación a la imagen institucional, El Modelo de Identidad Institucional, La Identidad institucional, La Cultura Organizacional, el sistema político en general y su vida personal; y toman como referencia su interpretación subjetiva de la funcionalidad y utilidad de estos objetos para mejorar la situación personal y general del país.</p> <p>Por objeto político (<i>inputs</i>) se entiende al ente que atiende las demandas que van de la sociedad hacia el sistema político, y tiene la posibilidad y/o capacidad de convertirlas en principios gubernativos de autoridad.</p> <p>Por objeto administrativo (<i>outputs</i>) se entiende al ente que tiene la capacidad legal y material de aplicar o imponer los principios de autoridad del gobierno</p>
<p>La imagen, entendida como la percepción externa que tienen los grupos de interés de la organización, especialmente consumidores. (Chun 2005) (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68).</p> <p>Garbett señala los seis factores que controlan la Imagen de una compañía (Garbett, 1991, págs. 3-7).</p> <p>Gutiérrez explica los fundamentos de la Imagen (Gutiérrez Saenz, 1969, págs. 60-65)</p>	<p>Imagen Institucional: Es el conjunto percepciones que el ciudadano tiene hacia los objetos políticos (<i>inputs</i>) y los objetos administrativos (<i>outputs</i>); dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal la cultura, los principios y los valores democráticos.</p>
<p>La identidad deseada, se refiere a cómo los directivos de la firma quieren que ésta sea vista. (Chun 2005) (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68).</p> <p>Garbett se refiere como una misión corporativa acordada (Garbett, 1991, pág. 14).</p> <p>La identidad Corporativa es un sistema de comunicación que se incorpora a la estrategia global de la empresa, y se extiende y está presente en todas sus manifestaciones, producciones, propiedades y</p>	<p>Modelo de Identidad Institucional: Es el conjunto percepciones que los miembros de cuerpo ejecutivo tienen hacia las ideas, posturas y propuestas que le permiten al objeto político (<i>inputs</i>) o al objeto administrativo (<i>outputs</i>) atender y convertir las demandas en principios gubernativos de autoridad, y que van de la sociedad hacia el sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal los documentos oficiales y mensajes mediáticos.</p>

actuaciones. Lo anterior debe tomar el nombre de El Modelo de Identidad Corporativa (propuesta nuestra) el cual debe incluir un Modelo de Imagen Corporativa (Costa, 2003, págs. 202-230). La definición de identidad corporativa de Costa entra en conflicto con la de Chun, por eso se propone darle otro nombre.	Este modelo puede desprenderse de los Modelos de Identidad Institucional para Organizaciones Políticas que pueden ser el republicanismo, la democracia, liberalismo político, liberismo, comunitarismo, ambientalismo, etc. Esta dimensión se propone para el grupo directivo de la organización.
	Identidad Institucional: Es el conjunto percepciones que el ciudadano tiene hacia las ideas, posturas y propuestas que le permiten a la organización política atender y convertir las demandas en principios gubernativos de autoridad, y que van de la sociedad hacia el sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas, teniendo como referencia principal los planes de desarrollo, los documentos básicos, el código de ética y los mensajes mediáticos. Esta dimensión se propone para grupos de interés externos a la organización.
La identidad corporativa , es decir, la opinión de los miembros que forman parte a nivel interno de la empresa. (Chun 2005) (Martínez & Olmedo, 2010, pág. 68)	Cultura Organizacional Institucional: Es el conjunto percepciones que los integrantes de la Institución tienen acerca del objeto político (inputs) u objeto administrativo (outputs) al que pertenecen; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la congruencia entre su vida interna con el Mensaje Institucional. Esta dimensión se propone para grupos de interés internos a la organización.
Sistema de Mercado: Es el conjunto de percepciones, que el consumidor tiene acerca del sistema económico, dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas teniendo como referencia al libre comercio de productos, bienes y servicios	Sistema Político: Es el conjunto de percepciones, que el ciudadano tiene acerca del sistema político en general, dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la democracia y a las instituciones derivadas de ella con su funcionamiento y utilidad social.
Individuo como consumidor: Es el conjunto de percepciones, que el consumidor tiene acerca de sí mismo como integrante de un sistema económico; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia al libre comercio de productos, bienes y servicios, con el beneficio subjetivo personal que recibe del Sistema Económico.	Individuo como ente social. Es el conjunto de percepciones, que el individuo tiene acerca de sí mismo como integrante de un sistema social; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la sociedad y a las instituciones derivadas de ella con el beneficio subjetivo personal que recibe del Sistema Social.
Fuente Elaboración propia a partir de (Martínez & Olmedo, 2010), (De Castro, 2008), (Almond & Verba, 1992) y Propuesta Personal.	

Esto nos ha llevado a presentar una propuesta teórica para el constructo de prestigio institucional para partidos políticos, que se resume en la tabla 12.

Propuesta Teórica de Prestigio Institucional en los Partidos Políticos

El segundo paso es adaptar esta definición general del prestigio de las instituciones públicas al prestigio de los partidos políticos quedando nuestra propuesta en la tabla 12.

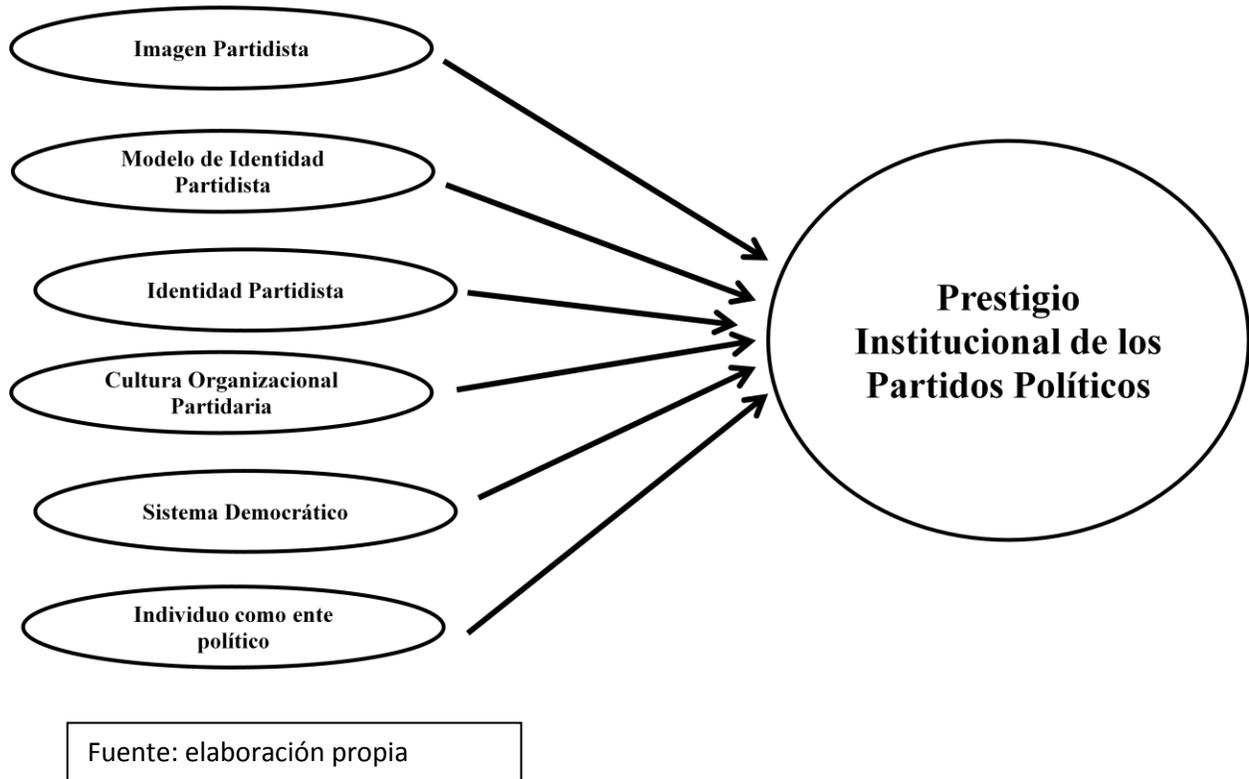
Tabla 12: Adaptación de las Dimensiones del Prestigio Institucional a los Partidos Políticos.

Prestigio Institucional: Es el resultado de un proceso de legitimación que permite al objeto político (inputs) o al objeto administrativo (outputs) emitir dictámenes, juicios, propuestas, resoluciones, lineamientos u opiniones que producen la adhesión libre, aceptación o aprobación espontánea, respetuosa y cortés, de los ciudadanos. Está determinado por la suma de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas que los ciudadanos tienen en relación a la imagen institucional, El Modelos de Identidad Institucional, La Identidad institucional, La Cultura Organizacional, el sistema político en general y	Prestigio Institucional de los Partidos Políticos: Es el resultado de un proceso de legitimación que permite a los Partidos Políticos emitir dictámenes, juicios, propuestas, resoluciones, lineamientos u opiniones que producen la adhesión libre, aceptación o aprobación espontánea, respetuosa y cortés, de los ciudadanos. Está determinado por la suma de las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas acerca del la Imagen Partidista, El Modelo de Identidad Partidista, La Identidad Partidista, La Cultura Organizacional Partidaria, El Sistema Democrático y el Individuo como Ente Político, que los ciudadanos relacionan acerca de su funcionalidad y utilidad para mejorar
---	---

<p>su vida personal; y toman como referencia su interpretación subjetiva de la funcionalidad y utilidad de estos objetos para mejorar la situación personal y general del país</p> <p>Por objeto político (<i>inputs</i>) se entiende al ente que atiende las demandas que van de la sociedad hacia el sistema político, y tiene la posibilidad y/o capacidad de convertirlas en principios gubernativos de autoridad.</p> <p>Por objeto administrativo (<i>outputs</i>) se entiende al ente que tiene la capacidad legal y material de aplicar o imponer los principios de autoridad del gobierno</p>	<p>la situación personal y general del país.</p>
<p>Imagen Institucional: Es el conjunto percepciones que el ciudadano tiene hacia los objetos políticos (<i>inputs</i>) y los objetos administrativos (<i>outputs</i>); dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal la cultura, los principios y los valores democráticos.</p>	<p>Imagen Partidista: Es el conjunto percepciones que el ciudadano tiene hacia los entes que están relacionados con los partidos políticos; como los candidatos, los gobernantes y los dirigentes partidistas; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal la cultura, los principios y los valores democráticos.</p>
<p>Modelo de Identidad Institucional: Es el conjunto percepciones que los miembros de cuerpo ejecutivo tienen hacia las ideas, posturas y propuestas que le permiten al objeto político (<i>inputs</i>) o al objeto administrativo (<i>outputs</i>) atender y convertir las demandas en principios gubernativos de autoridad, y que van de la sociedad hacia el sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal los documentos oficiales y mensajes mediáticos.</p> <p>Este modelo puede desprenderse de los Modelos Filosóficos de Identidad Institucional para Organizaciones Políticas que pueden ser el republicanismo, la democracia, liberalismo político, liberismo, comunitarismo, ambientalismo, etc.</p> <p>Esta dimensión se propone para el grupo directivo de la organización.</p>	<p>Modelo de Identidad Partidista: Es el conjunto de percepciones que los dirigentes tienen hacia las ideas, posturas y propuestas que le permiten al partido político atender y convertir las demandas en principios gubernativos de autoridad, y que van de la sociedad hacia el sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal los documentos oficiales y mensajes mediáticos, del partido.</p> <p>Esta dimensión se propone para la coalición dominante del partido político.</p>
<p>Identidad Institucional: Es el conjunto percepciones que el ciudadano tiene hacia las ideas, posturas y propuestas que le permiten a la organización política atender y convertir las demandas en principios gubernativos de autoridad, y que van de la sociedad hacia el sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas, teniendo como referencia principal los planes de desarrollo, los documentos básicos, el código de ética y los mensajes mediáticos.</p> <p>Esta dimensión se propone para grupos de interés externos a la organización.</p>	<p>Identidad Partidista: Es el conjunto percepciones que el ciudadano tiene hacia las ideas, posturas y propuestas que le permiten al partido político atender y convertir las demandas en principios gubernativos de autoridad, y que van de la sociedad hacia el sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia principal los documentos básicos, el código de ética, las plataformas electorales y los mensajes mediáticos.</p> <p>Esta dimensión se propone para grupos de interés externos al partido político.</p>
<p>Cultura Organizacional Institucional: Es el conjunto percepciones que los integrantes de la Institución tienen acerca del objeto político (<i>inputs</i>) u objeto administrativo (<i>outputs</i>) al que pertenecen; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la congruencia entre su vida interna con el Mensaje Institucional.</p> <p>Esta dimensión se propone para grupos de interés internos a la organización.</p>	<p>Cultura Organizacional Partidaria: Es el conjunto de percepciones, que los miembros tienen cuando relacionan la congruencia entre su vida interna con el Modelo de Identidad Partidista definida en sus documentos básicos; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas.</p> <p>Esta dimensión se propone para grupos de interés internos al partido político.</p>
<p>Sistema Político: Es el conjunto de percepciones, que el ciudadano tiene acerca del sistema político en general, dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la democracia y a las instituciones derivadas de ella con su funcionamiento y utilidad social.</p>	<p>Sistema Democrático: Es el conjunto de percepciones, que el ciudadano tiene acerca del sistema democrático en general, dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la democracia y a las instituciones derivadas de ella con su funcionamiento y utilidad social.</p>
<p>Individuo como ente social. Es el conjunto de percepciones, que el individuo tiene acerca de sí mismo como integrante de un sistema social; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la sociedad y a las instituciones derivadas de ella con el beneficio subjetivo personal que recibe del Sistema Social.</p>	<p>Individuo como Ente Político. Es el conjunto de percepciones, que el individuo tiene acerca de sí mismo como integrante de un sistema político; dichas percepciones están determinadas por las orientaciones cognitivas, afectivas y evaluativas y teniendo como referencia a la democracia y a las instituciones derivadas de ella con el beneficio subjetivo personal que recibe del Sistema Político.</p>
<p>Fuente Elaboración propia.</p>	

Con base a los elementos teóricos leídos hasta este momento es que proponemos el siguiente diagrama para sintetizar nuestra concepción de prestigio institucional de los partidos políticos. ver figura13.

Figura 13. Dimensiones del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos



Las hipótesis de trabajo que nos ayudan a visualizar mejor nuestra hipótesis principal son las siguientes:

- 1) A mejor imagen partidista, mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 2) A mayor aceptación entre los dirigentes del modelo de identidad partidista mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 3) A mayor aprobación de la identidad partidista por parte de los ciudadanos, mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 4) A mejor aprobación de la cultura organizacional partidaria por parte de los miembros del partido, mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

- 5) A mayor legitimidad del sistema democrático, mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.
- 6) A mayor satisfacción personal, mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Se ha podido apreciar que el concepto reputación, es amplia y principalmente aplicado a organizaciones que participan dentro del sistema de mercado, tomando la forma final de reputación corporativa, y dado que no existe una clara separación teórica entre el concepto reputación y prestigio es que este estudio propone la conveniencia de separar teóricamente, los conceptos de reputación y prestigio, dejando, por un lado, el constructo ya ampliamente utilizado como reputación corporativa para que se siga utilizando como ya es generalmente aceptado, es decir, como una fortaleza o ventaja competitiva con la cual las organizaciones influyen sobre el mercado y los consumidores, y por el otro, adoptar el concepto de prestigio institucional para que sea aplicado a las empresas, organizaciones e instituciones de carácter público que influyen o ejercen un poder sobre las condiciones generales de una sociedad y sobre una población humana, es decir, en el sistema político; el prestigio se puede considerar como una fortaleza para el gobierno pues le permite tener gobernabilidad.

Esta propuesta nos lleva a hacer dos propuestas más, primero, que se haga una diferenciación entre la legitimidad de las empresas privadas y públicas, para las primeras se puede adoptar el concepto de legitimidad corporativa, para las segundas como legitimidad democrática. Finalmente, se propone utilizar los avances que se han tenido en las investigaciones referentes a la reputación corporativa y adaptarlas al Prestigio Institucional de los Partidos Políticos.

4.5 CONCLUSIONES

En este se ha mostrado la teoría que fundamenta el constructo de prestigio institucional y a la imagen corporativa. Se hace la propuesta para adaptar de estos marcos teóricos a organizaciones de carácter público.

Con lo anterior queda configurado el planteamiento de nuestro problema de investigación y las variables que intervienen.

CAPÍTULO 5: METODOLOGIA DEL ESTUDIO CUANTITATIVO

5.1 DEFINICIÓN DE LAS ORIENTACIONES

Se ha señalado que la metodología del estudio cuantitativo está delimitada por el marco teórico de la reputación corporativa, la imagen corporativa, la cultura política, democracia y partidos políticos. Hemos comentado que la ciencia administrativa y la ciencia política coinciden en las orientaciones cognitiva, la afectiva y la evaluativa permiten estudiar tanto a la imagen corporativa como al sistema político.

Estas orientaciones se adaptaron para ser aplicadas a las instituciones centrales de la democracia: el poder legislativo y los partidos políticos, en México; las cuales se han definido de la siguiente forma:

1. La orientación cognitiva: Son los conocimientos que el grupo de interés tiene de cuáles son las principales funciones del poder legislativo y los partidos políticos, dentro del sistema político mexicano.
2. La orientación afectiva: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene sobre de la actuación del poder legislativo y los partidos políticos dentro del sistema político mexicano.
3. La orientación evaluativa: Son los juicios y opiniones, con un enfoque sistémico, que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene sobre la actuación del poder legislativo y los partidos políticos dentro del sistema político mexicano.

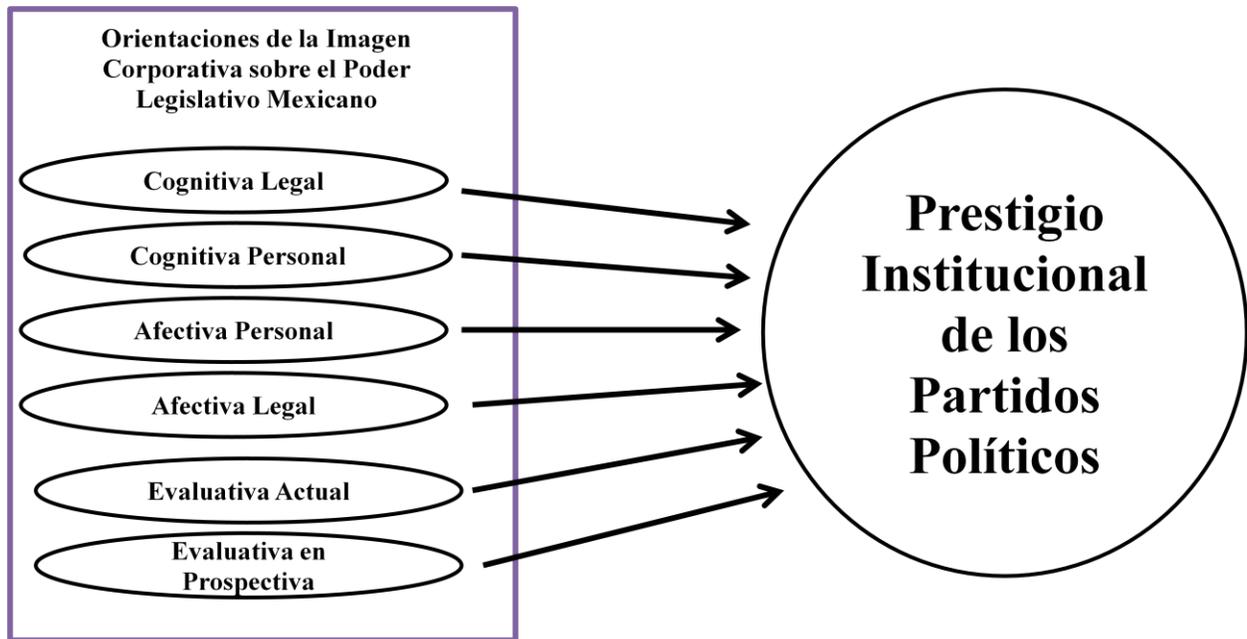
5.2 HIPÓTESIS Y MODELO GRÁFICO.

La hipótesis que será sometida a prueba es la siguiente:

Las orientaciones sobre la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo que se relacionan con el prestigio institucional de los partidos políticos y permiten mejorar la legitimidad de la democracia son las orientaciones cognitiva legal, cognitiva personal, afectiva legal, afectiva personal, evaluativa actual y evaluativa en prospectiva,

derivadas de la percepción que el grupo de interés tiene de los legisladores dentro del sistema político mexicano. Figura 14.

Figura 14. Modelo Gráfico de la Hipótesis Principal



5.3 DEFINICIÓN DE VARIABLES

5.3.1 Definición de las Variables Independientes

Definición Académica

La imagen corporativa sobre el Poder Legislativo es el conjunto de conocimientos, afecciones y evaluaciones que el ciudadano tiene hacia la actuación de los miembros del Poder Legislativo.

Definición Teórica

El constructo la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo se compone por el conjunto de percepciones, con un enfoque sistémico, derivadas de las orientaciones (1) cognitiva legal, (2) cognitiva personal, (3) afectiva legal, (4) afectiva personal, (5) evaluativa actual y (6) evaluativa en prospectiva que el ciudadano tiene hacia la actuación de los miembros del Poder Legislativo dentro del sistema político mexicano, teniendo como referencia principal los principios y valores democráticos.

Definición Operacional de las Variables Independientes

1. Orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los conocimientos que el grupo de interés tiene de lo que establecen la Constitución Política de Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) acerca de las principales atribuciones legales (*outputs*) del Poder Legislativo.
2. Orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Es el conocimiento que el grupo de interés tiene acerca la práctica de las funciones mínimas deseadas (*inputs*) de los legisladores para que realicen sus actividades legales.
3. Orientación afectiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene acerca de la conformación que legalmente tiene el Poder Legislativo.
4. Orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene acerca de la actuación que los miembros del Poder Legislativo tienen dentro del sistema político mexicano.
5. Orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia acerca de la actuación que los miembros del Poder Legislativo tienen dentro del sistema político mexicano, en el momento actual.
6. Orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene acerca de la actuación que los miembros del Poder Legislativo tienen dentro del sistema político mexicano, con visión hacia el futuro.

En las seis variables anteriormente expuestas se debe entender, como grupo de interés, a las personas que presentaron una iniciativa de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León en los años del 2008 al 2012.

5.3.2 Definición de la Variable Dependiente

Definición Académica de la Variable Dependiente

El prestigio institucional de los partidos políticos es el resultado de un proceso de legitimación que permite a los partidos políticos emitir dictámenes, juicios, propuestas, resoluciones, lineamientos u opiniones que producen la adhesión libre, aceptación o aprobación espontánea, respetuosa y cortés, de los ciudadanos.

Definición Teórica de la Variable Dependiente

El constructo prestigio institucional de los partidos políticos se compone por las percepciones y actitudes que el grupo de interés tiene respecto a (1) la legitimidad del sistema de partidos, (2) la evaluación del ejercicio de los valores democráticos al interior de los partidos políticos, (3) el conocimiento personal sobre partidos políticos, (4) la afición personal hacia los partidos políticos, (5) evaluación de desempeño como receptores de demandas de la sociedad, (6) evaluación del desempeño como procesadores de demandas, (7) evaluación del ejercicio interior de la democracia, (8) evaluación como generadora de resultados a la sociedad y (9) la influencia moral que los partidos políticos ejercen sobre la sociedad.

Definición operacional de los indicadores de la variable Dependiente

1. Legitimidad del sistema de partidos: Es la aceptación y reconocimiento social de que el método para elegir a los gobernantes sea mediante la competencia electoral entre partidos políticos que propongan a personas para ocupar dichos puestos y éstos sean elegidos mediante sufragio universal, libre y secreto.
2. Orientación evaluativa del ejercicio de valores democráticos: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia el ejercicio de los valores democráticos que se practican dentro de los partidos políticos.

3. Orientación cognitiva de los partidos políticos: Es el conocimiento que el grupo de interés tiene acerca la práctica de las funciones que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.
4. Orientación afectiva hacia los partidos políticos: Son los sentimientos que el grupo de interés tiene acerca de las acciones que los partidos políticos realizan dentro del sistema político.
5. Orientación evaluativa de la recepción de demandas: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función de recepción de demandas que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.
6. Orientación evaluativa del proceso de demandas: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función del proceso de demandas que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.
7. Orientación evaluativa de su democracia interior: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia el ejercicio de la democracia al interior de los partidos políticos.
8. Orientación evaluativa de resultados: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función de proveedores e impulsores de resultados favorables hacia la sociedad que los partidos políticos tienen dentro del sistema político
9. Orientación evaluativa de su influencia moral: Son los juicios y opiniones que se desprenden de la percepción que el grupo de interés tiene hacia la función de influencia moral sobre los ciudadanos que los partidos políticos tienen dentro del sistema político.

5.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

5.4.1 Tipo de Investigación y Estudio de Campo

Dado que no se pretende hacer una manipulación deliberada de variable alguna, es que el diseño de este estudio es no experimental. Debido a que la recolección de los datos se hará en un solo momento en el tiempo es que el tipo de diseño de la

investigación es transeccional o transversal (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 205).

Este estudio es transeccional causal prospectivo, no se limita a establecer relaciones entre las diversas variables, sino que reconstruye las relaciones entre las variables a partir de una variable independiente a la que hemos llamado la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano. Esta variable desempeña el papel de variable predictora pues según sea la observación de ésta, servirá para predecir el comportamiento de la variable dependiente, que este caso se la ha llamado el prestigio institucional de los partidos políticos (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, págs. 214-216).

5.4.2 Definición del Universo y la Población. Unidad de Análisis

El marco teórico propone que las organizaciones tienen diversos grupos de interés que pueden clasificarse como grupos internos o grupos externos. Estos grupos forman parte del campo social al que Costa (2003) se refiere como el sistema en red. Éstos constituyen un sistema global que es diferente para cada empresa, dependiendo de los componentes de su propia red (p.110-112).

Como en este caso estamos tratando de encontrar un grupo de personas que tenga interés en los miembros del Poder Legislativo y al mismo tiempo pueda tener interés en los partidos políticos, pero que además su perfil personal pueda clasificarse como personas con cultura política del tipo participativa de la que hablaban Almond & Verba (1992); consideramos que el universo de personas que llenan con ese requisito son aquellas que han presentado alguna iniciativa ante el Congreso del Estado de Nuevo León.

Para delimitar, en el tiempo, nuestro universo hemos establecido que la población que será sometida a nuestra investigación para poner a prueba nuestras hipótesis son las personas que han presentado dichas iniciativas entre los años del 2008 al 2012.

Para integrar el padrón de personas que forman parte de nuestra población objetivo para ser sometidas a nuestro instrumento de investigación se solicitó, al Congreso de Estado de Nuevo León, el acceso a las iniciativas de ley que se habían presentado en entre los años del 2008 al 2012.

Se obtuvo la información solicitada pero resultó incompleta, por lo que se procedió a verificar cada una de las iniciativas que están en la página electrónica: [http://www.hcnl.gob.mx/trabajo legislativo/iniciativas/ciudadanas.php](http://www.hcnl.gob.mx/trabajo_legislativo/iniciativas/ciudadanas.php).

Con esta verificación el padrón creció pero nuevamente fue incompleto porque no todas las iniciativas se han puesto a disposición para ser consultadas electrónicamente. Se tuvo que acudir personalmente a las oficinas del Congreso del Estado para tener acceso a los documentos y poder completar el padrón.

De estas acciones se pudieron obtener los nombres completos de las personas pero por impedimento legal no se pudo obtener domicilios, teléfonos o correos electrónicos para hacerles llegar la invitación a participar dentro de la investigación, lo que se pudo obtener es la organización en la que están adscritos. Se procedió para hacerles llegar la invitación a dichas instituciones; a algunos de ellos, por su notoriedad pública, se les pudo contactar por diversos medios de redes sociales. Por este motivo la muestra que participó en la investigación no es aleatoria. Los documentos que permiten evidenciar que se hizo llegar la invitación forman parte de los anexos de esta investigación.

5.4.4 Cálculo del tamaño de la muestra simple

Para determinar el menor número de unidades muestrales que serán sometidos a observación, que sea representativo de la población para poder hacer inferencias sobre la misma, Hernández (2006) nos ofrece la fórmula siguiente, en la cual se utilizaron los siguiente parámetros (p. 251).

El total de personas que presentaron una iniciativa de ley ante el congreso del estado de Nuevo León del año 2008 al 2012 y que por consiguiente es el tamaño de nuestra

población es de 855 personas. El nombre completo y los números de expedientes asignados por la institución los encuentra en el anexo 4.

N = tamaño de la población. 855 personas

\bar{y} = Valor promedio de la variable. Una persona

ES = Error estándar. 0.05

V^2 = Varianza de la población al cuadrado. Su definición ES^2 : Cuadrado del error estándar. 0.0025

s^2 = Varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia de \bar{y} . $p(1-p)$

p = probabilidad de ocurrencia. 0.5

$$s^2 = 0.5 (1-0.5) = 0.25$$

$$n' = \frac{s^2}{V^2} \text{ tamaño de la muestra sin ajustar. } \frac{0.25}{0.0025}, n' = 100$$

$$n = \frac{n'}{1 + \left(\frac{n'}{N}\right)} \text{ tamaño de la muestra. } \frac{100}{1 + \left(\frac{100}{855}\right)} = 89.5 \approx 90$$

El tamaño de la muestra para que fuera representativo de la población es de 90. Dentro de las consideraciones pragmáticas que se debe tomar en cuenta está la siguiente. Muchas de las personas que firman una iniciativa de ley, lo hacen en franca solidaridad con los principales promoventes. Esto es, puede haber 50-cincuenta firmantes pero únicamente una fracción pequeña de ellos tiene al perfil social que esta investigación busca. Sin embargo, esta afirmación es heurística y no tiene sustento teórico.

Por lo anterior, se hizo la suposición de que solamente el 50% de la población tenía el perfil deseado, es decir 428 personas, aún con esto, al aplicar la fórmula el tamaño de la muestra queda en 81.

5.4.5 Prueba de Hipótesis

Prueba de Independencia entre variables

Antes de conocer la relación lineal que tienen las variables del problema, primero vamos a confirmar si las variables aleatorias son independientes o no.

Cuando los datos de las variables tienen una distribución normal bivariable, la prueba de la independencia equivale a probar que el coeficiente de correlación es igual a cero que se representa como $\rho = 0$ (Mendenhall, Scheaffer, & Wackerly, 1986), por lo que las hipótesis se establecen de la siguiente forma

Ho: $\rho = 0$. El coeficiente de correlación es cero

Ha: $\rho \neq 0$. El coeficiente de correlación es diferente a cero.

La región de rechazo de Ho está dada por RR: $|Z_{calculada}| > Z_{\alpha/2}$

Cuando el nivel de significancia es $\alpha=0.05$ y se hace la prueba de dos colas el nivel de significancia es $\alpha/2=0.025$.

En estas condiciones el estadístico para probar la hipótesis es la Z, por lo que el valor de tabla es $Z_{\alpha/2}=Z_{tabla}=Z_{0.025}=1.96$. La Z calculada está dada por la siguiente fórmula

$$Z_{calculada} = \frac{\left(\frac{1}{2}\right) \ln\left(\frac{1+r}{1-r}\right) - \left(\frac{1}{2}\right) \ln\left(\frac{1+\rho}{1-\rho}\right)}{\frac{1}{\sqrt{n-3}}}$$

Donde r es la correlación, X es la variable independiente, Y es la variable dependiente, y n es el tamaño de la muestra, por lo que la ecuación está dada por

$$r = \frac{n \sum_{i=1}^n XiYi - \sum_{i=1}^n Xi \sum_{i=1}^n Yi}{\sqrt{[n \sum_{i=1}^n Xi^2 - (\sum_{i=1}^n Xi)^2] - [n \sum_{i=1}^n Yi^2 - (\sum_{i=1}^n Yi)^2]}}$$

Prueba de dirección de la dependencia

Cuando se desea conocer la dirección de la dependencia entre las variables, ya sea positiva o negativa tenemos las dos siguientes opciones

Primero, cuando la dependencia entre las variables es positiva se establecen las hipótesis

Ho: $\rho = 0$. El coeficiente de correlación es cero

Ha: $\rho > 0$. El coeficiente de correlación es mayor a cero.

La región de rechazo para Ho es cuando se cumple la condición $Z_{calculada} > Z_{\alpha}$

Segundo, cuando la dependencia entre las variables es negativa se establecen hipótesis

Ho: $\rho = 0$. El coeficiente de correlación es cero

Ha: $\rho < 0$. El coeficiente de correlación es menor a cero.

La región de rechazo para Ho es cuando se cumple la condición $Z_{calculada} < -Z_{\alpha}$

En ambos casos, considerando un nivel de significancia $\alpha=0.05$, entonces

$Z_{tabla}=Z_{\alpha}=Z_{0.05}=1.64$

5.5 ELABORACIÓN DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

5.5.1 Validez del Instrumento

La validez de contenido es definido o establecido por la literatura —teoría y estudios antecedentes— (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 279). En este caso, en los capítulos correspondientes al marco teórico se presentaron algunos estudios que señalan la relación entre las percepciones que la gente tiene sobre los miembros del poder legislativo y los partidos políticos.

La validez de criterio se establece al validar un instrumento de medición al compararlo con algún criterio externo que pretende medir lo mismo (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006). En este estudio se han presentado las tres orientaciones que tienen las variables que se intentan medir. Por tanto, las orientaciones cognitiva, afectiva y evaluativa deben tomar una misma tendencia, ya sea positiva a o negativa para que se demuestre esta validez.

La validez de constructo se refiere a qué tan exitosamente un instrumento representa y mide un concepto teórico y debe explicar el modelo teórico-empírico que subyace en la variable de interés (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 282). En este caso, se utilizó el alfa de cronbach, la prueba de dependencia entre variables y la prueba de regresión lineal para verificar esta validez.

La validez de expertos se refiere al grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con voces calificadas (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, pág. 284). También, de una escala se refiere a la correspondencia entre el atributo que se pretende medir y el contenido de la muestra de ítems que componen el instrumento de investigación. De acuerdo a Bohrnstedt (1976) citado en Hernández (1991) este tipo de validez se refiere al grado en que la medición representa el concepto que se desea medir. La validez de contenido de acuerdo a Kerlinger & Lee (2002) es cuantificable a través de índices de concordancia entre las evaluaciones de los jueces o expertos del tema de investigación.

En este caso, se pidió la colaboración a 3 investigadores con especialidad en ciencia política para que dieran sus opiniones en relación a los ítems que componen a cada indicador de la variable. Sus sugerencias fueron retomadas para mejorar el diseño y redacción de los preguntas de la encuesta de opinión.

El instrumento de medición consistió en una encuesta de opinión que fue aplicado principalmente por internet utilizando la herramienta que ofrece Google. La prueba segunda y tercera prueba piloto sirvieron para disminuir el número de preguntas de manera considerable pues el alfa de cronbach en algunos casos rebasaba el 0.90, por lo que consideramos que muchas preguntas era equivalentes o repetitivas, y que con menos preguntas se podía conocer o medir el mismo fenómeno.

La versión de instrumento que se utilizó en las pruebas piloto #2 y 3 contaba con 100 preguntas, la cantidad se redujo utilizando el SPSS y la prueba de confiabilidad mediante del alfa de cronbach. Teóricamente los instrumentos son equivalentes.

Se agregaron 5 preguntas que no fueron contempladas en las pruebas #2 y 3, por lo que la versión final del instrumento de medición cuenta con 80 preguntas, distribuidas de la siguiente forma: 34 preguntas para las variables independientes y 46 preguntas para los indicadores de la variable dependiente.

5.5.2 Estructura de la Imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano como Variable Independiente

En la tabla 13 se muestra la estructura del instrumento de medición de las variables que componen a la imagen corporativa sobre el poder legislativo.

Tabla 13: Estructura del constructo imagen corporativa sobre el poder legislativo				
Dimensión	Orientación	Variable	Versión prueba piloto #2 y 3	Versión Final
IMAGEN CORPORATIVA DEL PODER LEGISLATIVO (Percepción de los ciudadanos)	Cognitiva	A) Cognitivo Legal	7	7
		B) Cognitivo Personal	3	3
	Afectiva	i) Afección Legal*	0	5
		C) Afección Personal	8	5
	Evaluativa	D) Evaluación Actual	20	11
		E) Evaluación Prospectiva	4	3
		Total Preguntas	42	34

* Se agregaron posterior a la aplicación de los pruebas piloto.
Fuente: Elaboración propia

La variable de orientación cognitiva legal de la imagen del poder legislativo, tiene como objetivo determinar si los encuestados tienen conocimiento de las atribuciones básicas de los diputados federales y senadores. Partimos de la base que, una persona tiene

más fundamento de emitir alguna consideración cuando tiene conocimiento sobre el tema a cuando carece del mismo.

La variable de orientación cognitiva personal de la imagen del poder legislativo pretende medir el conocimiento que los participantes tienen en relación a la función que los legisladores tienen como parte de proceso de entrada (*inputs*) de demandas en el sistema político.

La variable de orientación afectiva legal pretende conocer qué tan de acuerdo están los participantes con la conformación de cada una de las cámaras del poder legislativo.

Con la variable de orientación afectiva personal se desea conocer cuáles son los sentimientos que los encuestados tienen hacia la actuación de los miembros del poder legislativo.

Con la variable de orientación evaluativa actual se desea conocer las percepciones que los participantes tienen en relación a las acciones de los miembros del poder legislativo.

Con la variable de orientación evaluativa en prospectiva, se desea conocer las percepciones que los participantes tienen en relación a las acciones hacia el futuro de los miembros del poder legislativo.

5.5.2 Estructura del prestigio institucional de los partidos políticos como Variable

Dependiente

En la tabla 14 se muestra la estructura del instrumento de medición de los indicadores que componen al prestigio institucional de los partidos políticos.

Tabla 14: Estructura del constructo prestigio institucional de los partidos políticos

Dimensión	Orientación	Indicadores*	Versión prueba piloto #2 y 3	Versión Final	
Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Afectiva**	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	4	4	
	Evaluativa***	G) Evaluación del ejercicio de Valores Democráticos (eva)	9	8	
	Cognitiva	H) Cognitivo Personal	3	3	
	Afectiva**	I) Afección Personal	8	8	
	Evaluativa***		J) Evaluación de Recepción de Demandas (eva2)	5	3
			K) Evaluación de Proceso de Demandas (eva 3)	9	6
			L) Evaluación de Democracia Interior (eva 4)	4	3
			M) Evaluación de Resultados (outputs) (eva 5)	11	7
			N) Evaluación de Influencia Moral (eva 6)	5	4
			Total de Preguntas	58	46
* Los indicadores se presentan en el mismo orden en que se utilizaron en el instrumento de medición					
** Es la misma orientación. *** Es la misma orientación.					
Fuente: Elaboración propia					

Con el indicador legitimidad del sistema de partidos se intentó saber cuánta aceptación hay entre los ciudadanos que exista el método de competencia entre diversos partidos de políticos para alcanzar el poder público (Latinobarómetro, 2010, págs. 29-30) (SEGOB, ENCUP 2008, 2009, pág. 70).

Con el indicador de evaluación del ejercicio de los valores democráticos, se pretendió saber la evaluación que los ciudadanos dan en cuanto a las prácticas institucionales de los partidos políticos, tales como la credibilidad, confianza, responsabilidad, honestidad, dignidad humana, libertad, igualdad, justicia, respeto, tolerancia, solidaridad,

cumplimiento de las leyes, participación ciudadana, vocación por el diálogo (De Castro, 2008, pág. 29) (SEGOB, ENCUP 2008, 2009).

Con el indicador cognitivo personal se desea conocer la experiencia personal de los participantes, en relación al papel que los partidos políticos tienen como canal de entrada de demandas hacia el sistema político (Almond & Verba, 1992, pág. 181).

Con el indicador de afección personal, se desea conocer la percepción que los encuestados tienen hacia las acciones que los partidos políticos tienen hacia la sociedad.

Con el indicador evaluación de recepción de demandas, se intenta conocer la percepción que los encuestados tienen en relación al papel que los partidos políticos tienen como receptores de demandas de la sociedad y su eficiente gestión ante las autoridades (Almond & Verba, 1992, pág. 181).

Con el indicador evaluación del proceso de demandas, se intenta conocer la percepción que los encuestados tienen en relación a la forma en cómo los partidos políticos procesan las demandas de la sociedad y su capacidad para transformarlas en acciones que provoquen ganar confianza y credibilidad (Almond & Verba, 1992, pág. 181).

Con el indicador evaluación de la democracia interior, se intenta conocer la percepción que los encuestados tienen en relación a proponer candidatos a la sociedad que cuenten con reconocimiento, mérito y capacidad para ejercer cargos públicos (Sartori, 1988, pág. 180).

Con el indicador evaluación de resultados, se intenta conocer la percepción que los encuestados tienen en relación a los partidos políticos y los principales efectos que provocan las salidas del sistema político (Almond & Verba, 1992, pág. 181).

Con el indicador evaluación de influencia moral, se intenta conocer la percepción que los encuestados tienen en relación a la influencia moral que los partidos políticos tienen sobre la sociedad. (Sartori, 1988, pág. 233).

CAPÍTULO 6: RESULTADOS DEL ESTUDIO CUANTITATIVO

6.1 Confiabilidad del Instrumento de Medición

6.1.1 Prueba Piloto #1

Al momento de aplicar esta prueba, el avance de la investigación tenía contemplado dos cosas: (1) medir la imagen de candidatos, gobernantes y dirigentes partidistas. (2) la población a la que se aplicarían las encuestas de opinión eran los ciudadanos del Estado de Nuevo León.

Por facilidad del este investigador, esta prueba piloto se aplicó de manera auto administrada a un total de 40 Alumnos de entre tercer y quinto semestre de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, que ya tenían el carácter de ciudadanos; esto llenaba el perfil de personas que, en ese momento, era nuestro objetivo. Se les hizo llegar un documento impreso en papel y ellos mismos anotaron las respuestas correspondientes. Las fechas de aplicación fueron entre el 7 y 9 de mayo de 2012, esto fue durante las campañas electorales de ese mismo año.

Para ver la estructura del instrumento de medición y el correspondiente nivel de confiabilidad de cada variable ver las tablas 15 y 16.

Tabla #15. Confiabilidad de las variables independientes en prueba piloto #1

Dimensión	Unidad de Análisis	Variable	Cantidad de Preguntas Piloto #1	Alfa de Cronbach
Imagen Partidista	Candidatos	Orientación Evaluativa	6	0.775
	Gobernantes (Poder Legislativo)	Orientación Afectiva	4	0.806
		Orientación Evaluativa	8	0.831
	Dirigentes Partidistas	Orientación Afectiva	3	0.857
		Orientación Evaluativa	5	0.894
		Total Preguntas		26
Fuente: Elaboración propia				

Tabla 16. Confiabilidad de los indicadores de la variable dependiente en prueba piloto #1

Dimensión	Variable	Indicadores	Cantidad de Preguntas Piloto #1	Alfa de Cronbach
Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Orientación Cognitiva	Legitimidad del Sistema de Partidos	3	0.866
		Conocimiento Básicos	3	0.811
	Orientación Afectiva	Interés en los Partidos Políticos	8	0.736
	Orientación Evaluativa	Evaluación de Operación Interior	6	0.815
		Evaluación de Democracia Interior	1	N/A
		Evaluación de Resultados (outputs)	9	0.973
		Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	4	0.841
		Evaluación de Influencia Moral	3	0.765
		Total de Preguntas	37	0.953

Fuente: Elaboración propia

Utilizando el SPSS, se colocaron todas las variables correspondientes a la dimensión de la imagen partidista como variables independientes y como variable dependiente, se colocó, individualmente, a cada indicador correspondiente a la variable del prestigio institucional de los partidos políticos.

Después de hacer diversas pruebas, se encontró que hubo tres variables independientes que arrojaron un valor predictivo sobre el indicador de la variable dependiente denominada evaluación del ejercicio de los valores democráticos. Dichas variables independientes fueron (1) la orientación evaluativa de los dirigentes partidistas, (2) la orientación evaluativa de los candidatos y (3) la orientación evaluativa de los gobernantes. El coeficiente de determinación (R^2) fue del 0.716, vea la tabla 21. A continuación solo reproduciremos las preguntas correspondientes a los indicadores involucrados en el modelo matemático. Tablas 17, 18, 19 y 20.

Tabla 17. Preguntas con las que se midió la variable independiente de orientación evaluativa de los dirigentes partidistas

1. Actualmente, los dirigentes de los Partidos Políticos generan confianza a la sociedad
2. Actualmente, los dirigentes de los Partidos Políticos tienen acciones honestas hacia la sociedad
3. Actualmente, creo que los dirigentes de los Partidos Políticos buscan el bien de todos
4. Actualmente, los dirigentes de los partidos políticos llevan a sus partidos por el rumbo correcto
5. Actualmente, los dirigentes de los partidos políticos usan su poder de manera responsable
Fuente: Elaboración propia

Tabla 18. Preguntas con las que se midió la variable independiente de orientación evaluativa de los candidatos

1. En general, los candidatos hacen propuestas claras, comprensibles y precisas
2. En general, los candidatos hacen campañas que me ayudan a definir por quien voy a votar
3. En general, los candidatos respetan los topes de gastos de campaña
4. En general, los candidatos hacen campañas honestas y limpias
5. En general, los candidatos son elegidos de manera democrática al interior de sus partidos
6. En general, los candidatos al hacer campaña respetan la ley
Fuente: Elaboración propia

Tabla 19. Preguntas con las que se midió la variable independiente de orientación evaluativa de los miembros del Poder Legislativo

1. Actualmente, tengo una muy buena opinión de los diputados y Senadores
2. Actualmente, los diputados y senadores, al elaborar las leyes, toman más en cuenta los intereses de la población
3. Actualmente, tengo mucha confianza en los diputados y senadores
4. Actualmente, los diputados y senadores, trabajan principalmente para el beneficio de toda la sociedad
5. Actualmente, los diputados y senadores toman mucho en cuenta a los ciudadanos al momento de tomar las decisiones más importantes
6. Actualmente, los diputados y senadores usan su poder de manera responsable
7. Actualmente, los diputados y senadores llevan al país por el rumbo correcto
8. Actualmente, los gobernantes se aprovechan de sus puestos para obtener riqueza inexplicable
Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Preguntas con las que se midió el indicador de la variable dependiente denominado evaluación del ejercicio de los valores democráticos

1. Actualmente, estoy muy satisfecho con la democracia que hay al interior de los partidos políticos
2. Actualmente, los partidos políticos son un excelente ejemplo de Tolerancia
3. Actualmente, los partidos políticos son un excelente ejemplo de Diálogo y Negociación a favor de la Sociedad Mexicana
4. Actualmente, los partidos políticos son un excelente ejemplo de Transparencia en la Información
5. Actualmente, los partidos políticos son un excelente ejemplo de Participación Ciudadana
Fuente: Elaboración propia

En la tabla 21 se presentan los diversos modelos matemáticos del modelo de regresión, en la que destaca el indicador de la variable dependiente denominado evaluación del ejercicio de los valores democráticos.

Tabla 21: Resultados del modelo regresión en la prueba piloto #1

Indicador de la Variable Independiente	Indicador de la Variable Dependiente	R ²
Orientación Evaluativa de los Dirigentes Partidistas, Orientación Evaluativa de los Candidatos y Orientación Evaluativa de los Gobernantes	Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.716
Imagen Partidista (incluye orientación afectiva y evaluativa de los dirigentes partidistas, candidatos y gobernantes) (26 ítems)	Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.666
Afección de Gobernantes	Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.478
R ² : coeficiente de determinación		
Fuente: Elaboración propia		

Estos resultados incipientes dieron una dirección acerca de lo que podrían ser los resultados finales, pues el indicador de la variable dependiente que se refiere a la orientación evaluativa del ejercicio de los valores democráticos se perfiló para ser un indicador que jugaría un papel importante en los resultados finales, tal y como finalmente se confirmó.

6.1.2 Prueba Piloto #2 y #3

Cuando se aplicaron estas pruebas, la población objetivo había cambiado, ya no sería los ciudadanos en general de Nuevo León, sino los ciudadanos que hubieran presentado alguna iniciativa de ley ante el Congreso del Estado en el periodo del año 2008 al 2012. Esto porque se considera a dicha población como un grupo de interés respecto del poder legislativo.

La segunda prueba piloto fue aplicada entre el 25 de febrero al 12 de marzo de 2013, la muestra fue un total de 15 personas cuyo perfil es el siguiente: El 80% tienen estudios profesionales o más. El 60% había desempeñado un puesto de elección popular como miembro de un ayuntamiento o integrante del Congreso del Estado. El 80% ha participado activamente dentro de un partido político. Debido a lo anterior es que

consideramos que este perfil es semejante a la población objetivo de esta investigación.

La recolección de datos fue mediante una encuesta de opinión auto administrada, utilizándose por dos vías. (1) A algunos de ellos se les envió una versión del instrumento, impresa en papel y (2) a otros se les envió por correo electrónico el documento en formato DOC y lo regresaron bajo este mismo medio de comunicación.

La tercera prueba piloto fue aplicada a 58 alumnos de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica de entre tercero a quinto semestre en el periodo del 8 al 17 de abril de 2013; todos eran ciudadanos. La novedad aquí es que la recolección del 100% de los datos se hizo de manera digital utilizando la herramienta que está disponible en Google. Este ejercicio sirvió para evaluar el funcionamiento de esta herramienta.

Como este segundo instrumento de medición cuenta con una serie de preguntas correspondiente a la orientación cognitiva legal, que es el conocimiento que el encuestado tiene acerca de las funciones que las leyes mexicanas asignan a los miembros del poder legislativo, se pudo constatar que las diferencias en conocimiento son importantes entre los dos grupos de personas.

El grupo de personas de la segunda prueba piloto tuvo un promedio de 85% de aciertos por lo que se le considera como un grupo con conocimiento alto, por el contrario, el grupo de la tercera prueba piloto tuvo un promedio de 68% por lo que se le considera como un grupo con conocimiento medio. El porcentaje de aciertos en cada grupo puede considerarse como normal por el perfil de los integrantes.

En las tablas 22 y 23 se presentan los resultados del alfa de cronbach de en ambas variables en cada uno de los grupos. Al notar la estabilidad de los datos en dos grupos de personas con diferente orientación cognitiva, es que procedimos a disminuir el número de preguntas de la encuesta. Como el alfa de cronbach está, en la mayoría de los casos, por encima del mínimo recomendado por los investigadores sociales, es que

tratamos de obtener un instrumento equivalente, que con menos preguntas se pueda medir el mismo fenómeno.

La disminución de preguntas fue una propuesta hecha por los expertos que revisaron el cuestionario y comentarios recibidos por gente que participó en las pruebas piloto. Al momento de realizar el ejercicio de disminución de preguntas se trató de dejar el alfa de cronbach en un nivel aceptable o superior al que ya tenía.

Tabla 22. Confiabilidad de las variables independientes en prueba piloto #2 y 3

Dimensión	Orientación	Variables	Cantidad de Preguntas Piloto #2 y #3	Alfa Cronbach n=15	Alfa Cronbach n=58	Cantidad de Preguntas Final
IMAGEN CORPORATIVA DEL PODER LEGISLATIVO	Cognitiva	A) Conocimiento Legal	7	0.778	0.706	7
		B) Conocimiento Personal	3	0.696	0.747	3
	Afectiva	i) Afección Legal*	0	0	0	5
		C) Afección Personal	8	0.949	0.869	5
	Evaluativa	D) Evaluación Actual	20	0.941	0.922	11
		E) Evaluación Prospectiva	4	0.771	0.670	3
		Total Preguntas	42	--	--	34

* Este indicador se agregó después de aplicar las pruebas piloto 2 y 3.
n = total de participantes
Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Confiabilidad de las variables dependientes en prueba piloto #2 y 3

Dimensión	Orientación*	Indicadores	Cantidad de Preguntas Piloto #2 y #3	Alfa Cronbach n=15	Alfa Cronbach n=58	Cantidad de Preguntas Final
Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Cognitiva**	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	4	0.930	0.809	4
	Evaluativa***	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos (eva)	9	0.936	0.950	8
	Cognitiva**	H) Conocimiento Personal	3	0.600	0.550	3
	Afectiva	I) Afección Personal	8	0.776	0.792	8
	Evaluativa***	J) Evaluación de Recepción de Demandas (eva2)	5	0.891	0.922	3
		K) Evaluación de Proceso de Demandas (eva 3)	9	0.932	0.876	6
		L) Evaluación de Democracia Interior (eva 4)	3	0.920	0.772	3
		M) Evaluación de Resultados (outputs) (eva 5)	11	0.998	0.915	7
		N) Evaluación de Influencia Moral (eva 6)	5	0.839	0.762	4
		Total de Preguntas	57	--	--	46
	<p>* Las variables se presentan en el mismo orden en que se utilizaron en el instrumento de medición ** Es la misma variable, *** Es la misma variable. n = total de participantes Fuente: Elaboración propia</p>					

Utilizando el software de IBM SPSS Statistics, se colocaron todos los indicadores correspondientes a la variable independiente de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y como variables dependientes, se colocó, individualmente, a cada indicador correspondiente a la variable el prestigio institucional de los partidos políticos.

Después de hacer diversas pruebas, se encontraron los modelos matemáticos de la prueba de regresión de la prueba piloto 2, plasmados en la tabla 24, y de la prueba piloto 3 están plasmados en la tabla 25.

Tabla 24: Resultados del modelo de regresión de la prueba piloto #2

Variable Independiente: Imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	Indicadores de la Variable Dependiente: Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	R ²
Evaluación Actual	Evaluación de Proceso de Demandas	0.843
Evaluación Prospectiva y Evaluación Actual	Evaluación de Influencia Moral	0.788
Evaluación Prospectiva y Afección Personal	Evaluación de Resultados (outputs)	0.749
Evaluación Actual	Evaluación de Democracia Interior	0.644
Afección Personal	Afección Personal	0.465
Evaluación Prospectiva	Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.463
R ² : Coeficiente de determinación		
Fuente: Elaboración propia		

Tabla 25: Resultados del modelo de regresión de la prueba piloto #3

Indicador(es) de la Variable Independiente: Imagen Corporativa del Poder Legislativo Mexicano	Indicador de la Variable Dependiente: Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	R ²
Evaluación Actual, Afección Personal, Evaluación Prospectiva y Conocimiento Personal	Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.744
Evaluación Actual y Afección Personal	Evaluación de Proceso de Demandas	0.724
Evaluación Actual, Evaluación Prospectiva y Conocimiento Personal	Evaluación de Resultados (outputs)	0.641
Afección Personal y Evaluación Actual	Afección Personal	0.619
Evaluación Actual y Evaluación Prospectiva	Evaluación de Recepción de Demandas	0.577
Evaluación Prospectiva y Conocimiento Personal	Evaluación de Democracia Interior	0.468
R ² : Coeficiente de determinación		
Fuente: Elaboración propia		

Por el lado de la variable dependiente, es decir, el prestigio institucional de los partidos políticos, en las tres pruebas piloto, el indicador que denominamos la evaluación del ejercicio de los valores democráticos se comenzó a perfilar como indicador se sobresalía de los demás, cosa que se confirmó cuando se analizaron los datos finales.

Por el lado de las variables independientes, es decir, las orientaciones de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano, en las pruebas piloto 2 y 3, las variables que comenzaron a sobresalir fueron la orientación evaluativa actual y la

orientación evaluativa en prospectiva, cosa que se confirmó cuando se analizaron los datos finales.

6.1.3 Conclusiones de las Tres Pruebas Piloto

Prueba Piloto #1

En la primer prueba piloto se midió la imagen partidista mediante las unidades de análisis de los dirigentes partidistas, candidatos y gobernantes —Poder Legislativo—. Esta prueba dejó de manifiesto que el indicador de la variable dependiente que mejor respondía a los estímulos de las variables independientes era la evaluación del ejercicio de los valores democráticos. Vea la tabla 21. Las preguntas que corresponden a este indicador están en la tabla 20.

En el primer modelo matemático donde el coeficiente de determinación es de 0.716, vea tabla 21, las variables independientes del constructo imagen partidista se refieren a la evaluación actual de los dirigentes partidistas, la evaluación actual de los candidatos y la evaluación actual de los miembros del Poder Legislativo —gobernantes—. Las preguntas que componen estas variables están en la tabla 17, 18 y 19, respectivamente.

En el segundo modelo matemático donde el coeficiente de determinación es de 0.666, vea tabla 21, las variables independientes del constructo imagen partidista se refieren las orientaciones afectivas y evaluativas de los dirigentes, candidatos y miembros del poder legislativo, que incluyen las 26 preguntas de este constructo.

Estos dos modelos matemáticos se encuentran en el rango de coeficiente de determinación aceptable donde una variable es un buen predictor respecto de la otra. Creswell (2005) citado por Hernandez (2006) (p. 456).

Con respecto a esta primera prueba piloto, queremos enfatizar que no existía algún indicador que se refiriera a la evaluación en prospectiva de ninguna de las tres unidades de análisis. Se hace esta aclaración porque en los resultados finales, la evaluación en prospectiva de los miembros del poder legislativo resultó ser la variable

independiente que mejor coeficiente de determinación guardó con el indicador de la variable dependiente que se refiere a la evaluación del ejercicio de los valores democráticos dentro de los partidos políticos.

Prueba Piloto #2

En la segunda prueba piloto, por los avances normales de la investigación, se descartaron las variables correspondientes a los dirigentes partidistas y a los candidatos. Centramos nuestra observación, únicamente en la unidad de análisis de los miembros del Poder Legislativo —gobernantes—.

En la tabla 24 mostramos los resultados de la prueba de regresión. Hay seis modelos matemáticos, tres de ellos con un coeficiente de determinación aceptable, es decir, superior al 0.666. En dos modelos, de estos tres, la evaluación en prospectiva de los miembros del poder legislativo aparece como un factor que ofrece una buena predicción sobre algún indicador de la variable dependiente.

En los tres modelos matemáticos restantes, es decir, los que están por debajo de un coeficiente de determinación del 0.666, vea la tabla 24. Observe el modelo donde el coeficiente de determinación de 0.463, las variables que se ven involucradas son la evaluación en prospectiva de los miembros del Poder Legislativo y la evaluación del ejercicio de los valores democráticos al interior de los partidos políticos. Es este modelo matemático es el que prevaleció entre la población objetivo y que fueron los resultados finales de esta investigación.

De esta manera, la segunda prueba piloto dejó de manifiesto que por encima del indicador de la variable dependiente que se refiere a la evaluación del ejercicio de los valores democráticos, están en el siguiente orden (1) la evaluación del proceso de demandas, (2) la evaluación de la influencia moral, (3) evaluación de resultados (outputs), (4) evaluación de la democracia interior y (5) la afección personal. Sin embargo, dicho indicador continuó respondiendo de manera favorable a las variables independientes, de entre los que destacan la evaluación actual y en prospectiva de la imagen corporativa de los miembros del Poder Legislativo, vea la tabla 24.

La posible explicación de este hallazgo, puede entenderse por el perfil de las personas que participaron en esta segunda prueba piloto —el 85% eran militantes de un partido político—, y al reducido número de participantes. Para posteriores investigaciones puede ser materia de estudio.

En esta segunda prueba piloto apareció que las variables independientes denominadas evaluación actual, evaluación en prospectiva y la afeción personal hacia los integrantes de Poder Legislativo mexicano, tuvieron una relación de causalidad con algunos indicadores de la variable dependiente como la evaluación del proceso de demandas, la influencia moral, la evaluación de resultados (*outputs*), evaluación de la democracia interior y la afeción personal hacia los partidos políticos.

Esta prueba piloto abre la esperanza para que los indicadores teóricos plasmados en esta investigación, si tengan viabilidad de ser encontradas como válidas, siempre y cuando se aplique a un grupo de personas que sea militante de un partido político.

Como conclusión de la segunda prueba piloto, se destaca la correlación entre la evaluación en prospectiva de la imagen corporativa del poder legislativo con el ejercicio de los valores democráticos dentro de los partidos políticos. Esto debido a que en la recolección final de los datos, este modelo matemático prevaleció sobre otros.

Prueba Piloto #3

Con respecto a la tercer prueba piloto. En la tabla 25 mostramos los resultados de la prueba de regresión. Nuevamente mostramos seis modelos matemáticos, dos de ellos con un coeficiente de determinación aceptable, es decir, superior al 0.66. En ambos modelos se combinan una serie de variables independientes con indicadores de la variable dependiente. Sin embargo, en donde el factor de determinación es de 0.744, se ven nuevamente involucradas, como variables independientes, la evaluación actual y evaluación en prospectiva de la imagen corporativa del poder legislativo, con el

ejercicio de los valores democráticos dentro de los partidos políticos como indicador de la variable dependiente.

En los cuatro modelos matemáticos restantes, es decir, los que están por debajo del coeficiente de determinación del 0.66, vea la tabla 25. En tres de estos cuatro modelos, la evaluación actual y la evaluación en prospectiva de los miembros del Poder Legislativo continúa formado parte de las variables independientes.

Donde existe un factor de determinación de 0.468, la evaluación en prospectiva de los miembros del Poder Legislativo se combina con el conocimiento personal como dos variables independientes, que tiene causalidad con la evaluación del ejercicio de los valores democráticos al interior de los partidos políticos, que es el indicador que juega el papel de variable dependiente.

Los indicadores de la variable dependiente, que respondieron favorablemente a las variables independiente fueron, en el siguiente orden: (1) evaluación del ejercicio de los valores democráticos, (2) evaluación del proceso de demandas, (3) evaluación de resultados (outputs), (4) afección personal y (5) evaluación de la democracia interior. Vea tabla 25.

La diversidad de modelos matemáticos tanto en la prueba piloto #2 y #3, podría explicarse por el tamaño y/o el perfil de los integrantes de la muestra.

6.2 RESULTADOS FINALES

6.2.1 Confiabilidad del Instrumento de Medición

El estudio de campo se hizo mediante una encuesta de opinión; la mayoría de los participantes aplicaron de manera auto administrada, con la herramienta que ofrece Google en su servicio de correo electrónico. Para que el participante pudiera contestar la encuesta, se envió la liga o URL de internet preferentemente por correo electrónico, pero también mediante las redes sociales como facebook o twitter.

El contexto en el que los participantes contestaron la encuesta es múltiple y desconocido para el investigador. Pudo haber sido en su casa, oficina o cualquier otro lugar. Pudieron haber tenido asistencia de un tercero o no. La minoría de los participantes aplicó la encuesta mediante entrevista personal y el contexto fue en casa, oficina o restaurantes de café.

La recolección final de los datos se hizo en el periodo del 31 de mayo al 30 de julio de 2013. El tamaño de la población fue de 855 personas. Considerando el total de la población el tamaño para una muestra representativa es de 89 personas. Considerando solamente el 50% de la población, el tamaño para una muestra representativa es de 81 personas

En total contestaron la encuesta 51 personas. Considerando el tamaño de la muestra de 81, entonces la participación es del 63% de lo recomendable. Con esta cantidad se puede decir que la muestra no es representativa, pero si es una solución subóptima y marca tendencias claras de acuerdo a las consideraciones teóricas. Si a esto le agregamos que los resultados fueron congruentes con lo que se podría esperar de acuerdo a las pruebas piloto, entonces se tiene resultados aceptables.

De los 51 participantes, el 82% respondió la encuesta mediante el formulario electrónico elaborado con la herramienta de Google. El 11.76% la aplicó al llenar un formato impreso y 5.88% aplicó en una entrevista, esto es, 42, 6 y 3 personas respectivamente.

La selección de los participantes no se pudo hacer de manera aleatoria por la forma en que se integró el padrón y su dificultad para contactarlos. Se procedió a localizar a los participantes mediante oficios. Se dejó evidencia de las 84 invitaciones enviadas con las que se trató de localizar a un total de 305 personas.

La herramienta de Google permite obtener los resultados en una hoja electrónica compatible con Excel. Posteriormente, para contabilizar la respuestas y obtener los

resultados porcentuales se convirtió el archivo XLS a formato DBF para que pudiera ser manipulado por una base de datos. Se utilizó el software de Visual Fox y se elaboraron 76 programas computacionales para obtener los resultados porcentuales finales.

Teniendo como referencia a las pruebas piloto no fue sorprendente que el indicador de la variable dependiente denominado evaluación del ejercicio de los valores democráticos al interior de los partidos políticos, respondiera favorablemente, de manera causal con la variable independiente denominado evaluación en perspectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano.

Lo que resultó en hallazgo es que fue el único modelo matemático con una correlación metodológicamente aceptable cuando el análisis se hace con los indicadores, en lo individual, de la variable dependiente; esta sorpresa fue porque en las tres pruebas piloto hubo varios modelos matemáticos que cumplían con esta condición.

La confiabilidad de las variables independientes correspondientes a la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano, se puede encontrar en la tabla 26. Para obtener la ubicación numérica de cada *item*, se multiplica la respuesta por el peso relativo que presenta el SPSS, de todos y cada uno de los participantes, por lo que es la suma de productos. La tendencia es la interpretación cualitativa de la ubicación numérica de las variables que se explica con la escala.

Tabla 26. Confiabilidad de las variables independientes de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano; datos finales

Dimensión	Orientación	Variables	Alfa Cronbach n=51	Cantidad de Preguntas	Ubicación Promedio	Tendencia
IMAGEN CORPORATIVA DEL PODER LEGISLATIVO	Cognitiva	A) Conocimiento Legal	0.896	7	4.39	Muy Alto**
		B) Conocimiento Personal	0.839*	3	3.40	Algo negativo***
	Afectiva	i) Afección Legal	0.731	5	3.65	Algo negativo***
		C) Afección Personal	0.951	5	3.83	Muy negativo***
	Evaluativa	D) Evaluación Actual	0.929	11	3.77	Muy negativo***
		E) Evaluación Prospectiva	0.915	3	3.78	Muy negativo***
		Total Preguntas	--	34	--	--

* Se eliminó la pregunta B1 para obtener este alfa de cronbach. Ver tabla 29.
 ** Escala: (1) De 0 a menor o igual 1.25: muy bajo. (2) Mayor 1.25 y menor o igual 2.50: algo bajo. (3) Mayor a 2.50 y menor a 3.75: algo alto. (4) Mayor a 3.75 a 5: Muy alto.
 *** Escala: (1) De 0 a menor o igual 1.25: muy positivo. (2) Mayor 1.25 y menor o igual 2.50: algo positivo. (3) Mayor a 2.50 y menor a 3.75: algo negativo. (4) Mayor a 3.75 a 5: Muy negativo.
 Fuente: Elaboración propia

La confiabilidad de los indicadores de la variable dependiente, el prestigio institucional de los partidos políticos de los datos finales se puede encontrar en la tabla 27.

Tabla 27. Confiabilidad de los indicadores de la variable dependiente el prestigio institucional del partidos políticos; datos finales

Dimensión	Orientación ¹	Indicadores	Alfa Cronbach n=51	Cantidad de Preguntas Final	Ubicación Promedio	Tendencia
Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Cognitiva ²	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	0.893	4	2.71	Algo Negativo**
	Evaluativa ³	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos (eva)	0.935	8	3.97	Muy negativo**
	Cognitiva ²	H) Conocimiento Personal	0.610*	3	*	*
	Afectiva	I) Afección Personal	0.855	8	3.54	Algo negativo**
	Evaluativa ³	J) Evaluación de Recepción de Demandas (eva2)	0.871	3	3.58	Algo negativo**
		K) Evaluación de Proceso de Demandas (eva 3)	0.885	6	3.94	Muy negativo**
		L) Evaluación de Democracia Interior (eva 4)	0.841	3	4.11	Muy negativo**
		M) Evaluación de Resultados (outputs) (eva 5)	0.976	7	4.08	Muy negativo**
		N) Evaluación de Influencia Moral (eva 6)	0.845	4	3.76	Muy negativo**
			Total de Preguntas	--	46	--

¹ Las variables se presentan en el mismo orden en que se utilizaron en el instrumento de medición
² Es la misma variable
³ Es la misma variable
* Variable desechada por bajo alfa de cronbach
** Escala: (1) De 0 a menor o igual 1.25: muy positivo. (2) Mayor 1.25 y menor o igual 2.50: algo positivo. (3) Mayor a 2.50 y menor a 3.75: algo negativo. (4) Mayor a 3.75 a 5: Muy negativo.
Fuente: Elaboración propia

6.2.2 Estadística Descriptiva de las Variables independientes

Los resultados finales porcentuales de la variable orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano se encuentran en la tabla 28.

La evidencia muestra que las personas que participaron en la encuesta tienen un conocimiento muy alto de las funciones del poder legislativo.

Tabla 28. Resultados porcentuales de la variable orientación cognitiva legal de la imagen corporativa del Poder Legislativo mexicano

De acuerdo a las leyes mexicanas, señale cuál instancia legislativa desempeña las siguientes funciones	Diputados Federales	Senadores	Diputados Federales y Senadores	Ninguno	No Sabe
A1. Son los Representantes de la Nación Mexicana.	11.76*	17.65	56.86	11.76	1.96
A2. Aprueban el Presupuesto de Egresos de la Federación.	76.47*	1.96	13.73	5.88	1.96
A3. Son los encargados de elaborar, aprobar y actualizar las leyes mexicanas.	7.84	0	86.27*	3.92	1.96
A4. Analizan la Política Exterior desarrollada por el Presidente de la República.	1.96	78.43*	11.76	3.92	3.92
A5. Son los encargados de designar a los ministros de la Suprema Corte de Justicia de la Nación.	15.69	74.51*	0	3.92	5.88
A6. Son los encargados de revisar la Cuenta Pública del Gobierno Federal.	78.43*	0	9.80	3.92	7.84
A7. Aprueban la creación o modificación para el pago de Impuestos a la Federación.	49.02	0	39.22*	3.92	7.84

*respuesta correcta

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales de la variable orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano se encuentran en la tabla 29. La evidencia muestra que el sentimiento más común de los participantes es considerar que los miembros del Poder Legislativo no realizan adecuadamente su función como medio para canalizar las demandas ciudadanas hacia el sistema político.

Tabla 29. Resultados porcentuales de la variable orientación cognitiva personal de la imagen del Poder Legislativo mexicano

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
B1. A través de los legisladores se puede hacer llegar inquietudes y sugerencias para resolver los problemas de México o Nuevo León.	Pregunta descartada en la prueba de confiabilidad (alfa de cronbach)				
B2. Los legisladores recopilan necesidades de la población para elaborar, aprobar y actualizar las leyes de México o Nuevo León.	11.76	29.41	11.76	23.53	23.53
B3. Los legisladores dan a conocer a los ciudadanos sus propuestas y posturas para resolver los problemas de la sociedad antes de aprobarlos.	9.80	13.73	15.69	25.49	35.29

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales de la variable orientación afectiva legal de la imagen corporativa del Poder Legislativo mexicano se encuentran en la tabla 30. La evidencia muestra que el sentimiento más común de los participantes es no estar de acuerdo con la conformación legal del poder legislativo. Siendo la desafección más alta hacia los integrantes de representación proporcional, diputados federales y senadores, respectivamente.

Tabla 30. Resultados porcentuales de la variable orientación afectiva legal de la imagen corporativa del Poder Legislativo mexicano

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
i1. 300 diputados de mayoría relativa es la cantidad adecuada para un país como México	17.65	15.69	9.80	23.53	33.33
i2. 200 diputados de representación proporcional (plurinominal) es la cantidad adecuada para un país como México	3.92	9.80	9.80	19.61	56.86
i3. 64 senadores de mayoría relativa es la cantidad adecuada para un país como México	17.65	17.65	19.61	19.61	25.49
i4. 32 senadores de primera minoría es la cantidad adecuada para un país como México	3.92	25.49	15.69	15.69	39.22
i5. 32 senadores de representación proporcional (plurinominal) es la cantidad adecuada para un país como México	3.92	13.73	11.76	25.49	45.10

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales de la variable orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano se encuentran en la tabla 31. La evidencia muestra que el sentimiento más común de los participantes es estar muy en desacuerdo a las actitudes y actuaciones que manifiestan los miembros del poder legislativo.

Tabla 31. Resultados porcentuales de la variable orientación afectiva personal de la imagen corporativa del Poder Legislativo mexicano

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
C1. A los legisladores les interesa mucho lo que la gente como usted piensa.	9.80	7.84	7.84	39.22	35.29
C2. Los legisladores saben escuchar las demandas de la población.	5.88	13.73	11.76	37.25	31.37
C3. Los legisladores orientan a los ciudadanos para resolver los problemas de la sociedad.	5.88	13.73	17.76	23.53	39.22
C4. Siento que mis intereses están bien representados por los legisladores.	0	15.69	15.69	25.49	43.14
C5. Los legisladores trabajan en favor de gente como usted.	0	17.65	9.80	39.22	33.33

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales de la variable orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el poder legislativo se encuentran en la tabla 32. La evidencia muestra que la mayoría de los participantes evalúan muy negativamente a la actuación cotidiana de los miembros del poder legislativo.

Tabla 32. Resultados porcentuales de la variable orientación de evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
D1. Los legisladores se aprovechan de sus puestos para beneficio de ellos mismos.	39.22	27.45	25.49	3.92	3.92
D2. Los legisladores, al elaborar las leyes toman más en cuenta la opinión de sus partidos políticos que la opinión de los ciudadanos.	60.78	27.45	7.84	0	3.92
D3. Creo que los legisladores toman mucho en cuenta a los ciudadanos al momento de tomar las decisiones más importantes.	3.92	3.92	11.76	39.22	41.18
D4. Creo que los legisladores tienen una actitud positiva para mejorar las cosas en México.	3.92	11.76	27.45	27.45	29.41
D5. Apruebo la forma cómo realizan su trabajo los legisladores.	1.96	11.76	11.76	41.18	33.33
D6. Los legisladores tienen acciones honestas hacia la sociedad Mexicana.	3.92	9.80	27.45	39.22	19.61
D7. Los legisladores usan su poder de manera responsable.	1.96	11.76	23.53	39.22	23.53
D8. Los legisladores respetan las leyes mexicanas.	1.96	15.69	39.22	25.49	17.65
D9. Los legisladores llevan al país por el rumbo correcto.	1.96	9.80	19.61	37.25	31.37
D10. Creo que los legisladores buscan el bien de toda la sociedad Mexicana.	1.96	13.73	17.65	37.25	29.41
D11. Estoy satisfecho con los legisladores por fortalecer la democracia en México.	1.96	13.73	15.69	39.22	29.41

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales de la variable orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el poder legislativo se encuentran en la tabla 33. La evidencia muestra que la mayoría de los participantes evalúa muy negativamente la actuación que en un futuro tendrán los miembros del poder legislativo.

Tabla #33. Resultados porcentuales de la variable orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano

IMG: GOB: EVA PROS.		Muy Probable	Probable	Ni probable, Ni Improbable	Improbable	Muy Improbable
Señale qué tan PROBABLE cree usted que los legisladores vayan a realizar las siguientes acciones						
E1. ¿Qué tan probable es que los legisladores vayan a cumplir con sus promesas de campaña?		1.96	7.84	15.69	49.02	25.49
E2. ¿Qué tan probable es que los legisladores vayan a ayudar a resolver los problemas de la sociedad?		1.96	7.84	21.57	49.02	19.61
E3. ¿Qué tan probable es que los legisladores vayan a desempeñarse de manera honesta?		0	15.69	23.53	35.29	25.49

Fuente: Elaboración propia

6.2.3 Estadística Descriptiva de los indicadores de la Variable Dependiente

Los resultados finales porcentuales del indicador legitimidad del sistema de partidos se encuentran en la tabla 34. La evidencia muestra el sentimiento de la mayoría de los participantes es otorgar, al sistema de partidos políticos, una ligera deslegitimación. Este es el indicador, aunque cae en el lado de la deslegitimación, está muy cercano al punto medio. Por lo que se percibe que el sistema de partidos tiene una función social útil y positiva. Quizá el sistema de partidos es preferible a cualquier otra forma para llevar una vida institucionalmente democrática, porque actualmente no se visualiza un método mejor.

Tabla #34. Resultados porcentuales de la legitimidad del sistema de partidos políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados.	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
F1. Los Partidos Políticos son necesarios para que exista la democracia.	29.41	29.41	11.76	19.61	9.80
F2. Los Partidos Políticos podrán tener muchos defectos, pero son la mejor forma de organización ciudadana para que haya elecciones democráticas.	21.57	35.29	9.80	19.61	13.73
F3. Los Partidos Políticos son muy necesarios para hacer que el gobierno funcione.	17.65	33.33	15.69	19.61	13.73
F4. La Democracia puede funcionar sin partidos políticos.	21.57	17.65	11.76	31.37	17.65

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador evaluación del ejercicio de los valores democráticos en los partidos políticos se encuentran en la tabla 35. La evidencia muestra que la mayoría de los participantes están muy insatisfechos con el ejercicio de los valores democráticos al interior de los partidos políticos.

Tabla 35. Resultados porcentuales del indicador de evaluación del ejercicio de valores democráticos de los partidos políticos

Señale qué tan SATISFECHO está con las acciones que se presentan en los Partidos Políticos	PI: P..P: EVA.				
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Ni Satisfecho, Ni insatisfecho	Insatisfecho	Muy Insatisfecho
G1. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos con la Tolerancia que muestran a quienes no piensan igual que ellos?	0	11.76	17.65	37.25	33.33
G2. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos por el respeto a la dignidad humana que muestran?	0	15.69	19.61	37.25	27.45
G3. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos por el respeto a la ley que muestran?	0	11.76	19.61	39.22	29.41
G4. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos porque su forma de dialogar y negociar a favor de la Sociedad Mexicana?	0	11.76	19.61	35.29	33.33
G5. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos por la transparencia con que manejan su información?	0	3.92	9.80	33.33	52.94
G6. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos por la forma en la que impulsan la participación ciudadana?	0	5.88	19.61	39.22	35.29
G7. ¿Qué tan satisfecho está con los Partidos Políticos por las muestras de solidaridad que tienen hacia la sociedad mexicana?	1.96	7.84	17.65	35.29	37.25
G8. ¿Qué tan satisfecho está con la democracia que hay al interior de los Partidos Políticos?	0	5.88	21.57	35.29	37.25

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador cognitivo personal hacia los partidos políticos se encuentran en la tabla 36. Este indicador y sus ítems se desecharon por su bajo nivel de confiabilidad.

Tabla #36. Resultados porcentuales el indicador cognitivo personal de los partidos políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
H1. A través de los partidos políticos se pueden hacer llegar inquietudes y sugerencias a los gobernantes y legisladores.	Preguntas descartadas por bajo nivel de confiabilidad (alfa de cronbach)				
H2. Conozco a alguien que ha hecho llegar inquietudes y sugerencias a algún partido político.					
H3. Los Partidos Políticos dan a conocer a los ciudadanos sus propuestas para resolver los problemas de la sociedad.					

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador afectivo personal hacia los partidos políticos se encuentran en la tabla 37. La evidencia muestra en la mayoría de los participantes hay una desafección hacia los partidos políticos, en cuanto a las acciones que estas organizaciones tienen hacia la sociedad. Sin embargo, contrasta el interés favorable por conocer las propuestas de algún partido político.

Tabla #37. Resultados porcentuales del indicador de afección personal de los partidos políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
11. A los Partidos Políticos les interesa mucho lo que la gente como usted piensa.	3.92	13.73	25.49	21.57	35.29
12. Los Partidos políticos saben escuchar las demandas de la población.	1.96	15.69	17.65	25.49	39.22
13. En los Partidos políticos orientan a los ciudadanos para resolver los problemas de la sociedad.	1.96	13.73	23.53	25.49	35.29
14. En los partidos políticos se puede recibir orientación para solucionar los problemas de la comunidad.	5.88	17.65	17.65	29.41	29.41
15. Estoy interesado en participar activamente dentro de un Partido Político.	21.57	13.73	17.65	21.57	25.49
16. Actualmente simpatizo mucho con un Partido Político.	11.76	21.57	11.76	23.53	31.37
17. He asistido a la oficina de algún partido político a hacer algún trámite o solicitud.	21.57	19.61	13.73	21.57	23.53
18. Estoy interesado en conocer las principales propuestas de un Partido Político.	35.29	23.53	15.69	15.69	9.80

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador evaluación de recepción de demandas en los partidos políticos se encuentran en la tabla 38. La evidencia muestra los participantes evalúan negativamente, la función que los partidos políticos realizan en cuanto a la recepción de demandas de la sociedad hacia el sistema político y su eficiencia a gestionarlas ante la autoridad.

Tabla #38. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de recepción de demandas de los partidos políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
J1. Los Partidos Políticos son eficientes al hacer llegar quejas y sugerencias a los gobernantes	5.88	13.73	19.61	21.57	39.22
J2. Los Partidos Políticos son un buen medio para canalizar las inquietudes y demandas de los ciudadanos.	5.88	17.65	21.57	23.53	31.37
J3. Acudir a un Partido Político es una buena opción para recibir ayuda u orientación para hacer llegar mis inquietudes, quejas o comentarios al gobierno.	7.84	17.65	27.45	15.69	31.37

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador evaluación del proceso de demandas en los partidos políticos se encuentran en la tabla 39. La evidencia muestra que la mayoría de los participantes evalúan muy negativamente la forma en cómo procesan, los partidos políticos, las demandas que van de la sociedad hacia el sistema político, además cuestionan su capacidad de transformar esas demandas en acciones que generen confianza y credibilidad.

Tabla 39. Resultados porcentuales del indicador de evaluación del proceso de demandas de los partidos políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados.	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
K1. Estoy satisfecho con el funcionamiento de los Partidos Políticos en México.	0	5.88	15.69	33.33	45.10
K2. Dentro de los Partidos Políticos se realizan acciones honestas a favor de la sociedad en general	1.96	9.80	29.41	29.41	29.41
K3. Los Partidos Políticos, en los últimos cinco años han progresado en reducir la corrupción al interior de su organización.	0	5.88	13.73	27.45	52.94
K4. Una de las cualidades de los Partidos Políticos es la confianza que generan en la sociedad.	1.96	13.73	5.88	27.45	50.98
K5. Los Partidos Políticos hacen su mejor esfuerzo para transformar las demandas de la sociedad en soluciones que beneficien a la mayoría.	1.96	11.76	11.76	37.25	37.25
K6. Los Partidos Políticos tienen la capacidad de generar esperanzas o expectativas positivas hacia el futuro.	5.88	31.37	17.65	17.65	27.45

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador evaluación de la democracia interior en los partidos políticos se encuentran en la tabla 40. La evidencia muestra que la mayoría de los encuestados evalúan muy negativamente de la democracia interior que hay en los partidos políticos, ya que los candidatos que presentan no necesariamente son lo que tienen más méritos o capacidades para ocupar o ejercer un cargo público.

Tabla 40. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de democracia interior de los partidos políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
L1. Los Partidos Políticos proponen a los candidatos que tienen más mérito para ser funcionarios públicos.	0	5.88	17.65	25.49	50.98
L2. En los últimos cinco años, los partidos políticos han progresado en su democracia interior.	3.92	9.80	17.65	31.37	37.25
L3. Los Partidos Políticos proponen a los candidatos que tienen más capacidad para ser funcionarios públicos.	1.96	7.84	13.73	21.57	54.90

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador evaluación de resultados (*outputs*) de los partidos políticos hacia la sociedad se encuentran en la tabla 41. La evidencia muestra que la mayoría de los participantes evalúa muy negativamente la influencia

que tienen los partidos políticos sobre los beneficios que el sistema político da a la sociedad. Ve a los partidos políticos como alejados de promover esos beneficios

Tabla 41. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de resultados (outputs) de los Partidos Políticos

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
M1. Los Partidos Políticos ayudan a que la educación pública cada vez sea mejor.	1.96	5.88	15.69	25.49	50.98
M2. Los Partidos Políticos ayudan a cada vez haya menos pobreza en la población.	1.96	9.80	11.76	23.53	52.94
M3. Los Partidos Políticos ayudan a que cada vez haya más empleo.	1.96	9.80	17.65	25.49	45.10
M4. Los Partidos Políticos ayudan a combatir la corrupción del gobierno.	1.96	7.84	15.69	17.65	56.86
M5. Los Partidos Políticos ayudan a que haya más crecimiento económico.	1.96	9.80	19.61	19.61	49.02
M6. Los Partidos Políticos ayudan a cada vez haya una mejor distribución del ingreso entre toda la población.	1.96	7.84	21.57	21.57	47.06
M7. Los Partidos Políticos ayudan a mejorar la seguridad pública.	3.92	7.84	17.65	25.49	45.10

Fuente: Elaboración propia

Los resultados finales porcentuales del indicador evaluación de la influencia moral de los partidos políticos sobre la sociedad se encuentran en la tabla 42. La evidencia muestra que la mayoría de los participantes evalúa muy negativa a la influencia moral que los partidos políticos tienen sobre la sociedad, es decir, las opiniones de los partidos políticos no influyen sobre los encuestados, quizá debido a la falta de credibilidad

Tabla 42. Resultados porcentuales del indicador de evaluación de influencia moral de los partidos políticos sobre la sociedad

Señale qué tan DE ACUERDO está con los siguientes enunciados	Muy de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de acuerdo, Ni desacuerdo	Desacuerdo	Muy en Desacuerdo
N1. Las propuestas que hacen los Partidos Políticos son en beneficio de todos los mexicanos.	1.96	7.84	23.53	31.37	35.29
N2. Las opiniones de los Partidos Políticos me hacen reflexionar positivamente.	1.96	19.61	15.69	29.41	33.33
N3. Los Partidos Políticos hacen denuncias que permiten castigar a los acusados.	1.96	15.69	19.61	25.49	37.25
N4. El Partido Político es la razón más importante para que yo decidiera por cual candidato(a) votar.	11.76	13.73	13.73	21.57	39.22

Fuente: Elaboración propia

6.2.4 Regresión Lineal

Las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano que impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos.

En esta investigación la variable dependiente, el prestigio institucional de los partidos políticos está compuesta por varios indicadores, al obtener un promedio de estos datos, nos dispusimos a someterlos a una prueba de regresión para encontrar la causalidad con respecto a las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano. Se obtuvieron los resultados mostrados en la tabla 43.

Tabla 43: Resultados del modelo de regresión: La imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos

No. Modelo	Variables Independientes: Orientaciones sobre la Imagen Corporativa del Poder Legislativo Mexicano	Variable Dependiente	R ²	Ecuación
1 *	Evaluación Actual (D)	Prestigio Institucional de los Partidos Políticos (PI)	0.608	PI = 0.753 + 0.696 D
2 *	Evaluación Actual (D) Afectiva Legal (i)		0.664	PI = 0.425 + 0.626 D + 0.206 i
3 **	Cognitiva Legal (A), Cognitiva Personal (B), Afectiva Legal (i), Afectiva Personal (C), Evaluativa Actual (D), Evaluativa en prospectiva (E)		0.701	PI = 0.780 - 0.107 A + 0.073 B + 0.203 i + 0.002 C + 0.381 D + 0.213 E

* Método Stepwise, ** Método Enter. R² coeficiente de determinación

Fuente: Elaboración propia

El modelo matemático que debemos aceptar es cuando el coeficiente de determinación es 0.664, que está en el límite inferior sugerido por los investigadores sociales que es de 0.66, por tanto la ecuación está dada por:

$$PI = 0.425 + 0.626 D + 0.206 i$$

Don de *PI* es el prestigio institucional de los partidos políticos.

D es la orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano.

i es la orientación afectiva legal de la imagen corporativa del poder legislativo mexicano.

Por lo que las orientaciones evaluativa actual y afectiva legal sobre el poder legislativo mexicano explican en un 66.4% el comportamiento que tiene el prestigio institucional de los partidos políticos.

Para las orientaciones cognitiva legal, cognitiva personal, afectiva personal y evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano, no hay suficiente evidencia empírica que denote una causalidad pero si sirven para validar los datos pues toman la misma tendencia de las variables aceptadas dentro del modelo matemático.

Con el objetivo de hacer un análisis más minucioso nos dimos a la tarea de hacer las siguientes pruebas.

Las orientaciones de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano que impactan en los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos.

Al someter nuestros datos a la prueba de regresión lineal podemos ver que la evidencia muestra que las orientaciones de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano que explican algunos indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos son: la evaluación en prospectiva, el conocimiento personal, el conocimiento legal y la afección legal.

Los diversos modelos matemáticos nos muestran que la evaluación en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano, tiene un poder de explicación 0.632 sobre la evaluación del ejercicio de los valores democráticos como indicador del prestigio institucional de los partidos políticos. Tabla 44. Siendo este modelo el único que está más cercano al límite inferior sugerido por los investigadores sociales que es de 0.66.

Tabla 44 : Resultados del modelo de regresión: La imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano y los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos

No. Modelo	Variables Independiente: Orientaciones sobre la Imagen Corporativa del Poder Legislativo Mexicano	Indicador de la Variable Dependiente: Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	R ²
1	Evaluativa en Prospectiva	Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.632
2	Evaluación Prospectiva, Conocimiento Personal y Conocimiento Legal	Evaluación de Resultados (outputs)	0.541
3	Evaluación Prospectiva y Afección Legal	Evaluación de Influencia Moral	0.510
4	Evaluación Prospectiva	Evaluación de Proceso de Demandas	0.447
5	Evaluación Prospectiva y Afección Legal	Afección Personal	0.441

R²: Coeficiente de determinación.
Fuente: Elaboración propia

Algunos indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos que son explicados por algunas variables de la imagen corporativa del poder legislativo son: la evaluación del ejercicio de los valores democráticos, la evaluación de resultados, la influencia moral, la evaluación del proceso de demandas y la afección personal hacia los partidos políticos, vea la tabla 44.

Sin embargo, la evaluación en prospectiva del poder legislativo, es el factor que tiene, por sí solo, un poder de explicación metodológicamente aceptable sobre el ejercicio de los valores democráticos al interior de los partidos políticos. La fórmula del modelo matemático queda de la siguiente forma

$$PI = 0.452 + .650 E$$

Don de *PI* es el prestigio institucional de los partidos políticos.

E es la orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano.

6.2.5 Prueba de Hipótesis de trabajo

Hipótesis # 1:

A mayor orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Para probar nuestra hipótesis primero vamos a ver si los datos observados son o no independientes. Por lo que planteamos las siguientes hipótesis

Ho: La orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son independientes.

Ha: La orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son dependientes.

La correlación mostrada entre ambas variables de la hipótesis es $r = -0.22$, —todos los indicadores—, vea tabla 45. Utilizando un nivel de confiabilidad de $\alpha = 0.05$. Al aplicar una prueba de dos colas, con el estadístico Z, tenemos que la confiabilidad es $\alpha/2 = 0.025$. El valor de la tabla para cuando $Z_{\text{tabla}} = Z_{\alpha/2} = 1.96$. Dado que $Z_{\text{calculada}} = -1.515$ cae en la región de aceptación de Ho. Entonces se acepta que las dos variables son independientes.

Tabla 45: Prueba de independendencia entre las variables Orientación Cognitiva Legal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Variable Independiente	Indicador del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Correlación Pearson	Z calculada	Ho
Orientación Cognitiva Legal de la imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	-0.02	-0.152	Se acepta
	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	-0.13	-0.925	Se acepta
	H) Conocimiento Personal	Indicador desechado	N/A	Se acepta
	I) Afección Personal	-0.08	-0.546	Se acepta
	J) Evaluación de Recepción de Demandas	-0.08	-0.529	Se acepta
	K) Evaluación de Proceso de Demandas	-0.26	-1.880	Se acepta
	L) Evaluación de Democracia Interior	-0.36	-2.622	Se rechaza
	M) Evaluación de Resultados (outputs)	-0.25	-1.777	Se acepta
	N) Evaluación de Influencia Moral	-0.27	-1.920	Se acepta
	Todos los indicadores	-0.22	-1.515	Se acepta

Fuente: Elaboración propia.

El nivel de significancia de la correlación, entre estas dos variables, con una prueba de dos colas es 0.125, el cual resulta superior a 0.05, lo cual confirma que aceptar la H_0 es lo correcto.

Conclusión de la hipótesis 1: La orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del Poder Legislativo es independiente del prestigio institucional de los partidos políticos. Al ser dos variables independientes entre sí, no se puede aceptar la hipótesis #1.

Sin embargo, cuando hacemos esta misma prueba teniendo como variables, por un lado a la orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y por el otro, a cada indicador, individualmente, de la variable el prestigio institucional de los partidos políticos, tenemos que únicamente se rechaza la H_0 cuando el indicador se refiere a la evaluación de Democracia interior pues la $Z_{calculada} = -2.622$, por lo que esas variables si son dependientes.

Al ser dependientes, volvemos aplicar la prueba de hipótesis y se generan las siguientes hipótesis que buscan encontrar la direccionalidad de los dependencia.

H_0 : La orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y la evaluación de la democracia interior de los partidos políticos son independientes.

H_a : A mayor orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo menor es la evaluación de la democracia interior de los partidos políticos.

Cuando $\alpha = 0.05$, y $Z_{tabla} = Z_{\alpha} = Z_{0.05} = -1.64$, dado que $Z_{calculada} = -2.622$, entonces estamos en la región de rechazo de H_0 y se acepta la H_a .

Esto nos lleva aceptar que la correlación es negativa, por lo que con una correlación $r=-0.36$, podemos decir que a mayor orientación cognitiva legal sobre la actuación de los miembros del Poder Legislativo menor es la evaluación de la democracia interior de los partidos políticos.

Hipótesis# 2:

A mayor orientación cognitiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Primero veremos si ambas variables son independientes, por lo que tenemos las siguientes hipótesis

Ho: La orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son independientes.

Ha: La orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son dependientes.

Tabla 46: Prueba de independencia entre las variables Orientación Cognitiva Personal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Variable Independiente	Indicador del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Correlación Pearson	Z calculada	Ho
Orientación Cognitiva Personal de la imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	0.25	1.773	Se acepta
	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.41	2.984	Se rechaza
	H) Conocimiento Personal	Indicador Desechado	N/A	N/A
	I) Afección Personal	0.48	3.585	Se rechaza
	J) Evaluación de Recepción de Demandas	0.49	3.696	Se rechaza
	K) Evaluación de Proceso de Demandas	0.47	3.509	Se rechaza
	L) Evaluación de Democracia Interior	0.26	1.825	Se acepta
	M) Evaluación de Resultados (outputs)	0.24	1.697	Se acepta
	N) Evaluación de Influencia Moral	0.39	2.888	Se rechaza
Todos los indicadores		0.45	3.393	Se rechaza

Fuente: Elaboración Propia

La correlación mostrada entre ambas variables de la hipótesis es $r = 0.45$, —todos los indicadores—, vea tabla 46. Utilizando un nivel de confiabilidad de $\alpha = 0.05$. Al aplicar una prueba de dos colas, con el estadístico Z , tenemos que la confiabilidad es $\alpha/2 = 0.025$. El valor de la tabla para cuando $Z_{\text{tabla}} = Z_{\alpha/2} = 1.96$. Dado que $Z_{\text{calculada}} = 3.393$ cae en la región de rechazo de H_0 y se acepta H_a .

Al aceptarse que las dos variables son dependientes, ahora nos disponemos a ver la dependencia entre la orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo con todos y cada uno de los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos.

De acuerdo a la tabla 46 podemos ver que la orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo es independiente de los indicadores de: (1) la legitimidad de los partidos políticos — $Z_{\text{calculada}} = 1.773$ —, (2) la evaluación de la democracia interior — $Z_{\text{calculada}} = 1.825$ — y (3) la evaluación de resultados (outputs) — $Z_{\text{calculada}} = 1.697$ —. Pero es dependiente de los demás indicadores.

Una vez que hemos demostrado la dependencia entre la orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos, ahora debemos mostrar la direccionalidad, por lo que se plantea las siguientes hipótesis

H_0 : La orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos de los partidos políticos son independientes.

H_a : A mayor orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Cuando $\alpha=0.05$, y $Z_{\text{tabla}}=Z_{\alpha}=Z_{0.05}=1.64$, dado que $Z_{\text{calculada}} = 3.393$, entonces estamos en la región de rechazo de H_0 y se acepta la H_a .

El nivel de significancia de la correlación, entre estas dos variables, con una prueba de dos colas es 0.001, el cual resulta inferior a 0.01, lo cual confirma que aceptar la H_a es lo correcto con un nivel de confianza del 99%.

Esto nos lleva aceptar la correlación es positiva, por lo que con una correlación $r=0.45$, podemos decir que a mayor orientación cognitiva personal sobre la actuación de los miembros del Poder Legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos, quedando aceptada la hipótesis #2.

Hipótesis # 3:

A mayor orientación afectiva legal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Primero veremos si ambas variables son independientes, por lo que tenemos las siguientes hipótesis

H_0 : La orientación afectiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son independientes.

H_a : La orientación afectiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son dependientes.

Tabla 47: Prueba de independencia entre las variables Orientación Afectiva Legal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Variable Independiente	Indicador del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Correlación Pearson	Z calculada	Ho
Orientación Afectiva Legal de la imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	0.25	1.797	Se acepta
	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.28	2.027	Se rechaza
	H) Conocimiento Personal	Indicador Desechado	N/A	N/A
	I) Afección Personal	0.39	2.889	Se rechaza
	J) Evaluación de Recepción de Demandas	0.38	2.811	Se rechaza
	K) Evaluación de Proceso de Demandas	0.41	2.987	Se rechaza
	L) Evaluación de Democracia Interior	0.32	2.306	Se rechaza
	M) Evaluación de Resultados (outputs)	0.50	3.777	Se rechaza
	N) Evaluación de Influencia Moral	0.49	3.745	Se rechaza
	Todos los indicadores	0.47	3.502	Se rechaza

Fuente: Elaboración propia

La correlación mostrada entre ambas variables de la hipótesis es $r = 0.47$, —todos los indicadores—, vea tabla 47. Utilizando un nivel de confiabilidad de $\alpha = 0.05$. Al aplicar una prueba de dos colas, con el estadístico Z, tenemos que la confiabilidad es $\alpha/2 = 0.025$. El valor de la tabla para cuando $Z_{\text{tabla}} = Z_{\alpha/2} = 1.96$. Dado que $Z_{\text{calculada}} = 3.502$ cae en la región de rechazo de H_0 y se acepta H_a .

Al aceptarse que las dos variables son dependientes, ahora nos disponemos a ver la dependencia entre la orientación afectiva legal de los miembros del poder legislativo con todos y cada uno de los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos.

De acuerdo a la tabla 47 podemos ver que la orientación afectiva legal los miembros del poder legislativo es independiente del indicador la legitimidad de los partidos políticos — $Z_{\text{calculada}} = 1.797$ — y es dependiente de los demás indicadores.

Una vez que hemos demostrado la dependencia entre la orientación afectiva legal de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos, ahora debemos mostrar la direccionalidad, por lo que se plantea las siguientes hipótesis.

Ho: La orientación afectiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos de los partidos políticos son independientes.

Ha: A mayor orientación afectiva legal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Cuando $\alpha=0.05$, y $Z_{\text{tabla}}=Z_{\alpha}=Z_{0.05}=1.64$, dado que $Z_{\text{calculada}} = 3.502$, entonces estamos en la región de rechazo de Ho y se acepta la Ha.

El nivel de significancia de la correlación, entre estas dos variables, con una prueba de dos colas es 0.001, el cual resulta inferior a 0.01, lo cual confirma que aceptar la Ha es lo correcto con un nivel de confianza del 99%.

Esto nos lleva aceptar la correlación es positiva, por lo que con una correlación $r=0.47$, podemos decir que a mayor orientación afectiva legal de la actuación de los miembros del Poder Legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos, quedando aceptada la hipótesis #3.

Hipótesis # 4:

A mayor orientación afectiva personal de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Primero veremos si ambas variables son independientes, por lo que tenemos las siguientes hipótesis

Ho: La orientación afectiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son independientes.

Ha: La orientación afectiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son dependientes.

Tabla 48: Prueba de independencia entre las variables Orientación Afectiva Personal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Variable Independiente	Indicador del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Correlación Pearson	Z calculada	Ho
Orientación Afectiva Personal de la imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	0.28	2.012	Se rechaza
	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.70	6.005	Se rechaza
	H) Conocimiento Personal	Indicador Desechado	N/A	N/A
	I) Afección Personal	0.54	4.144	Se rechaza
	J) Evaluación de Recepción de Demandas	0.46	3.427	Se rechaza
	K) Evaluación de Proceso de Demandas	0.58	4.608	Se rechaza
	L) Evaluación de Democracia Interior	0.50	3.777	Se rechaza
	M) Evaluación de Resultados (outputs)	0.49	3.690	Se rechaza
	N) Evaluación de Influencia Moral	0.63	5.188	Se rechaza
	Todos los indicadores	0.63	5.100	Se rechaza

Fuente: Elaboración propia

La correlación mostrada entre ambas variables de la hipótesis es $r=0.63$, —todos los indicadores—, vea tabla 48. Utilizando un nivel de confiabilidad de $\alpha=0.05$. Al aplicar una prueba de dos colas, con el estadístico Z, tenemos que la confiabilidad es $\alpha/2=0.25$. El valor de la tabla para cuando $Z_{tabla}=Z_{\alpha/2}=1.96$. Dado que $Z_{calculada}=5.100$ cae en la región de rechazo de Ho y se acepta Ha.

Al aceptarse que las dos variables son dependientes, ahora nos disponemos a ver la dependencia entre la orientación afectiva personal de los miembros del poder legislativo con todos y cada uno de los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos.

De acuerdo a la tabla 48 podemos ver que la orientación afectiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo es dependiente de todos y cada uno de los indicadores que componen al prestigio institucional de los partidos políticos.

Una vez que hemos demostrado la dependencia entre la orientación afectiva personal de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos, ahora debemos mostrar la direccionalidad, por lo que se plantea las siguientes hipótesis.

Ho: La orientación afectiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos de los partidos políticos son independientes.

Ha: A mayor orientación afectiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Cuando $\alpha=0.05$, y $Z_{\text{tabla}}=Z_{\alpha}=Z_{0.05}=1.64$, dado que $Z_{\text{calculada}} = 5.100$, entonces estamos en la región de rechazo de Ho y se acepta la Ha.

El nivel de significancia de la correlación, entre estas dos variables, con una prueba de dos colas es 0.001, el cual resulta inferior a 0.01, lo cual confirma que aceptar la Ha es lo correcto con un nivel de confianza del 99%.

Esto nos lleva aceptar que la correlación es positiva, por lo que con una correlación $r=0.63$, podemos decir que a mayor orientación afectiva personal de la actuación de los miembros del Poder Legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos, quedando aceptada la hipótesis #4.

Hipótesis # 5:

A mejor orientación evaluativa actual de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Primero veremos si ambas variables son independientes, por lo que tenemos las siguientes hipótesis

Ho: La orientación evaluativa actual sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son independientes.

Ha: La orientación evaluativa actual sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos son dependientes.

Tabla 49: Prueba de independencia entre las variables Orientación Evaluativa Actual de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Variable Independiente	Indicador del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Correlación Pearson	Z calculada	Ho
Orientación Evaluativa Actual de la imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	0.30	2.166	Se rechaza
	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.86	8.831	Se rechaza
	H) Conocimiento Personal	Indicador Desechado	N/A	N/A
	I) Afección Personal	0.68	5.761	Se rechaza
	J) Evaluación de Recepción de Demandas	0.52	3.949	Se rechaza
	K) Evaluación de Proceso de Demandas	0.70	6.066	Se rechaza
	L) Evaluación de Democracia Interior	0.65	5.425	Se rechaza
	M) Evaluación de Resultados (outputs)	0.71	6.102	Se rechaza
	N) Evaluación de Influencia Moral	0.79	7.364	Se rechaza
Todos los indicadores		0.78	7.233	Se rechaza

Fuente: Elaboración propia

La correlación mostrada entre ambas variables de la hipótesis es $r = 0.78$, —todos los indicadores—, vea tabla 49. Utilizando un nivel de confiabilidad de $\alpha = 0.05$. Al aplicar una prueba de dos colas, con el estadístico Z, tenemos que la confiabilidad es $\alpha/2 = 0.25$. El valor de la tabla para cuando $Z_{\text{tabla}} = Z_{\alpha/2} = 1.96$. Dado que $Z_{\text{calculada}} = 7.233$ cae en la región de rechazo de Ho y se acepta Ha.

Al aceptarse que las dos variables son dependientes, ahora nos disponemos a ver la dependencia entre la orientación evaluativa actual de los miembros del poder legislativo con todos y cada uno de los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos.

De acuerdo a la tabla 49 podemos ver que la orientación evaluativa actual sobre la actuación de los miembros del poder legislativo es dependiente de todos y cada uno de los indicadores que componen al prestigio institucional de los partidos políticos.

Una vez que hemos demostrado la dependencia entre la orientación evaluativa actual sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos, ahora debemos mostrar la direccionalidad, por lo que se plantea las siguientes hipótesis.

Ho: La orientación afectiva personal sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos de los partidos políticos son independientes.

Ha: A mayor orientación evaluativa actual sobre la actuación de los miembros del poder legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Cuando $\alpha=0.05$, y $Z_{\text{tabla}}=Z_{\alpha}=Z_{0.05}=1.64$, dado que $Z_{\text{calculada}}=7.233$, entonces estamos en la región de rechazo de Ho y se acepta la Ha.

El nivel de significancia de la correlación, entre estas dos variables, con una prueba de dos colas es 0.000, el cual resulta inferior a 0.01, lo cual confirma que aceptar la Ha es lo correcto con un nivel de confianza del 99%.

Esto nos lleva aceptar que la correlación es positiva, por lo que con una correlación $r=0.78$, podemos decir que a mayor orientación evaluativa actual sobre la actuación de

los miembros del Poder Legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos, quedando aceptada la hipótesis #5.

Hipótesis # 6:

A mejor orientación evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el Poder Legislativo mexicano mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Tabla 50: Prueba de independencia entre las variables Orientación Evaluativa en Prospectiva de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano y el prestigio institucional de los partidos políticos.

Variable Independiente	Indicador del Prestigio Institucional de los Partidos Políticos	Correlación Pearson	Z calculada	Ho
Orientación Evaluativa en Prospectiva de la imagen Corporativa sobre el Poder Legislativo Mexicano	F) Legitimidad del Sistema de Partidos	0.26	1.870	Se Acepta
	G) Evaluación del ejercicio de los Valores Democráticos	0.83	8.193	Se rechaza
	H) Conocimiento Personal	Indicador Desechado	N/A	N/A
	I) Afeción Personal	0.64	5.249	Se rechaza
	J) Evaluación de Recepción de Demandas	0.51	3.897	Se rechaza
	K) Evaluación de Proceso de Demandas	0.72	6.218	Se rechaza
	L) Evaluación de Democracia Interior	0.58	4.602	Se rechaza
	M) Evaluación de Resultados (outputs)	0.73	6.361	Se rechaza
	N) Evaluación de Influencia Moral	0.71	6.122	Se rechaza
	Todos los indicadores	0.74	6.637	Se rechaza

Fuente: Elaboración propia

La correlación mostrada entre ambas variables de la hipótesis es $r = 0.74$, —todos los indicadores—, vea tabla 50. Utilizando un nivel de confiabilidad de $\alpha = 0.05$. Al aplicar una prueba de dos colas, con el estadístico Z, tenemos que la confiabilidad es $\alpha/2 = 0.025$. El valor de la tabla para cuando $Z_{\text{tabla}} = Z_{\alpha/2} = 1.96$. Dado que $Z_{\text{calculada}} = 6.637$ cae en la región de rechazo de H_0 y se acepta H_a .

Al aceptarse que las dos variables son dependientes, ahora nos disponemos a ver la dependencia entre la orientación evaluativa en prospectiva sobre la actuación de los

miembros del poder legislativo con todos y cada uno de los indicadores del prestigio institucional de los partidos políticos.

De acuerdo a la tabla podemos ver que la orientación evaluativa en prospectiva sobre la actuación de los miembros del poder legislativo es independiente del indicador la legitimidad de los partidos políticos — $Z_{calculada}=1.870$ — y es dependiente de los demás indicadores.

Una vez que hemos demostrado la dependencia entre la orientación evaluativa en prospectiva sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos, ahora debemos mostrar la direccionalidad, por lo que se plantea las siguientes hipótesis.

Ho: La orientación evaluativa en prospectiva sobre la actuación de los miembros del poder legislativo y el prestigio institucional de los partidos políticos de los partidos políticos son independientes.

Ha: A mayor orientación evaluativa en prospectiva sobre la actuación de los miembros del poder legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos.

Cuando $\alpha=0.05$, y $Z_{tabla}=Z_{\alpha}=Z_{0.05}=1.64$, dado que $Z_{calculada} = 6.637$, entonces estamos en la región de rechazo de Ho y se acepta la Ha.

El nivel de significancia de la correlación, entre estas dos variables, con una prueba de dos colas es 0.000, el cual resulta inferior a 0.01, lo cual confirma que aceptar la Ha es lo correcto con un nivel de confianza del 99%.

Esto nos lleva aceptar que la correlación es positiva, por lo que con una correlación $r=0.74$, podemos decir que a mayor orientación evaluativa en prospectiva sobre la actuación de los miembros del Poder Legislativo mayor es el prestigio institucional de los partidos políticos, quedando aceptada la hipótesis #6.

6.3 DEBATE Y DISCUSIONES FINALES

De las seis variables independientes, solamente cinco de ellas miden percepciones de los participantes. La única variable que mide conocimiento o información de tipo académico es la orientación cognitiva legal. Esta variable tiene una tendencia positiva alta, esto lo que nos indica es que los encuestados conocen y tienen información sobre el tema sobre el que fueron consultados.

El hecho de que son personas que han firmado una iniciativa de ley, los ubica como individuos que tienen una cultura política participativa, descrita en la parte teórica por Almond & Verba.

Las cinco variables independientes a las que nos hemos referido, al igual que todos los indicadores de la variable dependiente miden percepciones de los encuestados; todos éstos toman una tendencia negativa. Esto ayuda a comprobar la validez de contenido de nuestro instrumento de medición; también confirma lo referido en diversos estudios empíricos; el Poder Legislativo mexicano y los partidos políticos están en el terreno del desprestigio institucional.

El indicador de la variable dependiente que tiene la tendencia negativa más débil es la legitimidad del sistema de partidos. Vea las tablas 45, 46, 47, 48 49 y 50. Cuando se intentó comprobar la dependencia entre las 6 variables independientes con este indicador, cuatro veces se aceptó que eran independientes. Solamente hubo dependencia con la orientación afectiva personal y con la orientación evaluativa actual.

Lo anterior muestra que los encuestados le brindan al sistema de partidos una utilidad social positiva, pero quizá más inspirados por la preferibilidad de la democracia de la que habla Sartori, que por los resultados positivos que el sistema de partidos brinda a la sociedad mexicana. Esto es, no se visualiza algo mejor al sistema de partidos que vaya de acuerdo a proteger la visión de la cultura occidental.

No resulta en hallazgo el rechazo de la hipótesis #1, lo que resulta en hallazgo es su correlación, débil pero negativa. Es posible que se requiera más investigación para determinar cuál es el papel que la orientación cognitiva legal de la imagen corporativa sobre el poder legislativo mexicano tiene en el prestigio institucional de los partidos políticos.

De las hipótesis #2 a la #6, es interesante observar que el estadístico que permite aceptarlas, se va paulatinamente fortaleciendo. Esto es, se aleja de la zona de aceptación de la H_0 , fortaleciendo la aceptación de la H_a .

6.4 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a la evidencia mostrada, la hipótesis de que las orientaciones cognitiva legal, cognitiva personal, afectiva legal, afectiva personal y evaluativa actual y evaluativa en prospectiva de la imagen corporativa sobre el poder legislativo son las orientaciones que impactan al prestigio institucional de los partidos políticos no puede aceptarse.

Sin embargo, la misma evidencia nos permite emitir la tesis de que las orientaciones evaluativa actual y la afectiva legal de la imagen corporativa sobre poder legislativo impactan en el prestigio institucional de los partidos políticos.

También se puede emitir la tesis de que la orientación evaluativa en perspectiva de la imagen corporativa sobre poder legislativo impactan en la evaluación del ejercicio de los valores democráticos que se practican dentro de los partidos políticos.

Se recomienda validar estos resultados en otros contextos diversos a los del Estado de Nuevo León y considerar otras unidades de análisis como orientaciones que impactan en el prestigio de los partidos políticos. Entre los que destacan los candidatos y los dirigentes de los partidos políticos. Además de variar la observación hacia otros gobernantes como los presidentes municipales, gobernadores y al titular del poder ejecutivo.

Se debe tomar en cuenta otros factores como la situación económica, los valores de autoexpresión y la actitud ante la vida.

Otros sujetos que pueden estar bajo observación son los militantes de un partido político e investigar sobre su cultura organizacional y su impacto en el prestigio de estas organizaciones.

BIBLIOGRAFIA

- Acción Nacional, P. (2012, julio 11). *Principios de Doctrina PAN 1939*. Retrieved from PDD1-PAN-1939: [http://www.pan.org.mx/XStatic/pan/docs/espanol/p_doctrina1939\[1\].pdf](http://www.pan.org.mx/XStatic/pan/docs/espanol/p_doctrina1939[1].pdf)
- Acción Nacional, P. (2012, julio 11). *Proyección de Principios de Doctrina PAN 1965*. Retrieved from PDD2-PAN-1965: [http://www.pan.org.mx/XStatic/pan/docs/espanol/p_doctrina1965\[1\].pdf](http://www.pan.org.mx/XStatic/pan/docs/espanol/p_doctrina1965[1].pdf)
- Almond, G. A., & Verba, S. (1992). Diez Textos Básicos de Ciencia Política. In A. Batlle, *Diez Textos Básicos de Ciencia Política* (pp. 171-201). España: Ariel, S.A.
- Almond, G., & Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. New Jersey: Princeton University Press.
- Amit, R., & Schoemaker, P. (1993). Strategic Assets And Organizational Rent. *Strategic Management Journal*, Vol. 14, 33-46.
- Arbelo, A., & Perez, P. (2001). La Reputación Empresarial como Recurso Estratégico: Un Enfoque de Recursos y Capacidades. *XI Congreso Nacional de ACEDE, Zaragoza*.
- Arendt, H. (1993). *La condición humana*. Barcelona: Paidós.
- Argáez Huante, H. (2009). La reputación como fuente de ventaja competitiva. In C. Fong Reynoso, *La investigación en el ámbito de la gestión estratégica* (pp. 21-28). México: Universidad de Guadalajara.
- Aristóteles. (1310 a.c.). *Política*.
- Barney, J. (1986). Strategic Factor Markets: Expectations, Luck, and Business Strategy. *Management Science*, Vol 32, 1231-1241.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, Vol. 17, 99-120.
- Barney, J. (1999). How a Firm's Capabilities Affect Boundary Decisions. *Sloan Management Review*, vol. 40, núm. 3, 137-145.
- Barney, J. (2001). Is the Resource-Based View a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes. *Academy of Management Review*, Vol.26, num 1, 41-56.
- Basinger, S., & Levine, H. (2005). Ambivalencia, información y elección electoral. In C. Estatal Electoral, *Perfil del elector neoleonés*. Monterrey: CEE / UANL.
- Beard, J., & Sumner, M. (2004). Seeking Strategic Advantage in the Post-Net Era: Viewing ERP System from the Resource-Based Perspective. *Journal of Strategic Information Systems*, vol. 13, num 2, 129-50.
- Benedicto Rodríguez, R. (2005). Charles Taylor: Identidad, Comunidad y Libertad. Tesis doctoral. In S. G. Francisco Ramiro, *La Cultura Política, Identidad Política y Gobernabilidad en Monterrey*. Valencia: Universidad de Valencia.
- Berelson, B. R. (1954). *Voting*. London: The University of Chicago Press.
- Berlangua, J. L. (2009). *Perfil del Elector neoleonés. Reporte Ejecutivo. Fundamentación Teórica*. Monterrey: Documento para la Comisión Estatal Electoral.
- Berlin, I. (1988). Dos conceptos de libertad. In I. Berlin, *Cuatro ensayos sobre la libertad*. Madrid: Alianza.
- Borraz, J., & Fuentelsaz, L. (2005). La Gestión del Ciclo de Vida de la Capacidades: Un Análisis para el Caso de la Reputación. *IV Iberoamerican Academy of Management*, 8-11.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. (1960). *The American Voter*. Chicago: Chicago University Press.

- Chaparro, S. (2005). *Las obras completas de Quentin Skinner*. Foro Interno, Reseña.
- Chun, R. (2005). Corporate Reputation: Meaning and Measurement. *International Journal of Management Reviews*, vol. 7, núm. 2, 91-109.
- Cicerón. (66 a.c.). *Pro Cluentio*.
- Constant, B. (1988). De la libertad de los antiguos comparada con la de los modernos. In *Del espíritu de conquista*. Madrid: Tecnos.
- Converse, P. (1964). The nature of belief systems in mass publics. In A. Moreno, *El votante mexicano. Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*. México, D.F.: FCE.
- Cortés, A., & Ortiz, I. (2007). Jalisco: democracia electoral con déficit de legitimidad política. . *Espiral. Jan2007. Vol. 13. Issue 38.*, 45-80.
- Costa, J. (2003). *Imagen Corporativa en el Siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujia.
- Creswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. 2nd.Edition*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Creswell, J. (2005). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative Research (2a. ed)*. Upper Saddle River: Pearson Education Inc.
- Cruz Prados, A. (2003). Republicanismo y Democracia Liberal: Dos conceptos de participación. *Anuario Filosófico, XXXVI/1*, 83-109.
- Dagger, R. (1997). *Civic, Virtues, Rights, Citizenship, and Republican Liberalism*. New York: Oxford University Press.
- De Castro, G. M. (2008). *Reputación Empresarial y Ventaja Competitiva*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- De Quevedo, E. (2001). *Reputación y Creación de Valor: Una Relación Circular. Aplicación al Sector Bancario Español*. Tesis Doctoral, Universidad de Burgos.
- De Quevedo, E. (2003). *Reputación y Creación de Valor. Una Relación Circular*. Madrid: Paraninfo.
- Diputados. (2009). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. Mexico.
- Diputados, C. d. (1998, Enero 23). *LSM*. Retrieved Abril 24, 2011, from Ley del Servicio Militar: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/97.pdf>
- Diputados, C. d. (2008, 01 14). *COFIPE*. Retrieved 04 15, 2011, from Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/COFIPE.pdf>
- Diputados, C. d. (2009, Diciembre 07). *CFE*. Retrieved Abril 2011, 2011, from Código Fiscal de la Federación: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cff.htm>
- Diputados, C. d. (2009, Mayo 29). *LFSF*. Retrieved Agosto 01, 2011, from Ley de Fiscalización Superior de la Federación: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/abro/lfsf/LFSF_abro.pdf
- Diputados, C. d. (2009, Marzo 05). *LOCGEUM*. Retrieved Julio 31, 2011, from Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/168.pdf>
- Diputados, C. d. (2009, Mayo 06). *LSAT*. Retrieved Abril 24, 2011, from Ley del Servicio de Administración Tributaria: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/93.pdf>
- Diputados, C. d. (2010, 29 07). *CPEUM*. Retrieved abril 07, 2011, from Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>
- Diputados, C. d. (2010, agosto 19). *LRA5C*. Retrieved julio 2011, 2011, from ley reglamentaria del artículo 5o. constitucional, relativo al ejercicio de las profesiones en el distrito federal:

- <http://www.sincree.sep.gob.mx/work/sites/sincree/resources/LocalContent/207/2/ley5constitucional.pdf>
- Diputados, C. d. (2011, Febrero 27). *LGP*. Retrieved Abril 24, 2011, from Ley General de Población: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/140.pdf>
- Diputados, C. d. (2014, marzo 16). *CAMARA*. Retrieved from http://comunicacionsocial.diputados.gob.mx/camara/2012/septiembre/revista/index.php?option=com_content&view=article&id=328:antecedentes-del-poder-legislativo-en-mexico-&catid=40:notas&Itemid=296
- Diputados, C. d. (2014, marzo 18). *Cámara de Diputados*. Retrieved from http://www.diputados.gob.mx/apps/gps_parlam.htm
- Dollinger, M., Golden, P., & Saxton, T. (1997). The effect of Reputation on the Decision to Joint Venture. *Strategic Management Journal*, vol. 18, núm. 2, 127-140.
- Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper Collins.
- Duverger, M. (1951). *Los Partidos Políticos*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica. Vigésima reimpresión 2006.
- Dworkin, R. (2008). *La democracia posible. Principios para un nuevo debate político*. Barcelona: Paidós, Estado y Sociedad 154.
- Easton, D., & Hess, R. D. (1962). The Child's Political World. *Midwest Journal of Political Science*, vol. VI, núm. 3. Wayne State University, 229-249.
- Eco-Finanzas. (2012, junio 20). *Eco-Finanzas*. Retrieved from http://www.eco-finanzas.com/diccionario/L/LAISSEZ_FAIRE.htm
- Emmerich, G. (2009). en (2009). Informe sobre la Democracia en México, 2009. *Araucaria. 1st Semester, Vol. 11 Issue 21.*, 186-225.
- Estrada, L. (2005). *Party Identification in Mexico. Tesis doctoral inédita*. San Diego: Universidad de California.
- Ferguson, T., Deephouse, D., & Ferguson, W. (2000). Do Strategic Groups Differ in Reputation? *Strategic Management Journal*, vol.21, núm. 12, 1193-1214.
- Fernández, J., & Luna, L. (2007). The creation of value through corporate reputation. *Journal Business Ethics*, núm. 76, 335-346.
- Folgueiras Bertomeu, P. (2005). *De la tolerancia al reconocimiento. Programa de formación para una ciudadanía intercultural, Tesis doctoral*. Barcelona: Universidad de Barcelona, facultad de Pedagogía.
- Fombrun, C. (1996). *Reputation: Realising Value from the Corporate Image*. Boston: Harvard Business School Press.
- Fombrun, C., & Rindova, V. (1994). Reputation as Cognitive Constructions of Competitive Advantage. *Conference on the cognitive Construction of Industries. Chicago*.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a Name?: Reputation Building and Corporate Strategy. *Academy of Management Journal*, vol 33. núm. 2, 233-258.
- Fondevilla, G. (2003). Política de derechos-política de "bien común". Tres críticas posibles al comunitarismo. *Diánoia, Vol. XLVIII, Número 50*, 85-109.
- Garbett, T. F. (1991). *Imagen Corporativa. Cómo Crearla y Proyectarla*. Bogotá, Colombia: Legis Editores S.A.
- Grant, R. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for Strategy Formulation. *California Management Review*, vol. 33, núm. 3, 233-258.
- Groeland, E. (2002). Qualitative Research to Validate RQ-Dimensions. *Corporate Reputation Review*, vol. 4, núm. 4, 308-315.

- Guardado, J. (2009). La Identidad Partidista en México. *Volumen Temático 2009. Elecciones en México. Política y Gobierno.*, 137-175.
- Gutiérrez Saenz, R. (1969). *Introducción a la Lógica*. México, D.F.: Esfinge S.A. de C.V.
- Hall, R. (1992). The Strategic Analysis of Intangible Resources. *Strategic Journal*, vol. 13, 135-144.
- Hall, R. (1993). A Framework Linking Intangible Resources and Capabilities to Sustainable Competitive Advantage. *Strategic Management Journal*, vol 14, 607-618.
- Harvey, M., & Lusch, R. (1999). Balancing the Intellectual Capital Books: Intangible Liabilities. *European Management Journal*, núm. 17, 85-92.
- Heater, D. (1990). Citizenship: The Civic Ideal in World History, Politics and Education. In A. Cruz Padros, *Republicanism y Democracia Liberal: Dos conceptos*. London: Longman.
- Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la Investigación 4ta edición*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.
- Hobbes, T. (2001). *Leviatán o la materia, forma y poder de una república, eclesiástica y civil*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ignatieff, M. (1995). The myth of Citizenship. In R. Beiner, *Theorizing Citizenship*. Albany: State University of New York Press.
- Inciarte, F. (2001). *Liberalismo y republicanismo*. Pamplona: Eunsa.
- Inglehart, R. (1987). Cultura Política y Democracia Estable. *Reis* 48/88, 45-65.
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2006). *Modernización, cambio cultural y democracia: la secuencia del desarrollo humano*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas/Siglo XXI.
- Knauss, B. (s/f). *La polis. Individuo y Estado en la Grecia Antigua*. Madrid: Aguilar.
- Korstanje, M. E. (2007). La democracia y sus supuestos: una perspectiva comparativa entre los conceptos de democracia Procedimental y Estructural. *Estudios Sociales. jul-dic. Vol.15. Issue 30*, 45-78.
- Kreps, D., & Wilson, R. (1982). Reputation and Imperfect Information. *Journal of Economic Theory*. vol. 27, 253-279.
- Latinobarómetro, C. (2010). *Informe*. Retrieved abril 7, 2011, from Latinobarómetro: <http://www.latinobarometro.org/latino/LATContenidos.jsp>
- Latinobarómetro, C. (2011). *Informe*. Retrieved diciembre 11, 2012, from Latinobarómetro: <http://www.latinobarometro.org/latino/LATContenidos.jsp>
- Lavezzolo, S. (2008). Adversidad Económica y Participación Electoral en América Latina 1980-2000. *Revista Española de Ciencia Política. Issue 18*, 67-93.
- Locke, J. (2012, junio 19). *Biografías y Vidas*. Retrieved from <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/l/locke.htm>
- MacIntyre, A. (1981). *After virtue*. London: Duckworth.
- Manz, C. (1986). Self-leadership: Toward an expanded theory of self-influence processes in organizations. *Academy of Management Review*, 11, 585-600.
- Manz, C. (1990). *Beyond self-managing work teams: Toward self-leading teams in the workplace*. Greenwich, CT; JAI Press: W.A. Pasmore & R.W. Woodman. Vol. 4.
- Maquiavelo, N. (s/f). *Discursos sobre la primera década de Tito Livio. Trad. Ana Martínez Arancón*. España: Ciencia Política Alianza Editorial/Emece.
- Martín, G., & López, P. (2004). Análisis Estratégico de la Teoría de Recursos y Capacidades. *XIV Congreso Nacional ACEDE, Murcia*.

- Martín, G., & Navas, J. (2006). La importancia de la Reputación Empresarial en la Obtención de Ventajas Competitivas Sostenibles. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. 12, núm. 3, 29-39.
- Martínez, I., & Olmedo, I. (2010). Revisión Teórica de la Reputación Corporativa en el Entorno Empresarial. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Vol.44, 19p, 59-77.
- McGuire, J., Schneeweis, T., & Branch, B. (1990). Perceptions of Firm Quality: A Cause or Result of Firm Performance. *Journal of Management*, vol. 16, núm. 1, 167-180.
- McGuire, J., Sundgren, A., & Schneeweiss, T. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, vol. 31, núm. 4, 854-872.
- Mendenhall, W., Scheaffer, R. L., & Wackerly, D. D. (1986). *Estadística Matemática con Aplicaciones*. México, D.F.: Grupo Editorial Iberoamérica, S.A. de C.V.
- Mercado, A. M., & Hernández, A. V. (2010). El Proceso de Construcción de la Identidad Colectiva. *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*. Vol.17. Issue53, 229-251.
- Milgrom, P., & Roberts, J. (1982). Predation, Reputation, and Entry Deterrence. *Journal of Economic Theory*, vol. 27, 280-312.
- Miller, W. E., & Shanks, M. (1996). *The New American Voter*. Cambridge: Harvard University Press.
- Moller, A. (2009). Cultura Política, Participación Ciudadana y Consolidación Democrática en México. *Espiral*. Vol 16, Issue 46, 137-171.
- Montesquieu. (1998). *Grandeza y decadencia de los romanos*. España: Edivisión.
- Moreno, A. (2003). El votante mexicano. In C. J. Vázquez Ferrel, *Perfil del elector neoleonés*. México, D.F.: FCE.
- Murga Frassinetti, A. (2008). Cultura Política: Un Inventario Bibliográfico. *Rev. Ciencias Sociales Universidad de Costa Rica*, 121, 107-131.
- Navarrete Poblete, J. (2012). Michael Walzer e igualdad compleja. In F. R. Sánchez García, *La cultura política, identidad política y gobernabilidad en Monterrey* (p. <http://www.red21.cl/Articulos/tr01.pdf>). Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Nie, N., & Andersen, K. (1974). Mass Belief System Revisited: Political Change and Attitude Structure. *Journal of Politics* 36.
- Panbianco, A. (1990). *Modelos de Partidos. Editorial*. Madrid: Alianza. Primera reimpresión 1965.
- Peschard, J. (2012, junio 12). *La Cultura Política Democrática*. Retrieved from http://www.ife.org.mx/documentos/DECEYEC/la_cultura_politica_democratica.htm
- Peteraf, M. (1993). The Cornerstone of Competitive Advantage: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*, vol. 14, núm.3, 179-191.
- Pettit, P. (1999). *Republicanism. Una Teoría sobre la libertad y el gobierno*. Barcelona: Paidós.
- Podolny, J. (1993). A Status-Based Model of Market Competition. *American Journal of Sociology*, vol.98, núm.4, 829-872.
- Post, J., & Griffin, J. (1997). Corporate Reputation and External Affairs Management. *Corporate Reputation Review*, vol. 1 num. 1/2, 165-171.
- Pressman, R. S. (2010). *Ingeniería del Software: Un enfoque práctico*. México, D.F.: Mc Graw Hill .
- Rao, H. (1994). The Social Construction of Reputation: Certification Contest, Legitimation, and the Survival of the Organizations in the American Automobile Industry 1985-1912. *Strategy Management Journal* vol. 15, 29-44.

- Rawls, J. (2006). *Liberalismo Político*. Barcelona: Biblioteca de Bolsillo.
- Rivero, A. (1998). El discurso republicano. In R. Del águila, F. Vallespin, & E. al, *La democracia en sus textos* (pp. 54-55). Madrid: Alianza.
- Roberts, P., & Dowling, G. (2002). Corporate Reputation and Sustained Superior Financial Performance. *Strategic Management Journal*, vol. 23, núm. 12, 1077-1093.
- Rodríguez, J. (2004). Percepción y Medida en la Reputación Empresarial. *Econometría Industrial*, 117-129.
- Sánchez García, F. R. (2011, Mayo). La Cultura Política, Identidad Política y Gobernabilidad en Monterrey. *Tesis para Obtener el Grado de Doctor en Filosofía con acentuación en Ciencias Políticas*. Monterrey, Nuevo León, México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Sartori, G. (1988). *Teoría de la Democracia*. Madrid: Alianza Universidad. Quinta reimpresión 2007.
- Sartori, G. (2007). *¿Qué es la democracia?* México: Santillana Ediciones Generales, S.A. de C.V.
- Sartori, G. (2012). *La Democracia en 30 lecciones*. México: Prisa ediciones.
- Schultz, M., Mouritsen, J., Gabrielsen, G., & Rasmussen, J. (2000). Sticky reputation: Analyzing a rankin system. *Fourth Conference of Corporate Reputation, Identity and Competitiveness*. . Denmark: Copenhagen Business School.
- SEGOB, S. I. (2009). *ENCUP 2008*. Retrieved abril 8, 2011, from Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas: http://www.encup.gob.mx/work/models/Encup/Resource/33/1/images/Informe_ENCUP_2008.pdf
- SEGOB, S. I. (2009). *ENCUP 2008*. Retrieved abril 8, 2011, from Encuesta Nacional sobre Cultura Política y Prácticas Ciudadanas: http://www.encup.gob.mx/work/models/Encup/Resource/33/1/images/Informe_ENCUP_2008.pdf
- Skinner, Q. (1998). *Liberty before liberalism*. Cambridge University Press.
- Taylor, C. (1997). *Argumentos Filosóficos*. Barcelona: Paidós.
- Teece, D., Pisana, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and strategic Management. *Strategic Management Journal*, vol. 18, núm. 7, 509-533.
- Thomas, K. W., Jansen, E., & Tymon jr., W. G. (1997). Navigating in the realm of theory: an empowerment view of construct development. *Pasmore & R.Woodman (Eds.), Research in Organizational Change and Development, Vol. 10* , 1-30.
- Tocqueville, A. d. (1957). *La democracia en América 2da. ed.* México, D.F.: FCE.
- Tocqueville, A. d. (1969). *El Antiguo Régimen y la Revolución*. Madrid: Guadarrama.
- Valencia, L. (2007-b). La democracia dividida: control y conflicto de poderes durante el sexenio del cambio". *mimeo*.
- Valencia, L. (2008). Reforma del Estado para la Gobernabilidad Democrática. *Política y Cultura, Issue 29*, 11-39.
- Vázquez Ferrel & Et al, C. J. (2009). *Perfil del Elector Nuevo Leonés*. Monterrey, Nuevo León, México: CEE-UANL.
- Velasco Arroyo, J. C. (2007). Discriminación positiva, diversidad y justicia. In F. R. Sanchez García, *La Cultura Política, Identidad Política y Gobernabilidad en Monterrey*. Diamon Revista de filosofía. No 41.
- Villafañe, J. (2005-2006). Reputación Corporativa. *Revista Mexicana de Comunicación*, 21-23.

- Volkwein, J. F., & Sweitzer, K. V. (2006). Institutional Prestige and Reputation Among Research Universities and Liberal Arts Colleges. *Research in Higher Education, Vol.47, No 2*, 129-136.
- Weigelt, K., & Camerer, C. (1988). Reputation and corporate strategy: a review of recent theory and applications. *Strategy Management Journal, Vol. 9, núm. 5*, 443-454.
- Weiss, A., Anderson, E., & MacInnis, D. (1999). Reputation Management as Motivation for Sales Structure Decisions. *Journal of Marketing, vol.63, núm. 4*, 74-99.
- Wolderberg, J., & Salazar, L. (1997). *Principios y valores de la democracia. 3ra. Ed.* México, D.F.: Instituto Federal Electoral, Cuadernos de Divulgación de la Cultura Democrática, num. 1.
- Woodrow Wilson, T. (2012, junio 19). *Biografías y Vidas*. Retrieved from <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/w/wilson.htm>
- Woodrow Wilson, T. (2012, junio 19). *Sabidurias*. Retrieved from <http://www.sabidurias.com/cita/es/9154/thomas-woodrow-wilson/la-historia-de-la-libertad-es-la-de-la-lucha-por-limitar-el-poder-del-gobierno>

ANEXOS

Anexo 1. Se explica la metodología del estudio cualitativo.

Anexo 2. Se muestran los resultados del estudio cualitativo teniendo como referencia a los documentos partidistas del Partido Acción Nacional

Anexo 3. Se muestran los resultados del estudio cualitativo teniendo como referencia a los documentos partidistas del Partido Revolucionario Institucional

Anexo 4. Se muestran los nombres completos de las personas que presentaron una iniciativa de ley ante el Congreso del Estado del 2008 al 2012 y los números de expedientes asignados por la institución para su control.

Anexo 5. Se muestran los oficios para localizar a las personas a participar en el llenado de la encuesta.

ANEXO 1: ESTUDIO CUALITATIVO: EL MENSAJE INSTITUCIONAL DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS

A1.1 ANTECEDENTES

La teoría de la imagen corporativa señala seis factores que controlan la imagen de una compañía, la segunda de ellas es: “*la medida en que la compañía y sus actividades hagan noticia*”. Garbet (1991) menciona que para poder generar noticias positivas y congruentes, es requisito indispensable contar con una “misión corporativa acordada”. Además señala que todas las corporaciones tienen, consciente o inconscientemente, una identidad y que proyectan algún tipo de imagen (Garbett, 1991, pág. 3 y 15).

Chun analiza las dimensiones de la reputación corporativa y señala que la “identidad deseada” es cómo desean los directivos de la organización que ésta sea vista (Martínez & Olmedo, 2010), por tanto, podemos concluir que estos autores coinciden en el concepto de que las organizaciones deben contar con un marco de referencia previamente definido, acordado y consensado, al interior de la organización, que les permita enviar mensajes.

Los partidos políticos están obligados a tener el marco de referencia al que se refieren Garbet (1991) y Martínez & Olmedo (2010), tomando el nombre de legal de documentos básicos y plataformas electorales (Diputados C. d., COFIPE, 2008), además, aunque no está obligados, algunos de ellos emiten su código de ética.

Si bien es cierto que en los documentos partidistas está plasmada la identidad deseada —o misión corporativa acordada—, también es cierto que dependiendo del proceso de institucionalización (Panebianco, 1990, pág. 114), puede haber una brecha entre “los dichos y los hechos”. Por tal motivo, consideramos que la identidad deseada real de un partido político no puede ser conocida en su totalidad, pero a través de sus documentos básicos podemos conocer la “identidad deseada formal”, a eso nosotros lo llamaremos el modelo de identidad partidista.

Sobre los documentos partidistas se elaboró un estudio cualitativo teniendo como referencia el marco teórico de las filosofías políticas. El objetivo es analizar si el mensaje institucional de los partidos políticos está en concordancia con alguna de las filosofías políticas.

El estudio cualitativo abarca los documentos grupales del Partido Acción Nacional —anexo 2— y del Partido Revolucionario Institucional —anexo 3—. En este capítulo presentaremos los apartados que son comunes a ambos estudios como el Planteamiento del Problema, El Marco Teórico, Hipótesis y Metodología.

A1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La identidad deseada de los partidos políticos está plasmada en sus documentos básicos, las plataformas electorales y su código de ética. Para poder medir, mediante un estudio empírico, el grado de efectividad que los partidos políticos han tenido al momento de dar a conocer a la ciudadanía su identidad, primero tenemos que saber con certeza científica cuál es esa identidad.

Al marco teórico que permiten entender las posturas y propuestas de los partidos políticos, lo hemos denominado las filosofías políticas y son las siguientes: como (1) el liberismo o liberalismo económico, (2) el republicanismo y neo republicanismo, (3) el liberalismo político, (4) la democrática, (5) el comunitarismo, (6) el espectro ideológico izquierda-derecha y (7) el ambientalismo. (Sartori, Teoría de la Democracia 1. El debate contemporáneo, 1988) (Sánchez García, 2011). (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 21) (SEGOB, ENCUP 2008, 2009, pág. 48) (Guardado, 2009, pág. 149).

Los documentos grupales que los partidos políticos emiten suelen tener un discurso estructurado en planteamientos políticos, económicos y sociales (Diputados C. d., COFIPE, 2008). Es común que estos documentos sean de tamaños medianos o largos. Es de esperarse que los partidos políticos se ajusten a una o varias de dichas filosofías, por lo que de ser cierto, su modelo de identidad partidista deberá contener palabras y conceptos relacionados con ellas.

Los documentos que tienen una naturaleza más política, y que por lo tanto se esperaba fueran más congruentes entre sí son: el programa de acción, los principios y las plataformas electorales, y hacia allá dirigimos nuestra observación.

Al tratar de saber si la identidad deseada de los Partidos Políticos está plasmada en sus documentos partidistas, y combinando esta interrogante con el marco teórico de las filosofías políticas es que hemos llegado al planteamiento del problema bajo la siguiente pregunta.

A1.2.1 Pregunta de Investigación

¿Es posible encontrar, en los documentos básicos de los partidos políticos, su código de ética y su plataformas electorales, conceptos o palabras clave que se identifiquen con el marco teórico de las filosofías políticas?.

A1.2.2 Hipótesis General

En los Documentos Básicos de los Partidos Políticos, sus plataformas electorales y su código de ética se pueden encontrar palabras y conceptos que se derivan de las filosofías políticas como el Liberismo (o liberalismo económico), el Republicanismo, el Liberalismo Político (o liberalismo político), el Democrático, el Comunitarismo, el espectro ideológico izquierda-derecha y Ambientalismo. Por tanto, se establece la siguiente hipótesis de trabajo:

A1.2.3 Hipótesis de Trabajo

A mayor frecuencia de aparición, en los documentos analizados, de los conceptos derivados de una filosofía política, mayor será la probabilidad de que su mensaje institucional corresponda a esa filosofía política y por tanto, sus postulados, posturas y propuestas guardarán cierta congruencia con el marco teórico general de dicha filosofía política.

A1.3 RESUMEN DEL MARCO TEÓRICO DE LAS FILOSOFÍAS POLÍTICAS

En anteriores capítulo hemos presentado un desglose pormenorizado de las diversas filosofías políticas. En este apartado solamente presentamos un resumen.

a) Liberismo.

Sartori (1988) hace una señalización muy clara y enfática al distinguir entre el liberalismo político y el liberalismo económico; hace la advertencia que la inadecuada concepción de ambos puede llevar a confusiones muy indeseables. Sartori hace un recuento del por qué ambos conceptos fueron confundidos y deja el término liberalismo para referirse al liberalismo político y liberismo para referirse al liberalismo económico (pag.444-457). (Sartori, 1988, págs. 444-457). El liberismo se refiere a la doctrina económica de *laissez-faire* —dejar hacer, dejar pasar— que propugna porque los gobiernos se limiten a mantener la paz y proteger la propiedad; todo lo demás es derecho y responsabilidad del individuo (Eco-Finanzas, 2012).

Sartori (1988) llega a la conclusión que el sistema de mercado es en realidad un subsistema del sector productivo que pone en contacto a los productores de bienes (no de servicios) con consumidores de bienes, por tanto, es un subsistema del sistema económico. Señala que los Estados han intervenido siempre en los asuntos económicos. El *laissez faire* fue el resultado de las actividades en contra de los obstáculos comerciales. La industrialización fue apoyada en muchos países mediante intervenciones proteccionistas. Y los Estados intervienen en el mercado libre para “liberarlo” de las prácticas monopolistas y de otros males o trastornos. Para Sartori la relación entre el mercado y la libertad individual es la siguiente: Los sistemas de mercado no impiden el ejercicio de cualquier «poder de libertad», por el contrario, los sistemas sin mercado limitan y reducen, cierta y fuertemente la libertad de elección (Sartori, 1988, págs. 492-496).

b) Republicanismo y Neo republicanismo.

Se desprende de la idea aristotélica de concebir a las personas como *zoom politikón*. Que el hombre es un animal político significa que la *polis* es condición y forma del vivir

humano del hombre, que la humanización de éste equivale a su politización. Este principio es donde se unifican y cobran verdadera razón y sentido los demás elementos que caracterizan al republicanismo: la ciudadanía como concepto ético, el patriotismo como valor supremo, la preeminencia de lo público sobre lo privado, la austeridad en la vida y en el porte, o el cultivo de la oratoria (Cruz Prados, 2003, págs. 87-88). Para Richard Dagger, los elementos sobre los que gravita el republicanismo son la virtud cívica y la responsabilidad sobre lo político, además de la ciudadanía y bien común (Cruz Prados, 2003, págs. 86-87).

En el republicanismo, el carácter constitutivo de lo político hace que la relación entre ley y libertad sea una relación constitutiva; esto implica que la libertad aparece como procedente de la ley, como consecuencia y fruto de ésta. La ley tiene una función constitutiva respecto de la libertad, esto es, la libertad republicana cobra realidad gracias a la ley, y no consiste en otra cosa que el sometimiento y adecuación a la ley. Para Aristóteles, por ejemplo, vivir conforme al régimen de la *polis* no es esclavitud sino, por el contrario, liberación. Y según Cicerón, “todos somos ciervos” de la ley para poder ser libres. La ley genera libertad porque instaura un tipo de dominio —dominio político— que libera al hombre de otro tipo de dominio —dominio despótico—, además porque la ley consiste en la expresión y medida de una voluntad común. (Cruz Prados, 2003, págs. 91-92).

En el aristotelismo la participación en la vida política tiene el sentido y el valor de engendrar en el hombre su plenitud específica, razón por la cual la libertad, como acceso a ese tipo de vida, a las actividades que esa vida comprende, posee un valor intrínseco, y no meramente instrumental. La plenitud del humano consiste en ser perfectamente lo que el hombre es en y merced a la *polis*. La *polis* es constitutiva de las virtudes: esas disposiciones operativas que hacen bueno al hombre, sino fuera así las virtudes se limitarían a ser habilidades o pericias técnicas, para ser utilizadas en algún otro ámbito en el que estuviera situada la perfección humana. Por tanto, lo característico del republicanismo ha sido buscar la virtud ciudadana como solución a

los problemas políticos —el peligro constante de que los intereses particulares se impongan al bien común de la *polis*— (Cruz Prados, 2003, págs. 100-102).

Por su parte el neo republicanismo, donde Phillip Pettit es el principal teórico de esta corriente, en 1997 hace una reivindicación de los ciudadanos en las sociedades modernas y su postura contra la voluntad arbitraria de otros, en contra de la dominación (Sánchez García, 2011).

c) Liberalismo Político

Sartori (1988) señala que el liberalismo político comienza con el pensador inglés John Locke quien vivió de 1632 a 1704 (Locke, 2012) (Sartori, 1988, pág. 471) y resume que el liberalismo trata de la libertad política; libertad para el ciudadano de la opresión del Estado (Sartori, 1988, pág. 463). La frase célebre que resume esto se le adjudica al vigésimo octavo presidente de los Estados Unidos de América de 1912 a 1920, Thomas Woodrow Wilson: “La historia de la libertad es la de la lucha por limitar el poder del Gobierno” (Woodrow Wilson, Sabidurías, 2012) (Woodrow Wilson, Biografías y Vidas, 2012). Peschard señala que los principios liberales defienden la concepción de una sociedad con amplios márgenes de autonomía frente al Estado (Peschard, 2012, pág. 8). Richard Dagger señala que los elementos predominantes en el liberalismo son el valor de la autonomía y los derechos individuales (Cruz Prados, 2003, pág. 86).

Philip Petit menciona que el liberalismo entiende la libertad como “no-interferencia”, lo cual implica la ausencia, meramente fáctica, de impedimentos para el despliegue espontáneo de la voluntad individual. Que a partir de Hobbes queda incorporada a la tradición liberal, la idea de la libertad como ausencia de impedimentos externos; esto es una libertad de facto o de hecho (Cruz Prados, 2003, págs. 86-93).

d) Democracia

Sartori (1988) señala que la democracia establece en *pactum societatis*, esto es, una coexistencia entre los ciudadanos —iguales como ciudadanos—; que no podemos demostrar la democracia, pero si podemos argüir convincentemente que la democracia

es preferible a cualquier otra forma de gobierno (pag.337 y 342). (Sartori, 1988, pág. 337 y 342). La idea democrática gira en torno al bienestar, la cohesión social, la igualdad social y distributiva (Sartori, 1988, págs. 467-471).

e) Comunitarismo

Gracias a Ferdinand Tönnies, en el comunitarismo, hay una larga costumbre de distinguir entre *Gemeinschaft* (comunidad) y *Gesellschaft* (sociedad) como dos categorías que describen formas distintas de integración social. Esta distinción abrió el camino para un análisis del proceso de modernización social enfocado en la creciente descomposición de las relaciones comunitarias que promueve la pérdida de la solidaridad (Fondevilla, 2003, pág. 87).

Sánchez (2011) coincide con Fondevilla (2003) al señalar que el comunitarismo surge como una reacción ante el peligro de fragmentación de la sociedad, y de manera particular de las sociedades poliétnicas que son gobernadas bajo el principio de las democracias liberales o procedimentales, las cuales al dirigirse a la aplicación de las normas debilitan las relaciones interpersonales y de grupos, al no concederles ninguna importancia en los procesos de decisión. Lo que gesta un proceso de deslegitimación entre las preferencias de las personas, los grupos y las decisiones de sus representantes. Totalmente alejados de los intereses colectivos, las soluciones son fragmentarias, endebles y conllevan el peligro de la desintegración social. De esta manera se señala al liberalismo como la causante de deslegitimación de las instituciones democráticas al impulsar el individualismo y los intereses privados como los únicos válidos, y por fomentar las desigualdades como un elemento funcional del sistema (Sánchez García, 2011).

f) Espectro Ideológico Izquierda-Derecha

En el estudio del Perfil del elector neoleonés entiende a la ideología como el conjunto de ideas y posturas que forman parte del individuo; fue evaluada a través de una serie de cuestionamientos de carácter político, económico y moral. La división más tradicional que es el espectro izquierda-derecha. En lo político la izquierda estaría a

favor de las libertades públicas y de los derechos humanos, por el contrario la derecha estaría más a favor del orden y de la seguridad.

En lo moral, la izquierda favorecería la despenalización del aborto, el matrimonio entre personas del mismo sexo y la legalización de ciertas drogas, por el contrario, la derecha se opondría tajantemente a estas medidas en la defensa de los valores tradicionales y religiosos.

Finalmente, en la cuestión socioeconómica, la izquierda enfatiza la distribución del ingreso y el papel preponderante del Estado en la economía, por el contrario la derecha acentúa la creación de la riqueza y el papel fundamental del mercado y de la iniciativa individual como motores de la esfera económica (Berlanga,2009) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pág. 104) (Moreno, 2003). Debido a que el electorado suele inclinarse al centro, los partidos y candidatos buscan estrategias para mostrar una imagen “centrista” y moderada (Downs,1957) (Vázquez Ferrel & Et al, 2009, pp. 21-22).

g) Ambientalismo

Esto tiene sustento teórico cuando Según Inglehart y Welsel (2006) se refieren a los valores de autoexpresión mencionados en el apartado de Ideología (Vázquez Ferrel & Et al, 2009). También tiene sustento empírico ya que se desprende de la lectura de los documentos partidistas y es evidente que los partidos políticos han ido, paulatinamente, adquiriendo posturas e ideas que hacen conciencia sobre la preservación del medio ambiente, tomando forma final como desarrollo sustentable.

A1.4 METODOLOGÍA CUALITATIVA

El método de investigación para esta etapa se conoce como Observación Documental Grupal (Hernández Sampieri, Fernández-Collado, & Baptista Lucio, 2006, págs. 614-615), la unidad de análisis son los documentos que se señalan en la tabla A1.1.

Implementar esta metodología permitió crear una herramienta de análisis cualitativo que nos ayudará a estructurar y a comprender mejor el modelo de identidad partidista;

el análisis de los documentos básicos permitirá, en investigaciones futuras, a elaborar un instrumento cuantitativo para medir la efectividad que han tenido estas organizaciones en hacer llegar íntegramente su mensaje a los consumidores finales, en este caso a los electores; también podría conocerse el nivel de su aprobación o rechazo.

Para implementar la metodología se cubrieron las siguientes etapas

- Primera Etapa. Obtención de los textos en formato electrónico y Conversión de los archivos de PDF a WORD para contabilizar el total de palabras.
- Segunda Etapa. Elaboración de un campo semántico de palabras, conceptos clave y vocablos teniendo como referencia a las filosofías políticas.
- Tercera Etapa. Contabilizar la frecuencia de aparición de las palabras contenidas en el campo semántico con una herramienta automática de software.
- Cuarta Etapa. Normalización de los datos para poder comparar documentos que tienen longitud desigual.
- Quinta Etapa. Presentación de Resultados de la Observación Documental.

Etapas para la Medición

A continuación se describe las etapas que permitieron construir el instrumento de medición.

Primera Etapa: Conversión de los archivos de PDF a WORD para contabilizar el total de palabras.

Los documentos que fueron la unidad de análisis se obtuvieron en formato digital de las páginas electrónicas disponibles en internet, para mejor referencia del sitio señalado se recomienda ver la bibliografía. El formato de los documentos obtenidos es del tipo Portable Document File (PDF), los archivos son los que aparecen en las figuras A1.1 y A1.2.

Figura A1.1 Documentos Observados del PAN

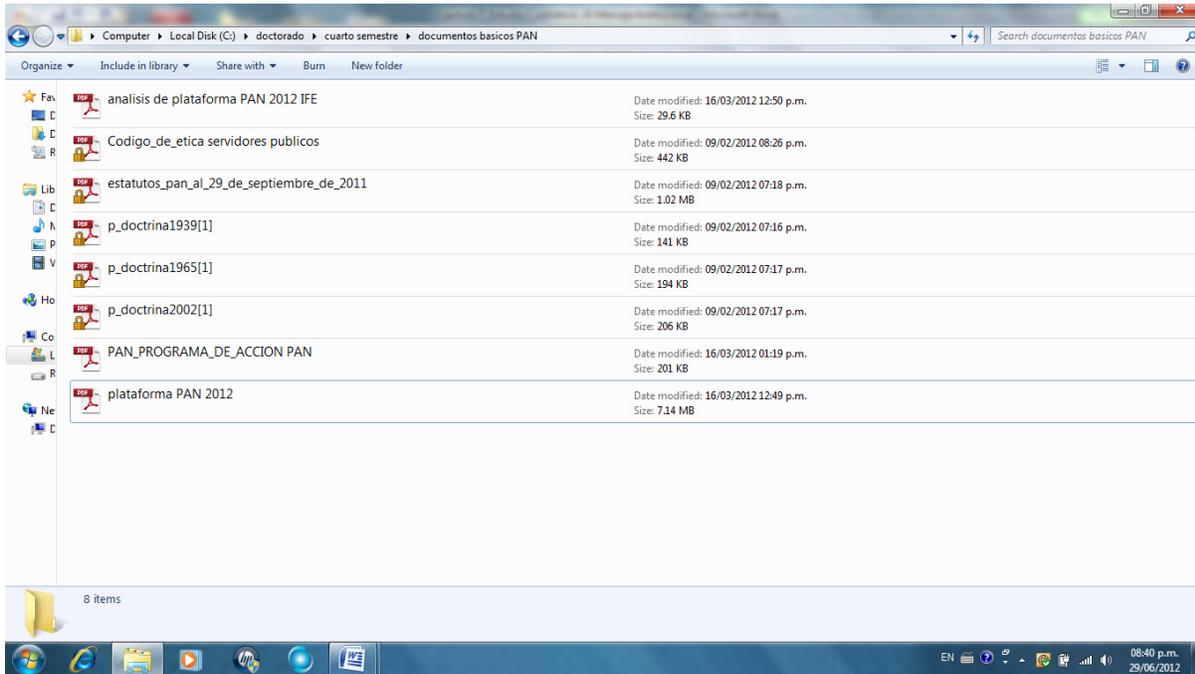
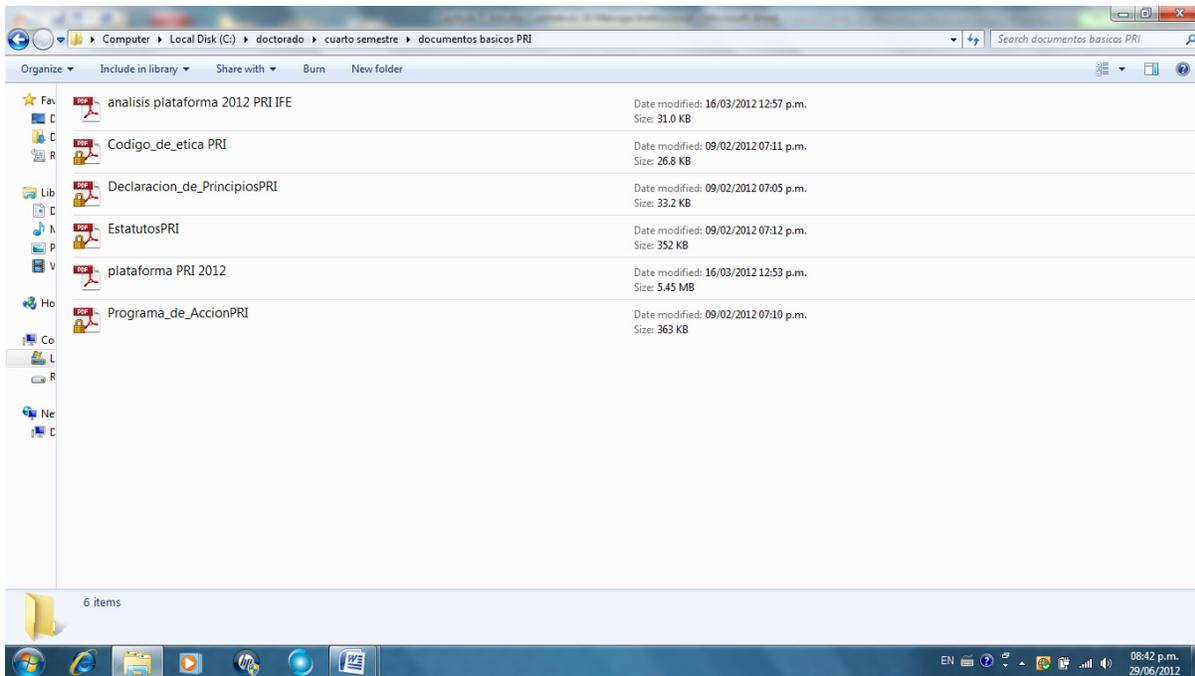


Figura A1.2 Documentos Observados del PRI



Dichos documentos fueron convertidos a formato DOC para poder contabilizar la cantidad de palabras. Por tanto, el primer instrumento de medición fue la herramienta automática disponible en el software de Microsoft Word 2007 en español, la longitud en palabras se muestra en la tabla A1.1.

Tabla A1.1 Documentos observados del PAN y PRI

Documento	Fecha de Elaboración	Partido	Páginas	Palabras	Código del Documento
Principios de Doctrina	14 y 15 de septiembre de 1939	PAN	10	2,702	PDD1
Proyección de Principios de Doctrina 1965	16 de mayo de 1965	PAN	18	5,922	PDD2
Proyección de Principios de Doctrina 2002	14 de septiembre de 2002	PAN	16	6,381	PDD3
Código de Ética de los Servidores Públicos	2 febrero 2002*	PAN	4	1,578	COD-PAN
Programa de Acción: de cara al siglo XXI	1 de mayo de 2004	PAN	25	11,253	PA-PAN
Estatutos Generales	26 de abril de 2008	PAN	49	17,730	EST-PAN
Plataforma 2012-2018	29 febrero de 2012	PAN	98	20,616	PLT-PAN
Declaración de Principios	23 de Agosto de 2008	PRI	6	2,466	DDP
Programa de Acción	23 de Agosto de 2008	PRI	59	21,820	PA-PRI
Código de Ética Partidaria	23 de Agosto de 2008	PRI	7	1,944	COD-PRI
Estatutos	23 de Agosto de 2008	PRI	86	31,687	EST-PRI
Plataforma Electoral Federal	Febrero 2012	PRI	101	43,954	PLT-PRI

Fuente: Elaboración Propia. * No se pudo determinar la fecha exacta.

Segunda Etapa: Campo Semántico. Se creó un campo semántico de palabras, conceptos clave y vocablos teniendo como referencia a las filosofías políticas. La estructura está desglosada en la tabla A1.2. La amplia literatura o temas de algunas filosofías nos llevaron a hacer una clasificación por temas para una mejor comprensión. Fue algo complicado hacer la clasificación de los conceptos, pues algunos de ellos bien pudieran entrar en dos temas y ser igualmente válido. En nuestro marco teórico se

encontró el reconocimiento de que algunos conceptos pueden traslaparse en las diversas filosofías políticas.

Tabla A1.2: Estructura del Instrumento Cualitativo

Filosofía	Tema	Cantidad de Conceptos PAN	Cantidad de Conceptos PRI
	Lema del Partido	4	3
Liberismo	No aplica	41	41
Republicanismo	Lealtad y Preservación de Instituciones	22	22
	Fomento a la Afección Institucional	11	11
	Virtudes Ciudadanas o Antivalores	22	22
	Combate a la Desafección Institucional	2	2
	Libertad como No Dominación (Neo republicanismo)	17	17
Liberalismo	Liberalismo. Libertad Como no Interferencia	38	38
	Liberalismo. Valores para la Convivencia Plural (Respeto a la privacidad, anhelos y deseos individuales)	5	5
Democracia	No aplica	19	19
Comunitarismo	Comunidad Social	22	22
	Comunidad Partidista	10	10
Ideología Izquierda-Derecha	Discurso Político Izquierda-Derecha	7	7
	Socio Moral. Bienestar Social	16	16
	Socio Moral. Grupos Vulnerables	11	11
	Socio Moral. Desarrollo de Capacidades Humanas	12	12
	Socio Moral. Moralidad	4	4
Ambientalismo	No aplica	19	19
	Total del Palabras, concepto o vocablos	282	281

Fuente: Elaboración Propia

Tercera Etapa: Contabilizar la frecuencia de aparición de las palabras contenidas en el campo semántico.

Se procedió a determinar cuál es el peso que dicho campo semántico tiene en los documentos más representativos del partido. La segunda herramienta automática de medición fue la relativa a contabilizar las frecuencias del campo semántico creado, por lo que se utilizó el software de Adobe Reader X versión 10.1.3 que incluye la herramienta de «búsqueda avanzada» que está disponible en el menú de «edición»;

en muy contadas ocasiones se tuvo que activar la casilla correspondiente a «Palabras Completas», en general, estas casillas permanecías sin ser activadas. Tal como se muestra en las figuras A1.3 y A1.4.

Figura A1.3: Versión de Adobe Reader X

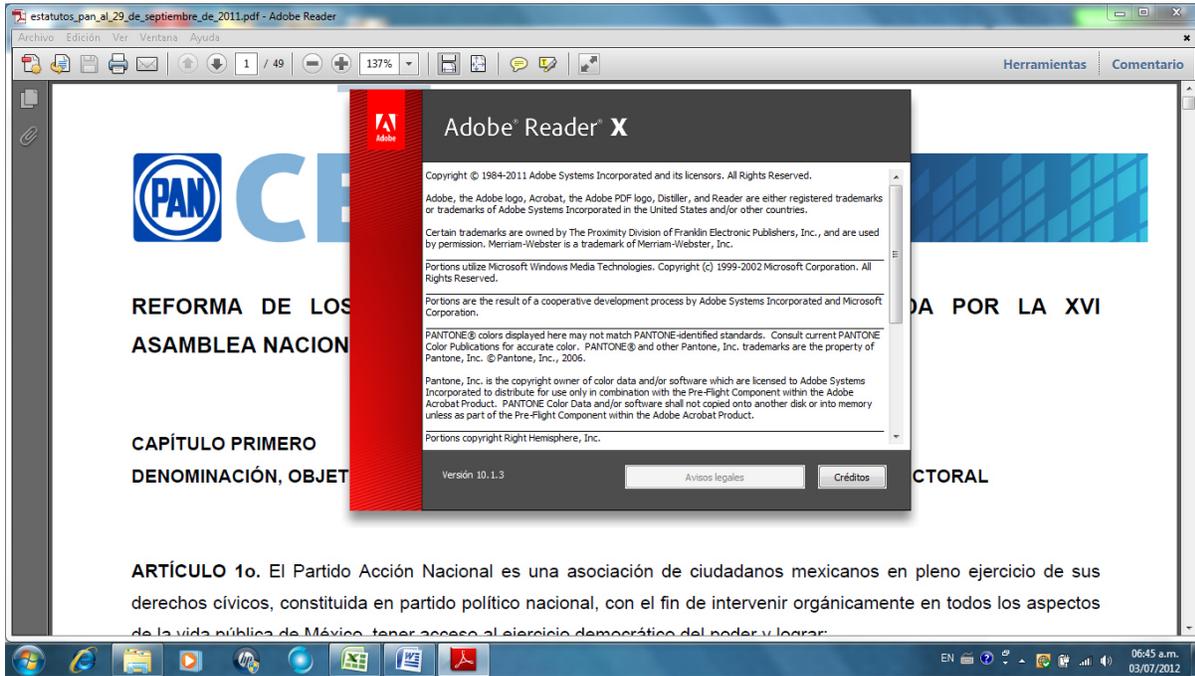
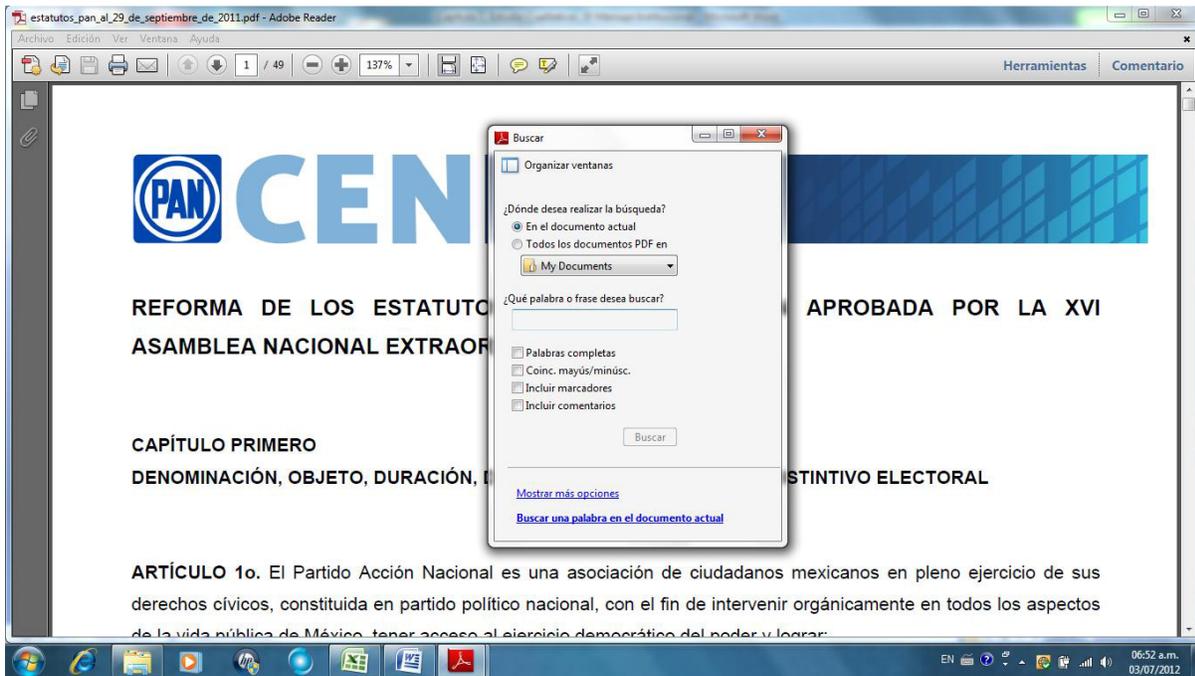


Figura A1.4: Búsqueda Avanzada de Adobe



Cuarta Etapa: Normalización de los Datos para poder comparar.

Para poder comparar documentos que tienen diferente longitud en cuanto a cantidad de palabras, se procedió a aplicar una regla de tres simple para determinar la tasa de aparición por cada mil palabras, de acuerdo a la tabla A1.3.

Tabla A1.3. Fórmula para normalizar las observaciones en el instrumento cualitativo

Total de palabras en el documento	1,000
Frecuencia de aparición	X
Donde X es la <i>tasa de frecuencia aparición por cada mil palabras</i> , por tanto la fórmula queda de la siguiente forma	
$X = \frac{\text{Frecuencia de Aparición} * 1000}{\text{Total de Palabras en el documento}}$	

Fuente Elaboración Propia

Esta frecuencia nos ayudó para hacer inferencias en relación a la congruencia discursiva. Este análisis cualitativo nos ayudará a facilitar la comprensión del modelo de identidad partidista de los partido políticos, permitiendo en futuras investigaciones

elaborar un instrumento cuantitativo para medir la efectividad que ha tenido esta organización, en hacer llegar íntegramente su mensaje a los consumidores finales, en este caso a los electores; también podría conocerse el nivel de su aprobación o rechazo.

Fases para la presentación de Resultados

La presentación de resultados de la observación documental tiene 3 fases, en la primera se utiliza el lema del partido para conocer la frecuencia de los conceptos que encierra esa frase. En la segunda, se hace el análisis del discurso por cada filosofía política, y en la tercera, se hace una inferencia del mensaje institucional y la categorización por temas que se realizó durante su lectura.

A1.6 LIMITACIONES Y DEFICIENCIAS DEL ESTUDIO

Es necesario advertir que este ejercicio no se debe dar por concluyente, debido a que algunas palabras o conceptos clave pueden tener variaciones en los que la búsqueda muestre una ausencia, pero que en realidad si esté contemplado en el documento bajo alguna forma distinta. Por ejemplo, si buscamos «Estado Laico», puede ser que no aparezca en esa forma en particular pero si existe «Laicidad del Estado»; en este caso en particular fuimos cuidadosos e incluimos la búsqueda del vocablo «Laic» para encontrar esas variantes. Otro ejemplo, es la búsqueda del concepto «respeto a la ley», en este caso encontramos que en un documento si existe el concepto pero escrito de la siguiente forma «ciudadanía respetuosa de las leyes».

También existen conceptos que tienen múltiples acepciones que no corresponden exactamente al significado que deseamos encontrar, por ejemplo, el valor democrático para defensa de los grupos diversos, se buscó la palabra «diversidad», pero nos encontramos con el concepto de «biodiversidad» que es un concepto apegado a cuestiones ecológicas que nada tiene que ver con el significado que deseamos encontrar; en estos casos se tuvo que activar las casilla de verificación de palabras completas.

Otro caso son los conceptos compuestos, esto es, para la herramienta de software de búsqueda avanzada, el concepto «social demócrata» y «socialdemócrata» es diferente, aún y cuando lo único diferente es el espacio que hay entre social y demócrata. Aquí también tomamos las provisiones necesarias para no incurrir en errores involuntarios.

En otros casos, preferimos buscar vocablos y no palabras, con el objeto de conocer las frecuencias de todas sus variantes, por ejemplo, «cuidadan» para conocer las variantes de ciudadanía, ciudadano, ciudadana, ciudadanizar, etc.

Los ejemplos anteriores son solo una muestra de los límites de nuestra observación documental.

Se debe tomar en cuenta que la búsqueda avanzada del software que se utilizó no es sensible a mayúsculas, ni minúsculas, ni a los acentos, por tanto, para nosotros esto es una ventaja ya que se podía buscar una palabra sin acento pero igualmente hacía la búsqueda respectiva, es decir, no había ninguna omisión. Sin embargo, con las palabras escritas con errores ortográficos, la búsqueda no funciona, un ejemplo muy burdo y que no cometimos sería buscar «democrazia» con zeta.

Lo que se recomienda a los investigadores, es que antes de hacer conclusiones en base a este trabajo, es que accedan al documento original y contextualicen los conceptos para no realizar conclusiones precipitadas.

Aún con todas estos inconvenientes, este trabajo tienen un valor que ayudará a reflexionar a quien tenga bajo su objeto de estudio científico a los partidos políticos; la experiencia de haber realizado este análisis cualitativo fueron varios. Nos sorprendieron más las ausencias y las frecuencias bajas que la misma presencia de algunos conceptos. Por ejemplo, sorprende que el PAN maneje en su lema partidista el concepto de PATRIA, pero que utilice este concepto muy pocas veces, es perceptible

la ausencia en algunos documentos básicos. Podríamos preguntarnos ¿Qué entiende el PAN por patria?

Aún y cuando todas las personas puedan tener una idea más o menos clara de a qué se refiere, creo que es, por lo menos académicamente hablando, una grave laguna que el PAN no defina qué es ese concepto para ese partido político; máxime que en sus documentos básicos si maneja otros conceptos igualmente abstractos y los explica como son ESTADO, NACION o LIBERTAD etc., sería pues conveniente que el PAN explicara qué entiende por patria. Y es que ya algunos teóricos de la ciencia política han advertido que dos miembros de un mismo partido pueden dar interpretaciones diferentes y hasta divergentes a sus documentos básicos; si a eso le agregamos la falta de definiciones pues entonces la confusión puede ser aún mayor.

Otra ausencia muy notoria y lógica de explicar, es la ausencia del concepto de «partidocracia», que es un fenómeno que los teóricos dicen que existe pero los partidos políticos no lo plasman en sus documentos como un fenómeno, ya no digamos para combatirlo, por lo menos para admitir su existencia.

Otra limitación es al peso específico que se le da a cada palabra, concepto o vocablo. En este estudio todos ellos tienen el mismo peso, sin embargo, puede asignársele un peso específico relativo; para esto se tendría que validar el instrumento con un número representativo de expertos en el tema de las filosofías políticas para en base a ese estudio pueda asignarse un peso relativo consensado a cada palabra.

El investigador encontrará otras áreas de oportunidad que es conveniente tenga en cuenta al momento de hacer análisis y conclusiones, a partir de este trabajo.

ANEXO 2: EL MENSAJE INSTITUCIONAL DEL PARTIDO ACCIÓN NACIONAL.

A2.1 ANTECEDENTES

El modelo de identidad corporativa del Partido Acción Nacional (PAN) está plasmado en sus documentos básicos que son: los principios de doctrina de 1939, las proyecciones de los principios de doctrina de 1965 y 2002, el programa de acción de 2004 y los Estatutos Generales de 2008 (Diputados, 2008), que junto a su código de ética de los servidores públicos conforman su mensaje institucional

El PAN ha emitido dichos documentos a través de un periodo comprendido de 1939 a 2012, es decir, por 73 años. El documento más pequeño tiene 1,578 palabras y el más largo tiene 20,616. En la tabla A.2.1 se mencionan los documentos que forman parte de este estudio.

Tabla A2.1 Documentos observados del PAN.

Documento	Fecha de Elaboración	Partido	Páginas	Palabras	Código del Documento
Principios de Doctrina	14 y 15 de septiembre de 1939	PAN	10	2,702	PDD1
Proyección de Principios de Doctrina 1965	16 de mayo de 1965	PAN	18	5,922	PDD2
Proyección de Principios de Doctrina 2002	14 de septiembre de 2002	PAN	16	6,381	PDD3
Código de Ética de los Servidores Públicos	2 febrero 2002*	PAN	4	1,578	COD-PAN
Programa de Acción: de cara al siglo XXI	1 de mayo de 2004	PAN	25	11,253	PA-PAN
Estatutos Generales	26 de abril de 2008	PAN	49	17,730	EST-PAN
Plataforma 2012-2018	29 febrero de 2012	PAN	98	20,616	PLT-PAN

* No se pudo encontrar la fecha exacta

Fuente: Elaboración Propia.

A2.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Es posible encontrar, en los Documentos Básicos del PAN, su código de ética y su plataforma electoral 2012-2018, conceptos o palabras clave que se identifiquen con el marco teórico de las filosofías políticas?.

Hipótesis

En los Documentos Básicos del PAN, su código de ética y su plataforma electoral 2012-2018 se pueden encontrar palabras y conceptos que se derivan de las filosofías

políticas como el liberismo (o liberalismo económico), el republicanismo, el liberalismo (o liberalismo político), el democrático, el comunitarismo, el espectro ideológico izquierda-derecha y el de carácter ambiental.

A2.3 ANÁLISIS DEL LEMA DEL PARTIDO

El lema del partido es algo emblemático y significativo para una organización política. En esa frase se intenta resumir la razón de ser, existir y luchar; es quizá la invitación principal que se le hace a un ciudadano para que ingrese a sus filas. Equivale a una tarjeta de presentación. El lema tiene conceptos y palabras clave que es de esperarse ocupen un lugar especial en el discurso partidista.

De acuerdo al artículo #6 de los Estatutos señala que el lema es “POR UNA PATRIA ORDENADA Y GENEROSA Y UNA VIDA MEJOR Y MÁS DIGNA PARA TODOS”.

Los conceptos o palabras clave que analizaremos serán: Patria, Orden, Generosa y Dignidad.

A partir de la tabla A.2.2, la evidencia sugiere una consistencia discursiva entre los documentos de los principios de doctrina, sus dos proyecciones y su código de ética, pero esta consistencia se debilita en los 3 documentos más recientes.

Tabla A2.2: Análisis del Lema del Partido

Lema: Por una Patria Ordenada y Generosa y una Vida Mejor y Más Digna Para Todos								
Palabra Clave	Vocablo a buscar	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Patria	Patria	2	1	0	0	0	1	4
Ordenada	Orden *	4	19	7	1	4	39**	8***
Generosa	Generosa(o) *	2	0	3	0	0	1	0
Dignidad	Dign	8	9	25	5	17	3	18
Frecuencia		16	29	35	6	21	6	30
Total de palabras en el documento		2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras		5.92	4.90	5.49	3.80	1.87	0.34	1.46

* Buscar como palabra completa

** No es el sentido que se busca; existe un órgano interno que se llama comisión de orden. La Palabra compete "ordenada" sólo existe una vez, por tanto, se contabilizó una vez en el suma final.

*** Se buscó como palabra completa y se encontró 6 veces, y como "ordenada" 2 veces. Finalmente si se contabilizó en la suma total

Fuente: Elaboración Propia.

A2.4 ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTOS BÁSICOS CON RESPECTO A LAS FILOSOFÍAS POLÍTICAS.

El análisis de los documentos se hizo en base a las filosofías políticas siguientes: (1) liberista (o liberalismo económico), (2) republicana y neo republicana, (3) liberalismo político, (4) democrática, (5) ideológica, (6) comunitaria y (7) ambiental.

A2.5 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERISTA

Con las palabras a continuación no se podrá especificar si el PAN tienen una postura económica de izquierda o de derecha, solo se podrá conocer el peso específico que le dan a los conceptos que se manejan en una sociedad cuyo sistema económico se basa en una economía de mercado y las empresas privadas. Se le ha llamado Liberismo pues ya en el marco teórico se ha mencionado que el término más adecuado debe ser éste y no liberalismo económico y menos liberalismo a secas.

Tabla A2.3: Análisis del Discurso Liberista (Liberalismo económico)

Vocablo a buscar	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Cadenas Productivas	0	0	1	0	2	0	3
Competencia	0	1	2	0	6	6 **	15
Competitividad	0	0	0	0	11	0	11
Conquistas Laborales	0	0	0	0	0	0	0
Contribución	0	0	0	0	1	0	1**
Crecimiento económico	0	0	4	0	10	0	5
Desarrollo económico	0	3	1	0	5	0	1
Desarrollo Regional	0	0	0	0	2	0	7
Economía de Mercado	0	0	0	0	1	0	0
Economía Social	0	1	4	0	1	0	2
Economía Social de Mercado	0	0	4	0	1	0	0
Empresa	0	5	4	0	13	0	40
Energ	1**	2**	0	0	10	0	33
Especula	0	0	0	0	0	0	1
Exportación	0	0	0	0	1	0	6
Global	0	0	9	0	7	0	18
Importación	0	0	0	0	0	0	2
Impuesto	1**	1**	1**	1	1	0	5
Informal	0	0	1	0	0	0	2
Iniciativa Privada	3	3	1	0	2	0	1
Laboral	0	1	5	1	10	0	24

Libertad de Elección	0	0	0	0	1	0	0
Libertad de Mercado	0	0	0	0	0	0	0
Libertad Económica	0	0	0	0	1	0	0
Libre Mercado	0	0	0	0	1	0	0
Mercado	1	0	13	0	14	0	20
Mercado interno	0	0	0	0	1	0	1
Monopol	2	3	0	0	0	0	2
Neoliberal	0	0	0	0	0	0	0
Oligopol	0	0	0	0	0	0	0
Prestaciones	0	0	1	0	0	0	4
Privatiza	0	0	0	0	0	0	0
Productividad	0	1	1	0	8	0	4
Propiedad Privada	1	2	0	0	0	0	0
Proteccionista	0	0	0	0	0	0	1
Reforma Energética	0	0	0	0	0	0	1
Reforma Hacendaria	0	0	0	0	0	0	0
Reforma Laboral	0	0	0	0	1	0	0
Regula	0	1	3	0	7 **	8 **	17
Riqueza	2	1	0	0	5	0	4
Soberanía Energética	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	9	22	54	2	116	0	230
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	3.33	3.71	8.46	1.27	10.31	0.00	11.16
Cantidad de conceptos buscados	41				** no es en el sentido liberista		

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia que se desprende de la tabla A2.3, sugiere que hay una consistencia en el discurso liberista con baja frecuencia en el año 1939 y 1965. En la proyección de principios del 2002 se fortalece en más de dos veces para guardar una consistencia ascendente con alta frecuencia en el 2004 y 2012.

A2.6 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA REPUBLICANA Y NEO REPUBLICANA

El Republicanismo promueve la lealtad y preservación de las instituciones porque considera que la libertad es otorgada por la ley, es decir, no considera al ser humano como “libre por naturaleza”. En este sentido, la Constitución Política de México vigente desde 1917, da en su primer artículo, una pauta eminentemente republicana pues menciona literalmente que “...todo individuo gozará de las garantías que OTORGA esta constitución...” (Diputados, 2009). Luego entonces, si las garantías son otorgadas por

la Constitución, es de esperarse que los individuos busquen ser leales a las instituciones que se derivan de ella, lo cual contribuye a su preservación.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Lealtad y Preservación de Instituciones
- 2) Fomento a la Afección Institucional
- 3) Virtudes Ciudadanas o Antivalores
- 4) Combate a la Desafección Institucional
- 5) Libertad como No Dominación (Neo Republicanismo)

A2.6.1 Republicanismo: Lealtad y Preservación de Instituciones

Tabla A2.4: Análisis del Discurso Republicano del PAN en Lealtad y Preservación de Instituciones

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Auster	0	0	0	0	0	0	0
Estabilidad	0	3	0	0	6	0	6
Estado	26	41	33	2	45	18	35
Estado de Derecho	1	1	1	1	11	0	3
Gobernabilidad	0	0	0	0	0	0	2
Gobernabilidad democrática	0	0	0	0	0	0	2
Institucion	2	7	10	1	18	5	49
Interés Nacional	4	1	2	0	5	1	1
Justicia	13	32	5	1	18	0	12
Legitimidad	0	1	0	0	0	0	0
Libertad Ciudadana	0	0	0	0	0	0	0
Municip	7	10	14	1	18	114	40
Nación *	15	4	17	0	14	1	4
Orden *	4	19	7	0	17 **	53 **	6
Patria	2	1	0	0	0	1	4
Pronta y expedita	0	0	0	0	1	0	0
Reelección	0	0	0	0	2	0	0
República	0	1	0	0	5	6	1
Respeto a la ley	0	0	0	0	2	0	0
Seguridad Nacional	0	0	0	0	3	0	14
Soberan	0	3	1	0	6	0	2
Unidad Nacional	2	0	0	0	0	0	2
Frecuencia	76	124	90	6	154	146	183
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	28.13	20.94	14.10	3.80	13.69	8.23	8.88
Cantidad de conceptos buscados	22						

* Buscar como palabra completa. ** No es el sentido que se busca
Fuente: Elaboración Propia

La evidencia, a partir de la tabla A2.4, sugiere que hay una consistencia discursiva en el tema de lealtad y preservación de instituciones, con frecuencia alta, entre la declaración de principios y la proyección de principios de 1965. Esta consistencia se debilita pero es semejante entre en la proyección de principios de 2002 y el programa de acción del 2004. Posteriormente vuelve a debilitarse pero es semejante entre los estatutos del 2008 y la plataforma de 2012. Finalmente cae en su punto más bajo en el código de ética.

A2.6.2 Republicanismo: Fomento a la Afección Institucional

Por otro lado, para fortalecer la lealtad de los ciudadanos hacia las instituciones públicas y de esta manera contribuir a su preservación, es de esperarse que se busque fomentar la afección hacia las instituciones basada en la confianza, credibilidad y transparencia en el ejercicio de gobierno. Otra cosa que puede ayudar es el combate los antivalores que minan la confianza y credibilidad ciudadanas como lo es la corrupción gubernamental y la impunidad en la comisión de delitos. Se han incluido estas dos sub categorías en nuestro análisis.

Tabla A2.5: Análisis del Discurso Republicano del PAN en Fomento a la Afección Institucional

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Acceso a la Información	0	0	0	0	1	0	2
Confianza	0	0	0	0	2	0	2
Credibilidad	0	0	0	0	0	0	0
Derecho a la Información	0	0	0	1	1	0	1
Honest	1	0	0	0	7	1	0
Justicia Social	1	10	0	0	3	0	0
Paz Social	0	0	0	0	0	0	1
Prestig	0	0	0	0	0	0	0
Rendición de Cuentas	0	1	0	0	5	0	4
Seguridad Pública	0	0	0	0	4	0	7
Transparen	0	0	2	5	14	0	22
Frecuencia	2	11	2	6	37	1	39
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.74	1.86	0.31	3.80	3.29	0.06	1.89
Cantidad de conceptos buscados	11						

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia de la tabla A2.5, sugiere que la consistencia del discurso correspondiente al fomento a la afección institucional ha sido inestable, con saltos hacia arriba y luego hacia abajo, con un periodo de estabilidad en el código de ética en el 2002 y el programa de acción en el 2004.

A2.6.3 Republicanismo: Virtudes Ciudadanas o Antivalores

El Republicanismo busca que el ejercicio vida ciudadana sea constante mediante la participación y con virtudes personales, por tal motivo se incluyó la tabla A2.6 correspondiente a las virtudes ciudadanas y desincentivar la práctica de los antivalores.

Tabla A2.6: Análisis del Discurso Republicano del PAN en Virtudes Ciudadanas o Antivalores

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Avaricia	0	0	0	0	0	0	0
Capacidades *	0	0	5	0	15	0	11
Ciudadan	0	4	12	9	25	7	47
Consumi	0	0	3	0	0	0	3
Diálogo	0	2	2	2	0	0	6
Dios *	0	1	0	0	0	0	0
Elevación humana	1	3	0	0	0	0	0
Ética *	0	0	8	11	7	1	0
Honrad	2	3	1	1	0	0	0
Leal	0	1	2	2	2	3	1
Mérito	0	0	0	0	0	0	0
Participación ciudadana	0	0	1	0	5	2	9
Participación política	0	0	0	0	0	0	0
Participación social	0	0	0	0	1	0	2
Patriot	0	0	0	0	0	0	0
Perfeccion	1	3	3	0	1	0	3*
Plenitud humana	0	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad Ciudadana	0	0	1	0	2	0	0
Sociedad Civil	0	1	0	0	2	0	9
Valores	6	7	13	2	9	1	16
Valores Ciudadanos	0	0	0	0	0	0	0
Valores cívicos	0	0	0	0	0	0	1
Frecuencia	10	25	51	27	69	14	105
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	3.70	4.22	7.99	17.11	6.13	0.79	5.09
cantidad de conceptos buscados	22						

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia presentada en la tabla A2.6, sugiere que el discurso en cuanto a valores cívicos o antivalores se fue fortaleciendo paulatinamente de 1939 hasta el 2002 a lo largo de los primeros 4 documentos, posteriormente, se debilitó para entrar en una estabilidad entre el programa de acción en el 2004 y la plataforma en el 2012. Sin embargo, desde su punto más alto en el año 2002 cae casi un 70% en el año 2012.

A2.6.4 Republicanismo: Combate a la Desafección Institucional

Tabla A2.7: Análisis del Discurso Republicano del PAN en Combate a la Desafección Institucional

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Corrupción	0	0	1	0	2	0	5
Impunidad	0	0	0	0	3	0	3
Frecuencia	0	0	1	0	5	0	8
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.00	0.00	0.16	0.00	0.44	0.00	0.39
cantidad de conceptos buscados	2						

Fuente: Elaboración Propia

Al analizar la tabla A2.7, es interesante observar que el discurso donde se señala a la corrupción y la impunidad fue tomado en cuenta conforme el tiempo fue pasando, pues destaca la ausencia en 1939 y 1965, una discreta aparición en 2002 con ausencia en el código de ética elaborado ese mismo año, reaparecen en el 2004 dentro del Plan de Acción, desaparece en el 2008 en los estatutos y vuelve a aparecer en la plataforma 2012. La evidencia sugiere hay intermitencia en su aceptación para ser plasmado en los documentos del partido.

A2.6.5 Republicanismo: Libertad como No dominación (Neo republicanismo)

El Neo republicanismo tiene como objetivo que el ser humano viva en libertad sin estar bajo sujeción o servidumbre de alguien más, ya sea esta moral, económica o de cualquier forma; se busca que las personas puedan tomar decisiones sin estar bajo presión o amenaza de algo, que no puedan ser cooptados en sus anhelos o deseos.

Tabla A2.8: Análisis del Discurso Republicano del PAN en Libertad como No Dominación

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Autoritari	0	0	1	0	0	0	0
Cientel	0	0	0	0	0	0	1
Corporativis	0	0	0	0	0	0	0
División de poderes	0	0	0	0	0	0	0
Explotación	2	1	1*	0	2	0	2*
Explotación Sexual	0	0	0	0	0	0	0
Fascis	0	0	0	0	0	0	0
Libertad de Asociación	0	0	0	0	0	0	0
Libre Asociac	0	0	0	0	3	0	0
No violencia	0	0	0	0	1	0	0
Opres	4	0	1	0	0	0	0
Partidocracia	0	0	0	0	0	0	0
Paternal	0	0	0	0	0	0	1
Sindica	0	5	1	0	3	0	7
Trata de Personas	0	0	0	0	0	0	1
Usur	1	0	0	0	0	0	0
Violen	1	1	1	1	3	2	9
Frecuencia	8	7	4	1	12	2	19
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	2.96	1.18	0.63	0.63	1.07	0.11	0.92
cantidad de conceptos buscados	17						

Fuente: Elaboración Propia.

La evidencia de la tabla A2.8, sugiere que el discurso de libertad como No dominación viene de más a menos, desde 1939 hasta el año 2002. Vuelve a recuperarse en el 2004 pero con poco más de una tercera parte de su aparición inicial, se debilita nuevamente hasta casi su desaparición en el 2008 y se recupera discretamente en el 2012.

A2.7 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERAL (Liberalismo Político)

El liberalismo político tiene como prioridad que se reconozca que el ser humano es “libre por naturaleza”. Por tanto, el gobierno solo debe limitarse a protegerlo a él y a su patrimonio, y a crear las condiciones para su adecuado desarrollo y convivencia con los demás miembros de la sociedad. El gobierno no debe intervenir en la vida de los individuos más que para establecimiento de un orden social, es decir, no debe interferir en las actividades y decisiones personales. La crítica que se le hace a esta postura es

que lleva al individualismo extremo, alejado de las metas y objetivos que se consideran buenos para la colectividad.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Libertad como No interferencia.
- 2) Valores para una convivencia plural.

A2.7.1 Liberalismo: Libertad como No Interferencia

Tabla A2.9: Análisis del Discurso Liberal del PAN en Libertad como No interferencia

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Autodeterminación	0	2	0	0	0	0	0
Autonomía	1	8	1	0	6	0	5
Autonomía Municipal	0	0	1	0	1	0	0
Autonomía Sindical	0	0	0	0	0	0	0
Autonomía Universitaria	0	1	0	0	1	0	0
Centralis	0	1	0	0	0	0	0
Debido Proceso	0	0	0	0	0	0	0
Derechos Básicos	0	0	0	0	0	0	0
Derechos fundamentales	1	1	0	0	0	1	1
Derechos Humanos	0	5	5	1	11	0	21
Derechos Individuales	0	0	0	0	0	0	0
Derechos Patrimoniales	0	0	0	0	1	0	0
Dign	8	9	25	5	17	3	18
Educación Laica	0	0	0	0	0	0	0
Estado Laico	0	0	0	0	0	0	0
Federali	0	1	5	0	2	0	3
Federalismo Fiscal	0	0	0	0	0	0	1
Garantías individuales	0	0	0	0	0	0	0
Individu	2	5	3	0	6	4	3
Laic	0	0	0	0	1	0	0
Legal	2	1	2	2	5	7	25
Liberal	0	0	0	0	0	0	0
Libertad	8	37	18	0	14	0	11
Libertad de Cátedra	0	2	0	0	0	0	0
Libertad de Conciencia	0	2	1	0	0	0	0
Libertad de Culto	0	0	0	0	0	0	0
Libertad de Enseñanza	1	1	0	0	1	0	0
Libertad de Expresión	1	1	0	0	1	0	3
Libertad de Oficio	0	0	0	0	0	0	0
Libertad de Pensamiento	1	1	0	0	0	0	0
Libertad de Prensa	0	0	0	0	0	0	0
Libertad de Religión	0	0	0	0	0	0	0
Libertad de Tránsito	0	0	0	0	0	0	0

Libertad Política	1	0	0	0	0	0	0
Libertad Religiosa	1	1	0	0	1	0	0
Libre Albedrío	0	0	0	0	0	0	0
Libre determinación	0	0	0	0	0	0	0
Seguridad Ciudadana	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	27	79	61	8	68	15	91
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	9.99	13.34	9.56	5.07	6.04	0.85	4.41
cantidad de conceptos buscados	38						

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia que se deriva de la tabla A2.9, sugiere que en el discurso de libertad como no interferencia, hay una cierta consistencia, con alta frecuencia en los 3 documentos que se refieren a los principios de doctrina, de 1939 al 2002; reduciéndose a casi más de la mitad de su punto más alto en el código de ética, y en la plataforma electoral; llegando a casi desaparecer en los estatutos del partido.

A2.7.2 Liberalismo: Valores para Convivencia Plural

Tabla A2.10: Análisis del Discurso Liberal del PAN en Valores para Convivencia Plural: (respeto a la privacidad, anhelos y deseos individuales)

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Autonomía individual	0	0	0	0	0	0	0
Discriminación	0	0	3	1	3	0	5
Diversidad *	0	4	3	1	2	0	3
Plurali	0	2	4	0	0	0	2
Tolerancia	0	0	0	0	0	0	2
Frecuencia	0	6	10	2	5	0	12
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.00	1.01	1.57	1.27	0.44	0.00	0.58
cantidad de conceptos buscados	5						

* Buscar como palabra completa

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al discurso de los valores para una convivencia plural, la evidencia que se desprende de la tabla A2.10, sugiere que se fue fortaleciendo paulatinamente en los documentos que se refieren a los principios de doctrina partiendo de cero de 1939 hasta su punto más alto en el 2002; se debilita un poco en el 2002; volviéndose a debilitar casi un 70% de su valor más alto en el 2004; desaparece en el 2008 en los

estatutos y finalmente, en el 2012, se recupera casi el 40% inferior de su valor más alto que fue en al año 2002.

A2.8 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA DEMOCRÁTICA

La democracia busca hacer llegar a todos los miembros de la sociedad, las mismas cosas o bienes para disminuir los motivos que fundamenten la discriminación, así como que tengan las mismas oportunidades de desarrollo y participación en la toma de decisiones públicas.

Tabla A2.11 : Análisis del Discurso Democrático del PAN

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Consulta Popular **	0	0	0	0	0	0	1
Democracia	0	8	8	1	8	1	4
Democracia Directa	0	0	0	0	0	0	1
Democracia Participativa	0	0	0	0	0	0	0
Democracia Representativa	0	0	0	0	0	0	0
Democrat	0	12	6	0	10	3	9
Distribución	0	5	3	0	4	3	2
Distribución de la riqueza	0	1	0	0	0	0	0
Distribución del ingreso	0	1	1	0	2	0	0
Distribución equitativa	0	0	0	0	1	0	0
Equidad	0	2	7	0	11	6	13
Igualdad	0	4	7	2	14	1	7
Iniciativa popular	0	0	0	0	1	0	0
Participación democrática	0	0	0	0	0	0	0
Plebiscito	0	0	0	0	1	0	1
Referéndum	0	0	0	0	1	0	2
Reforma del Estado	0	0	0	0	1	0	0
Reforma Política	0	0	0	0	0	0	2
Revocación de mandato	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	0	33	32	3	54	14	42
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.00	5.57	5.01	1.90	4.80	0.79	2.04
cantidad de conceptos buscados	19						

** buscar en plural

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia contenida en la tabla A2.11 sugiere que el discurso democrático del PAN evoluciona desde cero en 1939, se mantiene estable en los dos documentos de proyecciones de principios de 1965, el 2002 y el Plan de Acción con una baja

intermedia por el código de ética. Finalmente, la plataforma electoral muestra una caída de más del 60% desde su punto más alto que fue en el año de 1965.

A2.9 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA COMUNITARIA

El comunitarismo se distingue por su énfasis en la solidaridad y responsabilidad que los individuos tienen con las personas próximas y que comparten su mismo sistema de valores y cultura, y que finalmente conforman la colectividad inmediata, generalmente aunque no exclusivamente, en comunidades pequeñas.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Comunitarismo en Comunidad Social.
- 2) Comunitarismo en Comunidad Partidista.

A2.9.1 Comunitarismo en Comunidad Social

Tabla A2.12: Análisis del Discurso Comunitario del PAN en Comunidad Social

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Acciones Afirmativas	0	0	0	0	0	3	1
Bien Común	7	14	12	2	4	1	4
Campo	3	6	12	0	7	1**	2
Colectiv	7	9	1	0	1	0	2
Comunid	10	27	17	2	54	0	26
Convivencia	1	9	8	0	5	1	4
Discriminación positiva	0	0	0	0	0	0	0
Esparcimiento	0	0	1	0	0	0	0
Étni	0	1	3	0	0	0	1
Familia	5	16	23	2	27	0	39
Indígen	0	0	3	0	8	0	6
Indio	0	0	0	0	0	0	0
Reciproc	0	3	1	0	0	0	1
Responsab	6	13	51	8	48	7	24
Responsabilidad social	0	0	11	0	9	0	1
Rural	4	3	2	0	6	0	25
Solidari	0	4	23	1	17	0	7
Subsidiar	0	2	9	1	11	0	2
Tejido Social	0	0	0	0	0	0	1
Unanim	0	0	0	0	0	1	0
Unidad *	6	4	1	1	1*	2	6
Usos y Costumbres	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	49	111	178	17	197	15	152

Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	18.13	18.74	27.90	10.77	17.51	0.85	7.37
cantidad de conceptos buscados	22						
* Buscar como palabra completa							

** No es el sentido que se busca
Fuente: Elaboración Propia.

De la tabla A2.12, la evidencia sugiere una consistencia con frecuencia alta, con un pico alto en la proyección de principios en el 2002, debilitándose en el código de ética y volviendo a sus niveles estables con respecto a los principios de doctrina y su proyección en 1965. Finalmente, en la plataforma 2012 cae más del 70% con respecto de su punto más alto.

A2.9.2 Comunitarismo en Comunidad Partidista

Tabla A2.13: Análisis del Discurso Comunitario del PAN en Comunidad Partidista

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Célula	0	0	0	0	0	0	0
Comité	0	0	0	0	0	257	2
Dirigente	0	3	0	0	0	6	0
Disciplina	1	1*	0	0	0	7	4
Miembro	2	12	4	0	2	163	0
Militante	0	0	0	1	2	7	0
Sección	0	0	0	0	0	2	0
Simpatizante	0	0	0	0	1	2	0
Unidad Interna *	0	0	0	0	0	0	0
Unidad Partid	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	3	15	4	1	5	444	6
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	1.11	2.53	0.63	0.63	0.44	25.04	0.29
cantidad de conceptos buscados	10						
* Buscar como palabra completa							

Fuente: Elaboración Propia.

De la tabla A2.13, la evidencia sugiere que hay una estabilidad con baja frecuencia en cuanto al discurso de comunidad partidista y que el gran pico alto es los estatutos es esperado. Es cuestión de hacer un análisis de lo que se puede desprender de los estatutos porque puede apreciarse que los señalamientos de Duverger (1951) toman

forma en relación al tema de los elementos de base, la articulación general, los grados de participación y la naturaleza de la participación.

A2.10 OBSERVACIÓN RESPECTO AL DISCURSO IDEOLÓGICO

En los estudios empíricos, es común clasificar las posturas de los partidos en el espectro político de izquierda-derecha, y hasta se ha llegado a definir rasgos generales para su identificación.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Discurso político espectro político izquierda-derecha.
- 2) Discurso sociomoral: bienestar social.
- 3) Discurso sociomoral: Grupos vulnerables.
- 4) Discurso sociomoral: Desarrollo de capacidades humanas.
- 5) Discurso sociomoral: Moralidad.

A2.10.1 Ideología Espectro Político Izquierda-Derecha

Tabla A2.14: Análisis del Discurso Ideológico del PAN, espectro político Izquierda-Derecha

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Derecha	0	0	0	0	0	0	0
Izquierda	0	0	0	0	0	0	0
Lucha de clases	3	2	0	0	0	0	0
Reforma	0	2	1	0	11	10	31
Revoluc	0	0	0	0	1	0	0
Socialdemócra / social democra	0	0	0	0	0	0	0
Socialis	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	3	4	1	0	12	10	31
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	1.11	0.68	0.16	0.00	1.07	0.56	1.50
cantidad de conceptos buscados	7						

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de la evidencia de la tabla A2.14, se puede argumentar que el PAN no toma postura dentro del espectro ideológica izquierda-derecha, sin embargo, la frecuencia de la palabra “reforma” en los tres últimos documentos, nos permiten sugerir que el mensaje institucional del PAN es reformista.

A2.10.2 Ideología en Discurso Socio-Moral: Bienestar Social

Los conceptos sociales buscan generalmente contribuir para generar un bienestar generalizado entre la población; por esta razón se agruparon las siguientes palabras.

Tabla A2.15 : Análisis del Discurso Socio-Moral del PAN en Bienestar Social

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Agua *	1	1	1	0	3	0	14
Asistencialis	0	0	1	0	0	0	0
Bienestar	0	1	4	0	10	0	4
Calidad de vida	0	0	2	0	8	0	0
Estado Social	1	0	0	0	0	0	1
Marginación	0	0	0	0	1	0	4
Patrimon	2	1	7	0	10	3	7
Pobreza	0	0	3	0	21	0	7
Pobreza alimentaria	0	0	0	0	0	0	0
Salud	0	1	3	0	25	0	26
Seguridad Alimentaria	0	0	0	0	0	0	1
Seguridad Social	0	3	0	0	1	0	4
Seguro de desempleo	0	0	0	0	0	0	1
Seguro Popular	0	0	0	0	1	0	5
Servicios Públicos	0	0	2	0	5	0	4
Sociedad	2	9	24	1	18	3	17
Frecuencia	6	16	47	1	103	6	95
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	2.22	2.70	7.37	0.63	9.15	0.34	4.61
cantidad de conceptos buscados	16						

* Buscar como palabra completa

Fuente: elaboración Propia

A partir de la tabla A2.15, la evidencia sugiere que el discurso en cuanto a bienestar social, se fue fortaleciendo con el paso tiempo, principalmente los documentos doctrinales y el Plan de Acción. Finalmente, en la plataforma electoral del 2012 se debilita cerca del 50% de su punto más alto que fue en el año 2004.

A2.10.3 Ideología en Discurso Socio-Moral: Grupos Vulnerables

Tabla A2.16: Análisis del Discurso Socio-Moral del PAN en Grupos Vulnerables

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Adolescen	0	0	0	0	0	0	3
Adultos mayores	0	0	0	0	6	0	3
Discapaci	0	0	0	0	4	0	4
Equidad de Género	0	0	2	0	0	5	3
Grupos Vulnerables	0	0	0	0	0	0	5
Jóvenes	0	0	1	0	5	0	23
Juven	0	0	0	0	2	0	11
Migra	1	0	2	0	5	0	18
Mujer	0	1	14	0	19	6	24
Niñ **	0	0	1	0	7	0	13
Violencia familiar	0	0	1	0	0	0	1
Frecuencia	1	1	21	0	48	11	108
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.37	0.17	3.29	0.00	4.27	0.62	5.24
cantidad de conceptos buscados	11						
** El buscador también lo encuentra como ning							

Fuente: Elaboración Propia

A partir de la tabla A2.16, la evidencia sugiere que el discurso con respecto a los grupos vulnerables se fue fortaleciendo con el paso del tiempo, hasta tomar un aspecto de estabilidad entre el programa de acción en el 2004 y la plataforma electoral del 2012.

A2.10.4 Ideología en Discurso Socio-Moral: Desarrollo de Capacidades Humanas

Tabla A2.17: Análisis del Discurso Socio-Moral del PAN en Desarrollo de Capacidades Humanas

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Ciencia *	0	0	5	0	2	0	2
Ciencia y Tecnología	0	0	0	0	0	0	1
Cultura	3	9	24	0	23	1	49
Deporte	0	0	0	0	4	0	4
Desarrollo Humano	0	0	7	0	29	0	2
Educación	1	8	10	0	23	1	52
Educación de calidad	0	0	0	0	1	0	0
Human	12	35	69	3	78	1	50
Igualdad de oportunidades	0	0	2	1	5	1	2
Persona	15	29	50	16	67	12	41

Tecnolog	0	0	14	0	22	0	48
Universidad	1	4	0	0	1	1	3
Frecuencia	32	85	181	20	255	17	254
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	11.84	14.35	28.37	12.67	22.66	0.96	12.32
cantidad de conceptos buscados	12						

* Buscar como palabra completa

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia que se desprende de la tabla A2.17, sugiere que el discurso en cuanto Desarrollo de Capacidades Humanas ha tenido una frecuencia alta y en ascenso en los 3 primeros documentos, para volver a debilitarse en el 2002 pero manteniéndose estable. Vuelve a aumentar en el 2004 y regresa a su nivel estable en la plataforma de 2012.

A2.10.5 Ideología en Discurso Socio-Moral: Moralidad

Tabla A2.18: Análisis del Discurso Socio-Moral del PAN en Moralidad

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Abort	0	0	0	0	1	0	1
Interrupción del embarazo	0	0	0	0	0	0	0
matrimonio	0	0	0	0	1	0	0
mismo sexo	0	0	0	0	0	0	0
Frecuencia	0	0	0	0	2	0	1
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.00	0.00	0.00	0.00	0.18	0.00	0.05
cantidad de conceptos buscados	4						

Fuente: Elaboración Propia

A partir de la tabla A2.18, la evidencia sugiere que el discurso de moralidad solamente se encuentra presente hasta el año del 2004, con una baja y casi nula presencia en la plataforma de 2012.

A2.11 RESULTADOS RESPECTO AL DISCURSO AMBIENTALISTA

No se ha encontrado literatura que sugiera que las posturas ambientales puedan ser catalogadas como una filosofía política, sin embargo, cada vez es más evidente que parte del discurso político gire alrededor a este tema.

Tabla A2.19: Análisis del Discurso Ambiental del PAN

	PDD1 1939	PDD2 1965	PDD3 2002	COD-PAN 2002	PA-PAN 2004	EST-PAN 2008	PLT-PAN 2012
Ahorro de energía	0	0	0	0	0	0	1
ambiente	1*	0	19	0	32	0	42
Biomasa	0	0	0	0	1	0	2
Cambio Climático	0	0	0	0	1	0	5
Cultura ecológica	0	0	0	0	0	0	0
Ecolog	0	0	0	1	3	0	5
Efecto invernadero	0	0	0	0	0	0	3
Energía renovable	0	0	0	0	0	0	1
Eólica	0	0	0	0	1	0	2
Fuentes renovables	0	0	0	0	0	0	4
Geotermi	0	0	0	0	1	0	2
Hidraul	0	0	0	0	1	0	3
Medio Ambiente	0	0	11	0	18	0	14
Recicla	0	0	0	0	2	0	2
Renovable	0	0	0	0	2	0	10
Reusar	0	0	0	0	0	0	0
Reutilizar	0	0	0	0	0	0	0
Solar	0	0	0	0	0	0	2
Sustentab	0	0	10	1	33	0	45
Frecuencia	0	0	40	2	95	0	143
Total de palabras en el documento	2,702	5,922	6,381	1,578	11,253	17,730	20,616
Frecuencia por cada mil palabras	0.00	0.00	6.27	1.27	8.44	0.00	6.94
cantidad de conceptos buscados	19						

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia que se desprende de la tabla A2.19 sugiere que el discurso ambiental parte de cero en 1939 y 1965, para tomar presencia en la proyección de principios del 2002, teniendo su punto más alto en el plan de acción del 2004 para finalmente guardar una cierta estabilidad en la plataforma del 2012.

A2.12 IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL PAN

Finalmente se hizo un ejercicio hermenéutico de los documentos observados y se categorizaron en temas económicos, políticos y sociales, llegándose a las siguientes conclusiones.

A2.12.1 Identidad del PAN en el Tema Económico

- 1) Desea un Estado interventor en la economía, cuyo límite de actuación sea el bien común. Que el Estado tenga rectoría en la economía para distribuir los beneficios del progreso.
- 2) Cree en la economía social de mercado que tenga fundamento en el humanismo económico, la propiedad privada, en la iniciativa privada, la libertad económica y libre competencia; que respete el libre trabajo, la dignidad de las personas y el medio ambiente; con garantía del ejercicio de los derechos patrimoniales y el trabajo.
- 3) Cree la economía de mercado en el marco de la responsabilidad ciudadana y la responsabilidad social.
- 4) Busca una prosperidad basada en la estabilidad por lo que considera que el gobierno debe tener finanzas públicas sanas ya que esto protege el patrimonio de las personas.
- 5) Propone eliminar gradualmente el subsidio a los energéticos y dar subsidios directos a quienes más lo necesitan
- 6) El humanismo político afirma la prioridad del trabajo sobre el capital y busca el acceso de mayor número de personas a la propiedad de los medios de producción.
- 7) Considera que la economía debe estar al servicio de las personas y evitar verlas como instrumento de la economía.
- 8) Está a favor de aumentar la base de contribuyentes y la recaudación de ingresos vía impuestos al consumo.
- 9) Considera que la Nación debe mantener la propiedad de los hidrocarburos.
- 10) Considera que PEMEX no debe ser vista como oficina recaudadora de las autoridades fiscales sino que debe ser motor del desarrollo económico.
- 11) Considera que el salario debe permitir al trabajador y a su familia vivir decorosamente y con posibilidades reales de mejoramiento, y que las personas deben tener oportunidad constante de trabajar en condiciones dignas.
- 12) Propone nuevas formas de contratación de trabajo como la jornada flexible, periodos de prueba y aprendizaje o capacitación inicial, garantizando los

derechos laborales, por lo que insisten reformar la Ley Federal de Trabajo que mejore la productividad y la competitividad, además de que se acepte la posibilidad de trabajo desde la casa, permisos de paternidad y el acceso a varones a los servicios de cuidado infantil.

- 13) Propone apoyar la migración de los sistemas de pensiones a sistemas individuales.
- 14) Propone apoyar al campo para permitir mayor certidumbre en la producción competitiva agroalimentaria, agropecuaria y forestal, además de generar seguridad jurídica en la propiedad de la tierra.
- 15) Propone seguro de desempleo y continuidad de prestaciones de seguridad social.
- 16) Busca mejorar la distribución del ingreso.
- 17) Busca combatir los monopolios y la especulación porque la falta de competencia señala graves deficiencias en el proceso de desarrollo económico.
- 18) Propone combatir las prácticas proteccionista de los socios comerciales
- 19) Considera que los costos de los servicios públicos deben ser justos y adecuados para generar patrones de consumo sanos
- 20) Propone apoyar a las mipymes porque son elementos esenciales dentro del mercado.
- 21) Propone fortalecer la expansión del mercado interno y de las cadenas productivas.
- 22) Fortalecer la economía mediante la construcción de infraestructura.
- 23) Propone mantener la autonomía del Banco de México para generar estabilidad y mantener el poder adquisitivo.
- 24) Propone democratizar los sindicatos, transparentar la contratación colectiva, mejorar la rendición de cuentas y la independencia de las organizaciones de trabajadores frente al gobierno.
- 25) Propone reformas de segunda generación en la banca de desarrollo para un mejor financiamiento y administración de riesgos.
- 26) Propone impulsar al turismo, el turismo médico y el turismo sustentable, crear nuevos destinos y proyectos de infraestructura.

27) Propone acelerar la transformación económica nacional hacia una economía centrada en el conocimiento y la innovación; por lo que se debe estimular al Sistema Nacional de Investigadores, incrementar las becas para maestría y doctorado, y mejorar la protección de la propiedad industrial.

A2.12.2 Identidad del PAN en el Tema Político

- 1) La sociedad debe tener un orden, donde los intereses particulares deben estar subordinados al Interés de la Nación. El orden dinámico debe respetar la libertad y promover la responsabilidad social; el Estado debe enfrentar todo desorden social.
- 2) Señala que el desorden económico y moral introducen a la sociedad miseria e ignorancia, y que la opresión y la ignorancia son contrarias al interés nacional.
- 3) Se deben crear y mantener las condiciones espirituales y físicas adecuadas en la sociedad para una convivencia civilizada y noble; cree que esta convivencia está regulada bajo un orden ético jurídico por lo que se debe promover el respeto a la ley; esto permite el perfeccionamiento de las personas.
- 4) Rechaza el concepto de lucha de clases. La vida de la Nación debe fundarse en el reconocimiento de los valores espirituales y realizar el bien común.
- 5) Señala que el gobierno debe ser expresión auténtica de la colectividad; tiene por fin la realización del bien común que implica la justicia y la seguridad, la defensa del interés colectivo y respeto y protección de la persona.
- 6) El Estado no debe negar las prerrogativas esenciales de las personas, ni de las comunidades naturales. No tiene el monopolio en el combate a la ignorancia y la miseria. No puede tener dominio sobre las conciencias y debe respetar la libertad de todas las personas.
- 7) Las personas no deben ser instrumento de grupos o instituciones públicas o privadas. La política es capacidad y obligación de servir a las personas y a la comunidad.
- 8) El Estado tiene la función esencial de hacer posible y facilitar el cumplimiento de la misión de las familias, y su atribución primaria es la realización de la justicia.

- 9) Una política social justa no debe pretender la sustitución de la familia por el Estado.
- 10) Busca promover un acuerdo de unidad nacional que garantice la seguridad del Estado y las personas.
- 11) Busca introducir los principios de cooperación y corresponsabilidad en los órdenes de gobierno.
- 12) Propone que los tribunales en materia fiscal, seguridad social, propiedad industrial e intelectual, interpretación de contrato de obra pública, fijación de responsabilidad patrimonial del Estado ante particulares pasen al Poder Judicial de la Federación.
- 13) Señala que el Estado de Derecho es insustituible para el desarrollo humano sustentable y busca devolver al juicio de amparo la función primigenia de garantizar los derechos humanos.
- 14) El pluralismo es la diversidad de convicciones, tendencias e intereses políticos; que impone la necesidad de discusión y de diálogo, basados en la sinceridad y la verdad. Señala que la nación mexicana es multicultural y pluriétnica.
- 15) La política exterior debe basarse en la convivencia en libertad, en la justicia, en la verdad y en la cooperación eficaz con la comunidad internacional; debe conducirse de acuerdo al derecho internacional para asegurar la paz y la seguridad. Estar abierto a todas las culturas sin permitir el avasallamiento de la nuestra.
- 16) La política exterior debe servir a la causa de la democracia auténtica y la paz verdadera, rechazar cualquier falso pacifismo y cualquier simulación de democracia.
- 17) La política exterior debe superar los nacionalismos herméticos y las actitudes de hostilidad o indiferencia entre las comunidades políticas. No acepta la concepción aislacionista de la soberanía.
- 18) Busca un orden político internacional al servicio de la persona y con respeto al medio ambiente; busca mantener protagonismo en temas como el calentamiento global y el cambio climático.

- 19) Busca el pleno ejercicio de los derechos ciudadanos de los mexicanos en el exterior, y solución definitiva al tema migratorio, por lo que propone crear la subsecretaría de mexicanos en el exterior y privilegiar el derecho a la unidad familiar por encima de la deportación o repatriación; y busca la reinserción del migrante en la vida productiva de su localidad.
- 20) Señala que la seguridad pública es un imperativo para el fortalecimiento de la comunidades; se debe proteger a las personas y su patrimonio, y que toda violencia debe ser castigada.
- 21) Propone transformar el modelo de seguridad pública de reactivo-punitivo a otro preventivo, correctivo y proactivo; por lo que se debe fortalecer la formación del personal y apresurar su depuración; esto debe hacer respetando el federalismo.
- 22) Señala que debe haber un recto ejercicio de la autoridad; que es injusticia social abusar de la autoridad y de los puestos públicos; que la ética en la vida social y el respeto a los valores deben inspirar todas las medidas y decisiones del gobierno; y que es fundamental la confianza de la sociedad en el gobierno. Para Acción Nacional la política es eminentemente ética.
- 23) Propone crear un régimen de incompatibilidades entre actividades privadas y públicas que evite el conflicto de intereses y tráfico de influencias.
- 24) Señala que un gobierno ético combate la corrupción y la impunidad; y que la transparencia y la rendición de cuentas son pilares de una cultura de honestidad; por lo que propone reorientar la vocación preventiva de los órganos fiscalizadores para que detecte ineficiencias; pone énfasis en la transparencia y rendición de cuentas en los programas sociales. Pide que en la agenda anual de riesgos de la seguridad nacional se incluya a la corrupción y la impunidad.
- 25) Propone crear un instituto que fomente la cultura de la legalidad y promover la creación de observatorios ciudadanos y contralorías sociales.
- 26) Propone que toda entidad que recibe financiamiento público debe rendir cuentas.
- 27) Propone acotar la inmunidad procesal de los servidores públicos.

- 28) Propone la democratización de las organizaciones de trabajadores y su independencia frente al gobierno. Que no debe permitirse la explotación de trabajador con fines políticos.
- 29) Busca que todo ente público o privado se conduzca dentro de la responsabilidad social y la responsabilidad cívica.
- 30) Señala que la democracia es la legitimidad de la autoridad que se funda en la representación del pueblo, expresada mediante el voto libre y respetado.
- 31) Busca que la política de seguridad nacional tenga como propósito preservar la unidad de la Nación; pide incorporar la noción de seguridad humana y democrática a la seguridad nacional.
- 32) El PAN hace compromiso con la gobernabilidad democrática.
- 33) Pide obligar a los legisladores a justificar los cambios en las leyes de ingresos y egresos.
- 34) Busca que haya candidaturas independientes, que exista la iniciativa preferente del Presidente de la República y se haga referéndum en las propuestas constitucionales del presidente cuando no se hayan votado en el congreso.
- 35) Pide atender los conflictos sociales bajo los principios de legalidad, justicia y oportunidad.
- 36) Pide modificar el formato del informe presidencial para que el ejecutivo conozca la opinión de los legisladores, y pide modificar la fecha de toma de posesión del presidente.
- 37) Pide perfeccionar el procedimiento de ratificación de funcionarios públicos propuestos por el presidente.
- 38) Propone reducir el número de integrantes del congreso de la unión, para hacerlo más eficiente y construir mayorías; y reducir la estructura de gobierno redundantes e ineficientes.
- 39) Propone instaurar régimen de transparencia y rendición de cuentas en los partidos políticos, y restringir su gasto.
- 40) Propone insistir en la convergencia del calendario nacional electoral.
- 41) Busca implementar mecanismos de democracia directa como el plebiscito, referéndum y consultas populares

- 42) Señala que el respeto a la ley, la democracia y la consolidación de la república y sus instituciones debe ser premisas del Desarrollo Humano Sustentable.
- 43) Señala que los valores que dan sentido y orientación a nuestra democracia son: justicia, libertad, pluralidad, equidad, e inclusión, tolerancia, la paz social y la participación ciudadana.
- 44) Señala que los derechos fundamentales son: derecho a la vida, libertad espiritual, justicia, educación y a la cultura, al trabajo y al descanso, a la propiedad, a la seguridad social, a la salud y al bienestar. Propone construir una cultura a los derechos humanos en la Administración Pública Federal.
- 45) Reconoce y se compromete con la laicidad del Estado; el derecho a la libertad religiosa debe ser respetado.
- 46) Busca la libertad política y el respeto a la libertad personal y a la libertad de conciencia; y que el ejercicio responsable de la libertad en la democracia conduzca a la justicia y a la igualdad de oportunidades para la consecución del bien común. Considera que los límites de la libertad es impuesto por el interés nacional, las normas sociales y el bien común.
- 47) Señala que la libertad de expresión debe estar tutelado y regulado bajo los principios del interés público.
- 48) Busca entusiasmar a la participación libre y ordenada de los organismos intermedios.
- 49) Señala que los Derechos Humanos y la no discriminación son esenciales para un Desarrollo Humano Sustentable. Busca fomentar la cultura de la equidad.
- 50) Defiende un Estado de Derecho donde la separación de las funciones de los poderes y los órganos autónomos sea auténtica y eficaz, pero a la vez logre una colaboración efectiva.
- 51) Busca fortalecer los municipios.
- 52) Señala que México debe ajustarse a los principios federales vigentes en la Constitución y superar el centralismo político y económico en el que vive.
- 53) Pide que el congreso asuma plenamente su categoría de poder.
- 54) Busca la reelección de alcaldes y diputados.

- 55) Busca un Estado Social que respete al medio ambiente, tengan finanzas públicas sanas y atienda a los más desfavorecidos.
- 56) Pide que los magistrados tengan elevada actitud de conciencia, ilustrado criterio, limpieza de juicio y honradez ejemplar; que sea protector contra de las transgresiones de particulares y abuso de poder.
- 57) Busca una justicia alternativa de conflictos.
- 58) Pide modernizar la figura del Ministerio Público con énfasis de defensor de las víctimas.
- 59) Busca reformas a la Ley de Responsabilidad Patrimonial del Estado, para incorporar lo relativo a daños y perjuicio en los bienes ciudadanos.
- 60) Pide dar autonomía a la defensoría de oficio.
- 61) Pide Homologar los códigos penales de los Estados.
- 62) Busca dar más protección a periodistas.
- 63) Busca un retorno seguro a los desplazados de sus lugares de habitación por parte del crimen organizado.
- 64) Busca crear un fideicomiso para apoyar las actividades productivas con los bienes decomisados a la delincuencia, en las comunidades afectadas por la misma.
- 65) Pide mejorar la normativa de lavado de dinero.
- 66) Busca combatir el comercio informal de bienes de procedencia ilícita que aseguren el respeto a los derechos de la propiedad industrial.
- 67) Busca fortalecer la capacitación e infraestructura tecnológica de las aduanas.
- 68) Busca reformar en materia de seguridad privada.
- 69) Busca replantear la relación de la sociedad civil con el gobierno, donde la ciudadanía sea corresponsable e incida en las políticas públicas, evalúe los actos de autoridad y la buena marcha de la justicia.
- 70) Pide evitar el retorno de la fórmula autoritaria, clientelar y con sentido patrimonialista del poder, y continuar con el ejercicio de una política humanista.

A2.12.3 Identidad del PAN en el Tema Sociomoral

- 1) Cree que los valores humanos se perfeccionan en la colectividad y la colectividad no puede subsistir si se niegan los valores humanos. El Estado debe defender el interés colectivo, y respetar y proteger a las personas. El Estado no debe negar las prerrogativas esenciales de las personas ni de las comunidades naturales.
- 2) Cree que los valores tradicionales dan forma y sentido a la Nación; que la Nación está formada por personas agrupadas en comunidades naturales como la familia, municipio, asociaciones de trabajadores o profesionales, cultura o religión; estas comunidades deben ser reconocidas y respetadas por el Estado.
- 3) Señala que la colectividad debe asegurar a las personas, el conjunto de libertades y medios necesarios para que cumplan su destino material y espiritual. Que las personas deben orientarse a una convivencia humana justa, libre y ordenada, lo cual permite el perfeccionamiento de la persona, armonizando los aspectos individuales y sociales. Que el bien común es instrumento necesario para el perfeccionamiento personal de todos en la convivencia. Busca la realización personal de hombres y mujeres
- 4) Cree que la familia es comunidad de padres e hijos y unidad social básica natural; que tiene como fines naturales la continuación responsable de la especie humana; que debe comunicar y desarrollar los valores morales e intelectuales necesarios para la formación y perfeccionamiento de las personas; que tiene preeminencia natural sobre las demás formas sociales, incluso el Estado. Considera que la defensa de la soberanía de la familia, implica el respeto a la vida y a la libertad responsable de sus miembros. Cree que la familia es la institución de la vida; donde decimos hombre y mujer, hay familia. Considera que el gobierno debe facilitar, de manera subsidiaria, el desarrollo de las familias. Cree que la familia es el espacio primario de la responsabilidad social. Considera que la transformación del mundo ha influido en la integración de la familia, y que la familia debe participar en la construcción de un orden social justo. Cree que el Desarrollo Humano Sustentable implica el fortalecimiento de la comunidad familiar. Considera que la familia es la primera

comunidad natural de solidaridad donde las personas desarrollan afectos conocimientos, habilidades, actitudes y valores.

- 5) Cree que el Estado debe crear las condiciones educativas, económicas, laborales y habitacionales y de seguridad social, que estimulen la responsabilidad y energía de las familias. Vigila que la dinámica urbana genere condiciones propicias para una vida digna, justa y libre.
- 6) Se considera un partido humanista. Busca el respeto a la libertad personal y a la dignidad humana. Considera a la persona humana como principio y fin del orden social.
- 7) Señala que la injusticia, la anarquía y la opresión introducen miseria e ignorancia a la sociedad; pueden ser evitadas si la Nación reconoce los valores espirituales y se dirige a la realización del bien común.
- 8) Señala que la propiedad privada constituye el apoyo y garantía de la dignidad de la persona y de la existencia de la comunidad humana fundamental que es la familia. La garantía de la propiedad privada debe estar conforme a los principios del bien común, el buen uso y la cooperación social.
- 9) Señala al problema del campo como un problema de elevación humana.
- 10) Señala que la garantía de los derechos fundamentales de las personas y las comunidades es mediante la impartición de la justicia, por parte del Estado, de forma honesta, objetiva y fecunda.
- 11) Cree que la responsabilidad social exige superar el individualismo y cooperar en la construcción democrática del bien común.
- 12) Señala que la mundialización es protagonizada por personas, comunidades y naciones que se relacionan entre ellas con libertad y dignidad.
- 13) Cree que toda política municipal debe fundarse en la participación de quienes la integran; considera que las ciudades son comunidades de convivencia donde deben predominar espacios públicos de convivencia que induzcan a una vida solidaria entre las personas.
- 14) Considera que la Nación es un conjunto de comunidades.
- 15) Considera que la miseria debe ser combatida con políticas sociales con perspectiva de familia, que permitan a las personas, superar la pobreza en el

menor tiempo posible y subsistan por sí mismas con autosuficiencia y responsabilidad. Cree que el éxito de la política social no consiste en el número de personas que atiende, sino la cantidad de personas que superan la pobreza; que el reto es la eliminación de la transmisión intergeneracional de la pobreza. Busca reconstruir el tejido social a través del apoyo a las familias. Cree que el Desarrollo Humano exige la superación de la pobreza. Cree que se debe impulsar el gasto público como herramienta efectiva para reducir la pobreza, la marginación, la desigualdad y la vulnerabilidad; así como enfocarse a reducir brechas de bienestar; y poner énfasis en la promoción e inclusión de la mujer. Pide que todas las Secretarías del Poder Ejecutivo tengan como objetivo la reducción de la pobreza.

- 16) Cree que la política social debe trascender acciones asistenciales y promover la universalización a las oportunidades para que, en el menor número de tiempo posible, las personas superen la pobreza. Se deben utilizar también, programas que hagan más productivas a las personas. Cree que el desarrollo social debe estar cimentado en la solidaridad y la subsidiariedad. Considera que la pobreza y la desigualdad no se deben administrar ni atenderse con criterios clientelares y paternalistas.
- 17) Considera que el desarrollo humano sustentable es el conjunto de condiciones sociales, políticas y económicas que permite el crecimiento de las personas de la generación actual sin comprometer el potencial de las futuras.
- 18) Cree que el ser humano es persona con cuerpo material y alma espiritual, con inteligencia y voluntad libre, con responsabilidad sobre sus acciones y con derechos universales, inviolables e inalienables, a los que corresponden obligaciones inherentes a la naturaleza humana individual y social. Cree que la persona es indivisible corporal y espiritualmente, único, singular, irreplicable, con identidad propia y una dignidad intrínseca.
- 19) Cree que los hombres son iguales por naturaleza, que no deben ser reducidos a mero instrumento de personas, grupos o instituciones privadas o públicas; que es deber de todos respetar la dignidad y la libertad de los demás; cree que la política no es oportunidad de dominio sobre los demás.

- 20) Considera que se debe garantizar la libertad de enseñanza, de investigación y de opinión científica o filosófica. Cree que la libertad de investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico son indispensables para procurar el bien común de la sociedad y fortalecer a la Nación. Cree que no todo lo que es científicamente posible, es socialmente responsable; y que la libertad de investigación tiene como frontera la dignidad de la persona.
- 21) Considera que el Estado tiene deber pero no monopolio suyo, procurar igual oportunidad de educación y enseñanza elemental para todos, por lo que no puede convertirse en agente de propaganda sectaria o partidista. Cree que los padres tienen el derecho preferente de determinar el tipo de educación que deben recibir sus hijos. Propone impulsar una política educativa integral, de calidad y con valores como la responsabilidad, solidaridad, centralidad de la familia, equidad entre hombres y mujeres, honestidad, participación, democracia y respeto al medio ambiente. Que se procure educación multicultural y multilingüe. Pide mejorar la educación en las comunidades indígenas.
- 22) Cree que es responsabilidad del Estado, compartida con la sociedad, proveer servicios educativos de alta calidad para lograr ciudadanos plenos. Cree que el fin del proceso educativo es la formación integral de cada persona; que es el medio más eficaz para el constante desarrollo y perfeccionamiento de las personas y las naciones. Señala que la formación integral infunde afecto y proximidad, forma en valores como la libertad, la paz, la vida en sociedad, la responsabilidad, la equidad de género, el respeto al medio ambiente, la solidaridad, la igualdad; expresiones que son necesarias para construir una sociedad ordenada y generosa.
- 23) Considera que la actividad universitaria sólo puede cumplir su misión si se desarrolla en un ambiente de disciplinada autonomía.
- 24) Considera que a través de la salud, educación y la ocupación se amplían las capacidades humanas para que cuente con las oportunidades para su desenvolvimiento. Cree que el humanismo tiene como prioridad el desarrollo humano sustentable que es aumento de las capacidades y la libertad de todas las personas para vivir dignamente, sin comprometer el potencial de las

generaciones futuras, y debe tener dentro de su prioridad la eliminación de la pobreza actual. Pide forjar en los educandos un sentido crítico para fortalecer su libertad y su capacidad de seguir aprendiendo permanentemente.

- 25) Cree que la cultura da raíz y sentido personal y social; que se construye desde el hogar, las familias y las comunidades mayores. Considera que la cultura debe ser el rostro del bien común. Pide que el Estado asegure a todos el acceso a los valores culturales.
- 26) Considera que el bien común es la oportunidad personal, justa y real de acceso a los bienes humanos; también es el conjunto de valores morales, culturales y materiales, que han de conseguirse mediante ayuda recíproca de los hombres, y que constituyen instrumentos necesarios para el perfeccionamiento de todos y cada uno de ellos en la convivencia.
- 27) Busca el apoyo integral a la niñez en condiciones de extrema vulnerabilidad para reintegrarse a la sociedad, estudiar y vivir con dignidad.
- 28) Rechaza el aborto y considera que en un sistema democrático se debe defender el derecho y protección de la vida desde la concepción a la muerte natural; considera que el embrión humano es persona. Cree que nadie es dueño de la vida ni de la muerte.
- 29) Busca impulsar en las Escuelas Normales Superiores y centros educativos, la formación en los educandos en una vida sustentada en valores, ciudadanía, derechos humanos y cultura de la legalidad. Promover una asignatura en todos los niveles, que fomente los valores familiares, éticos y cívicos; que desarrolle una comprensión adecuada del sentido de las normas, la formación y desarrollo del Estado y del respeto como principio de convivencia pacífica.
- 30) Pide difundir en círculos de estudio con ciudadanos sus derechos fundamentales y el combate a la corrupción, y promover la cultura de la protección de datos personales.
- 31) Busca el establecimiento de políticas que aseguren un comienzo en la vida con oportunidades iguales.
- 32) Pide capacitar al magisterio en la detección de indicios de adicciones, violencia familiar y escolar en el alumnado.

- 33) Busca la participación ciudadana a través de libre asociacionismo. Cree que la Responsabilidad social exige superar el individualismo y cooperar en la construcción democrática del bien común; que no se agota con el derecho ciudadano al sufragio, se perfecciona con la participación ciudadana en la comunidad. Busca crear consejos escolares de participación social.
- 34) Cree que las comunidades que debe ser objeto de políticas que las tutelen como a la familia, el municipio, los pueblos indígenas y los inmigrantes. Busca fortalecer la diversidad cultural indígena.
- 35) Considera que el trabajo es el espacio natural de la responsabilidad social.
- 36) Pide asegurar el ingreso familiar suficiente a personas en condiciones de inferioridad mediante transferencias sociales; señala que la legitimidad del poder político y el sistema óptimo para respetar la dignidad humana se sostiene, en lo material, con la suficiencia económica de todos.
- 37) Cree que la televisión, radio, prensa escrita e internet son espacios de socialización y transformación cultural. Que el Estado debe promover los principios de ética y responsabilidad en los medios y junto con instituciones académicas y empresas, estimular la producción de programas formativos que complementen el conocimiento y la educación. Considera que los medios de comunicación son creadores de cultura, actúan junto a la sociedad, no en su lugar; y debe establecerse en las leyes, su compromiso con la dignidad de la mujer. Pide usar los tiempos oficiales en medios de comunicación para fomentar valores familiares, democráticos y cívicos; y difundir en televisión abierta, previo consenso con la sociedad, programas formativos de la identidad nacional, valores éticos, sociales, cívicos y familiares. Pide dar estímulos fiscales a quienes promuevan la cultura en los medios de comunicación.
- 38) Señala que la mujer tiene derecho a condiciones de trabajo de acuerdo a las exigencias de su sexo.
- 39) Pide crear instituciones públicas y privadas que atiendan psicológicamente a mujeres embarazadas que desean abortar; y apoyarlas para que continúen estudiando.

- 40) Considera que la salud es condición del desarrollo humano y de la justicia social; busca la cobertura universal. Cree que es un factor determinante en la eliminación de la pobreza, que potencia el incremento de las capacidades humanas, mejora la productividad y competitividad. Pide garantizar el abasto de medicinas básicas y ampliar la cobertura para tratamientos crónicos y metabólicos.
- 41) Pide eliminar la mortalidad materna y la detección de cáncer de mama, cervicouterino y ovario. Busca la prevención de la obesidad y sobre peso así como dar capacitación en preparación de alimentos y cultura nutricional. Pide regular en escuelas la venta de alimentos con bajo contenido nutricional y alto contenido en grasas y azúcares.
- 42) Cree que las políticas de salud deben abatir las enfermedades ligadas al subdesarrollo, la industrialización, urbanización y la contaminación. Además se debe invertir en padecimientos de los adultos mayores.
- 43) Pide que el deporte se fomente desde la niñez.
- 44) El Estado no debe proscribir, ni tratar de imponer convicciones religiosas. La libertad religiosa, de convicción, de práctica y de enseñanza, debe ser real y plenamente garantizada en México y debe desaparecer de las leyes y de la actividad del Estado toda medida directa o indirectamente persecutoria.
- 45) Cree que la protección social debe asegurar tres aspectos para evitar la pobreza: seguro de salud, vivienda digna y sistema eficaz de pensiones. Pide que las personas que hayan agotado su capacidad de trabajar, por cualquier causa, debe seguir contando con recursos necesarios para vivir dignamente y no dejar en el desamparo a los suyos.
- 46) Pide evolucionar los programas sociales tomando en cuenta los nuevos retos demográficos.
- 47) Cree que la NO discriminación es esencial para un desarrollo humano sustentable; considera que la ciencia y la tecnología no debe ser fuente de segregación.
- 48) Busca impulsar políticas hacia la juventud como el acceso a la educación, servicios de salud, prevención de contagios de enfermedades de transmisión

sexual, así como dar incentivos fiscales para impulsar actividades emprendedoras y la promoción de créditos para la creación de patrimonio, en especial vivienda.

- 49) Cree que la justicia social se realiza mediante el ejercicio y la defensa de los derechos y el cumplimiento de las obligaciones recíprocas. Considera que la justicia social no se limita a la solución de los problemas obrero-patronales, ni en lograr una mejor distribución de la riqueza. Considera que es injusticia social abusar de la autoridad y de los puestos públicos. Cree que la justicia social exige el reconocimiento de un orden ético jurídico obligatorio en la convivencia humana.
- 50) Considera que migrar es un derecho fundamental de la persona.
- 51) Considera que los gobiernos deben dar especial atención a las comunidades indígenas; las cuales se encuentran afectadas por la injusticia, la desigualdad y la exclusión.
- 52) Cree que el Estado debe velar porque los frutos de la iniciativa privada tengan carácter social; busca una política económica humanista.
- 53) Propone una noción de prosperidad incluyente, centrada en la dignidad de la persona y en la búsqueda del bien común. Cree que la ruta del progreso a través de acercarle a las personas las herramientas que le permitan a las personas vivir mejor, por lo que se les debe garantizar una mejor alimentación, acceso efectivo a una educación de calidad, consolidar los logros en salud, acceso a una vivienda mejor, ampliar las oportunidades productivas, lograr el desarrollo no sólo individual, sino cohesión y cooperación social.
- 54) Propone crear canastas de alimentos adecuados a la población. Crear un fondo de blindaje alimentario, contar con productos deshidratados para reducir costos y llevar alimentos a grupos vulnerables y ampliar la entrega de apoyos alimenticios en especie con complementos nutricionales.
- 55) Propone combatir las deficiencias en las viviendas y consolidar las cuatro acciones necesarias como piso firme, techos, muros y sanitarios. Busca atacar el hacinamiento y dar servicios públicos de calidad. Dar créditos a las familias

para vivienda y rescatar las viviendas deshabitadas y abandonadas para facilitar su adquisición.

- 56) Señala que es éticamente obligatoria la protección del medio ambiente. Busca promover patrones de producción y consumo, sanos. Cree que la protección y el cuidado de la naturaleza es responsabilidad del investigador de manera directa, y de la sociedad de manera solidaria. Cree que el equilibrio entre crecimiento económico y social, desarrollo tecnológico y medio ambiente debe ser responsabilidad compartida de personas, comunidades y gobierno. Busca implementar políticas de reciclado, reducción y reutilización de residuos. Cree que el uso racional de recursos implica el pago justo por su consumo, y en ocasiones la imposición de contribuciones ecológicas para que el gobierno las proteja. Busca fomentar el uso de energías alternas y renovables.
- 57) Pide financiar a municipio para sustituir el alumbrado público por uno más eficiente. Busca disminuir la huella ambiental de PEMEX. Pide impulsar la política “más residuos al reciclaje y aprovechamiento energético y menos residuos a la disposición final”. Pide financiar proyectos locales de reforestación y captación de agua de lluvia, continuar con el pago de servicios ambientales a las comunidades indígenas que conserven los bosques, aprobar la ley General de Cambio Climático, definir claramente las atribuciones operativas de CONAGUA, SEMARNAT y PROFEPA para evitar duplicidad y omisiones. Propone transformar el Instituto Nacional de Ecología en Instituto Nacional de Medio Ambiente y Cambio Climático.
- 58) Propone generalizar la política de hipoteca verde a todas las viviendas financiadas con recursos públicos. Crear normas para mejorar el aislamiento térmico y la iluminación natural en viviendas y edificios. Incentivar la modernización de la flota vehicular y el uso de equipos ahorradores de agua.
- 59) Propone fortalecer la educación ambiental en las escuelas y crear comité de vigilancia ambiental en las colonias que propongan la creación de áreas verdes naturales protegidas municipales que ellos puedan vigilar.
- 60) Propone incrementar el porcentaje de tratamiento, potabilización y reutilización del agua. La construcción de plantas de tratamiento en todos los municipios. La

captación y aprovechamiento del agua de lluvia. Fomentar la cultura del agua. Dar estímulos a usuarios eficientes y aplicar tarifas para desincentivar el uso no racional.

- 61) Incrementar escuelas con horario ampliado, con jornada mínima de 6 horas diarias y 200 días efectivos al año, con el doble fin de mejorar la calidad educativa y facilitar a mujeres la participación en el mercado laboral. Busca garantizar la cobertura total en educación básica y que la legislación garantice el derecho a la cultura. Pide mejorar el acceso a educación en zonas pobres, asegurar la educación desde los 3 años y dar estímulos a personas que aprendan a leer y escribir.
- 62) Impartir escuelas para padres. Que estudiantes universitarios sean tutores de escolares de nivel básico y medio.
- 63) Pide transformar el sistema de educación media para que se pueda estudiar de manera simultánea una carrera técnica u oficio.
- 64) Propone fortalecer el sistema educativo integral, teniendo como centro la formación de derechos humanos, respeto a la vida y a la dignidad de la persona, el reconocimiento de la diversidad étnica y cultural del país, respetando la identidad de cada comunidad. Que los padres e hijos adquieran hábitos y actitudes de laboriosidad, disciplina en el estudio y el trabajo, moderación en el consumo, tolerancia a la frustración, seguridad y aceptación personal, respeto a las diferencias y resolución de conflictos a través del diálogo y la discusión civilizada.
- 65) Busca la orientación, formación y prevención en los jóvenes sobre la sexualidad en el marco afectivo y de responsabilidad.
- 66) Pide impulsar la educación artística y musical desde preescolar y toda la primaria.
- 67) Pide profundizar los planes de becas y creación de seguro escolar. Generar planes de financiamiento a quienes vayan a educación privada. Apoyar a quienes cursen el nivel medio superior en la adquisición de libros y acceso a bibliotecas digitales. Apoyar a jóvenes con becas y convenios con organismos internacionales para que estudien posgrado.

- 68) Propone fortalecer en primaria matemáticas, español y lengua extranjera.
- 69) Pide que el concurso nacional para el otorgamiento de plazas sea el mecanismo único para ocupar un puesto docente. Propone crear el sistema nacional de formación, actualización, capacitación y superación profesional del magisterio. Propone pruebas estandarizadas para evaluar la calidad de los programas de educación media superior y que los programas de nivel superior sean evaluados por organismos autónomos que los certifiquen. Pide que los directores obtengan cargo mediante concurso de oposición. Propone ampliar la educación a distancia, y la renovación y mantenimiento de edificios escolares.
- 70) Propone apoyar a jóvenes para que inicien sus propios negocios, vinculados al desarrollo de su comunidad. Darles acceso a internet. Propone crear un fondo de desarrollo regional para infraestructura juvenil. Que participen en el cuidado a su salud y de sus familias, con enfoque preventivo en la adopción de estilos de vida más saludables.
- 71) Propone garantizar la accesibilidad universal a espacios físicos a jóvenes con discapacidad para que se incorporen a la vida económica, política, social y cultural.
- 72) Busca brindar rehabilitación a jóvenes con adicciones. Prevenir la violencia juvenil como el bullying y el sexting.
- 73) Pide transformar el servicio militar obligatorio para que se pueda optar por el servicio cívico, social y comunitario, preferentemente en zonas marginadas.
- 74) Busca encauzar a jóvenes con potencial intelectual, artístico y deportivo, a estudios avanzados o de alto rendimiento.

A2.13 CONCLUSIONES

Se ha generado información cuantitativa a partir de los documentos básicos, el código de ética y la plataforma electoral federal 2012-2018 del Partido Acción Nacional. La frecuencia por cada mil palabras puede utilizarse, por ejemplo, para saber, por ejemplo, qué tan liberal o republicano es un documento. Se puede, deliberadamente, construir discursos con una orientación filosófica. Los discursos que se emiten por parte de los

militantes del PAN, pueden analizarse para determinar qué tan alineado está con el modelo de identidad institucional del partido

El uso que se le dé a esta información dependerá de las metas y objetivos del usuario de estos resultados. Por ejemplo, los investigadores podrán generar métodos cuantitativos para analizar qué tanto ha penetrado, en la sociedad, el mensaje de este partido político, y conocer cuál es su aceptación o rechazo.

Conocer de manera cuantitativa el mensaje institucional del PAN podrá ayudar a la elaboración de futuras plataformas electoral, podrá guiar a los futuros candidatos a alinearse a los documentos partidistas y podrá medirse en cuál categoría de filosofía política se puede clasificar un documento o discurso.

El Partido Acción Nacional podría usarlo para hacer una introspección que la ayude a generar sus documentos básicos para la siguiente Asamblea Nacional, que probablemente sea una sea sus prioridades ahora que ha perdido el poder del Ejecutivo Federal.

A2.13.1 Discusión

La reputación corporativa tiene 3 grandes dimensiones, una de ellas es la “identidad deseada” que se refiere a cómo los directivos de la firma desean que ésta sea vista (Martínez & Olmedo, 2010). Sin lugar a dudas, en los documentos partidistas que aquí hemos analizado, está contenida esa “identidad deseada”. Si el mensaje institucional, contenido en el modelo de identidad partidista, no ha llegado claramente al electorado, es posible que esto se deba a alguna disfuncionalidad organizacional del ente emisor. Encontrar las causas de esa disfuncionalidad es motivo para continuar haciendo investigación que nos puedan eventualmente ayudar a identificar los factores que determinan el Prestigio de los Partidos Políticos.

A2.13.2 Recomendaciones

El mensaje aquí desglosado, si bien se deriva de los mismos documentos, también puede estar sesgado, inconscientemente, por quienes hicimos el trabajo de hermenéutica, intelección e interpretación. Por lo que, antes de realizar un estudio cuantitativo para determinar el nivel de aceptación o su grado de penetración, del mensaje del PAN entre la ciudadanía, se recomienda pasar estos resultados por un proceso de validación, mediante otros estudios cualitativos como la entrevista semiestructurada a personas que hayan ocupado cargos destacados en la vida del partido y en la función pública.

ANEXO 3: EL MENSAJE INSTITUCIONAL DEL PARTIDO REVOLUCIONARIO INSTITUCIONAL.

A3.1 ANTECEDENTES

El modelo de identidad partidista del Partido Revolucionario Institucional (PRI) está plasmado en sus documentos básicos que son: su declaración de principios, programa de acción y estatutos (Diputados, 2008), que junto a su código de ética partidaria conforman un mensaje institucional.

El PRI hizo una reforma de éstos en la XX Asamblea Nacional Ordinaria el 23 de Agosto de 2008. El documento más pequeño tiene 1,944 palabras y el más largo tiene 43,954. En la tabla A.3.1 se mencionan los documentos que forman parte de este estudio.

Tabla A3.1. Documentos observados del PRI

Documento	Fecha de Elaboración	Partido	Páginas	Palabras	Código del Documento
Declaración de Principios	23 de Agosto de 2008	PRI	6	2,466	DDP
Programa de Acción	23 de Agosto de 2008	PRI	59	21,820	PA-PRI
Código de Ética Partidaria	23 de Agosto de 2008	PRI	7	1,944	COD-PRI
Estatutos	23 de Agosto de 2008	PRI	86	31,687	EST-PRI
Plataforma Electoral Federal 2012-2018	Febrero 2012	PRI	101	43,954	PLT-PRI

Fuente: Elaboración Propia.

A3.2. PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Es posible encontrar, en los Documentos Básicos del PRI, su código de ética y su plataforma electoral 2012-2018, conceptos o palabras clave que se identifiquen con el marco teórico de las filosofías políticas?.

Hipótesis

En los documentos básicos del PRI, su código de ética y su plataforma electoral 2012-2018 se pueden encontrar palabras y conceptos que se derivan de las filosofías políticas como el liberismo (o liberalismo económico), el republicanismo, el liberalismo (o liberalismo político), el democrático, el comunitarismo, el espectro ideológico

izquierda-derecha y el de carácter Ambiental. Por tanto se establece la siguiente hipótesis.

A3.3 ANÁLISIS DEL LEMA DEL PARTIDO

El lema del partido es algo emblemático y significativo para una organización política. En esa frase se intenta resumir la razón de ser, existir y luchar; es quizá la invitación principal que se le hace a un ciudadano para que ingrese a sus filas. Equivale a una tarjeta de presentación. El lema tiene conceptos y palabras clave que es de esperarse ocupen un lugar especial en el discurso partidista..

De acuerdo al artículo #6 de los Estatutos señala que el lema es “DEMOCRACIA Y JUSTICIA SOCIAL”.

Los conceptos o palabras clave que analizaremos serán: Democracia, Justicia Social y, Democracia y Justicia Social.

Tabla A3.2: Análisis del lema del partido

Lema: Democracia y Justicia Social						
Palabra Clave	Vocablo a buscar	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Democracia	Democracia	7	9	0	5	28
Justicia Social	Justicia Social	7	4	0	4	2
Democracia y Justicia Social	Democracia y Justicia Social	0	1	0	1	0
Frecuencia		14	14	0	10	30
Total de palabras en el documento		21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras		0.64	5.68	0.00	0.32	0.68

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de la tabla A3.2 podemos deducir en un extremo está su declaración de principios y en el otro están su plataforma 2012-2018, su programa de acción, sus estatutos y su código de ética; ninguno de sus documentos está en un punto intermedio. Es interesante esta situación principalmente porque son documentos elaborados en el mismo año y aprobados en la misma asamblea partidista, sin embargo, muestran divergencias entre ellos. La evidencia sugiere que hay consistencia

discursiva entre el programa de acción y la plataforma electoral, pero el peso de los conceptos del lema partidista son bajos. Estos dos últimos documentos están evidentemente distanciados de la Declaración de Principios.

A3.4 ANÁLISIS DE LOS DOCUMENTOS BÁSICOS CON RESPECTO A LAS FILOSOFÍAS POLÍTICAS.

El análisis de los documentos se hizo en base a las filosofías políticas siguientes: (1) liberista (o liberalismo económico), (2) republicana y neo republicana, (3) liberalismo político, (4) democrática, (5) ideológica, (6) comunitaria y (7) ambiental.

A3.5 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERISTA

Con las palabras a continuación no se podrá especificar si el PRI tienen una postura económica de izquierda o de derecha, solo se podrá conocer el peso específico que le dan a los conceptos que se manejan en una sociedad cuyo sistema económico se basa en una economía de mercado y las empresas privadas. Se le ha llamado Liberismo pues ya en el marco teórico se ha mencionado que el término correcto debe ser éste y no liberalismo económico y menos liberalismo a secas.

Tabla A3.3: Análisis del discurso liberista (Liberalismo económico)

Vocablo a buscar	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Cadenas Productivas	4	0	0	0	3
Competencia	9	0	2 **	23 **	26
Competitividad	16	0	0	0	27
Conquistas Laborales	0	0	0	0	0
Contribucion	1 **	0	0	0	0
Crecimiento económico	11	1	0	0	19
Desarrollo económico	6	1	0	0	25
Desarrollo Regional	9	0	0	1	15
Economía de Mercado	0	0	0	0	0
Economía Social	0	1	0	0	2
Economía Social de Mercado	0	1	0	0	0
Empresa	19	1	0	3	71
Energ	16	1	1*	0	53
Especula	3	0	0	0	1
Exportación	2	0	0	0	3
Global	18	4	0	0	20
Importación	0	0	0	0	3
Impuesto	3	0	0	0	5
Informal	2	0	0	0	6

Iniciativa Privada	0	0	0	0	0
Laboral	15	2	1	2	29
Libertad de Elección	0	0	0	0	0
Libertad de Mercado	0	1	0	0	0
Libertad Económica	0	1	0	0	0
Libre Mercado	0	0	0	0	0
Mercado	13	2	0	2	48
Mercado interno	3	0	0	0	11
Monopol	1	0	0	0	7
Neoliberal	0	0	0	0	1
Oligopol	0	0	0	0	1
Prestaciones	1	0	0	0	4
Privatiza	1	0	0	0	0
Productividad	2	0	0	0	26
Propiedad Privada	0	0	0	0	0
Proteccionista	1	0	0	0	0
Reforma Energética	0	0	0	0	0
Reforma Hacendaria	2	0	0	0	6
Reforma Laboral	0	0	0	0	2
Regula	13	0	0	4**	28
Riqueza	8	1	0	0	8
Soberanía energética	0	0	0	0	0
Frecuencia	178	17	1	8	450
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	8.16	6.89	0.51	0.25	10.24
cantidad de conceptos buscados	41	** no es en el sentido liberista			
Fuente: Elaboración Propia					

A partir de la tabla A3.3, se infiere que el documento más cargado de liberalismo económico es la plataforma 2012, seguido del programa de acción y la declaración de principios. Se observa una relativa congruencia entre ellos a pesar de ser documentos creados con una distancia temporal de 4 años. Por la naturaleza de los documentos del código de ética y los estatutos, es probable que la baja frecuencia que se observa, sea completamente normal y esperada. La evidencia sugiere que los documentos de carácter político son consistentes en el discurso liberista.

A3.6 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA REPUBLICANA Y NEO REPUBLICANA

El republicanismo promueve la lealtad y preservación de las instituciones porque considera que la libertad es otorgada por la ley, es decir, no considera al ser humano como “libre por naturaleza”. En este sentido, la Constitución Política de México vigente

desde 1917, da en su primer artículo, una pauta eminentemente republicana pues menciona literalmente que “...todo individuo gozará de las garantías que OTORGA esta constitución...” (Diputados, 2009). Luego entonces, si las garantías son otorgadas por la Constitución, es de esperarse que los individuos busquen ser leales a las instituciones que se derivan de ella, lo cual contribuye a su preservación.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

1. Lealtad y Preservación de Instituciones
2. Fomento a la Afección Institucional
3. Virtudes Ciudadanas o Antivalores
4. Combate a la Desafección Institucional
5. Libertad como No Dominación (Neo Republicanismo)

A3.6.1 Republicanismo: Lealtad y Preservación de Instituciones

Tabla A3.4: Análisis del discurso republicano del PRI en lealtad y preservación de instituciones

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Auster	0	0	0	0	2
Estabilidad	1	1	0	0	14
Estado	73	18	6	31	124
Estado de Derecho	1	0	1	0	9
Gobernabilidad	4	1	0	0	13
Gobernabilidad democrática	1	1	0	0	4
Institucion	34	9	8	34	85
Interés Nacional	2	0	0	0	0
Justicia	27	7	2	39	49
Legitimidad	1	0	0	0	3
Libertad Ciudadana	0	0	0	0	0
Municip	23	2	2	122	51
Nación *	14	8	2	4	25
Orden *	11	1	1	11	9
Patria	2	0	0	0	2
Pronta y expedita	1	1	0	0	1
Reelección	0	0	0	1	1
República	3	4	4	13	6
Respeto a la ley	0	0	0	0	1
Seguridad Nacional	2	0	0	0	4
Soberan	15	5	0	0	6

Unidad Nacional *	0	1	0	0	0
Frecuencia	215	59	26	255	409
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	9.85	23.93	13.37	8.05	9.31
cantidad de conceptos buscados	22				
* Buscar como palabra completa. ** No es el sentido que se busca Fuente: Elaboración Propia					

De la tabla A3.4 podemos deducir que la declaración de principios tiene más del doble de conceptos de lealtad y preservación de Instituciones que el programa de acción o que la plataforma 2012. La evidencia sugiere que estos dos últimos documentos tienen una frecuencia por cada mil palabras muy similares por lo que son consistentes. En este tema, podemos decir que hay una estable congruencia en el discurso partidista en todos sus documentos, pero hay áreas de oportunidad cuando se les compara individualmente con la Declaración de Principios.

A3.6.2 Republicanismo: Fomento a la Afección Institucional

Para fortalecer la lealtad de los ciudadanos hacia las instituciones públicas y de esta manera contribuir a su preservación, es de esperarse que se busque fomentar la afección hacia las instituciones basada en la confianza, credibilidad y transparencia en el ejercicio de gobierno. Otra cosa que puede ayudar es el combate los antivalores que minan la confianza y credibilidad ciudadanas como lo es la corrupción gubernamental y la impunidad en la comisión de delitos. Se han incluido estas dos temas en nuestro análisis.

Tabla A3.5: Análisis del discurso republicano del PRI en fomento a la afección institucional

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Acceso a la Información	2	1	0	1	7
Confianza	2	0	0	0	10
Credibilidad	0	0	1	0	1
Derecho a la Información	1	0	0	0	0
Honest	2	0	5	5	3
Justicia Social	7	4	0	4	2
Paz Social	1	0	0	0	1
Prestig	2	0	2	3	3
Rendición de Cuentas	6	1	0	0	19
Seguridad Pública	5	0	0	0	30
Transparen	19	1	2	4	40

Frecuencia	47	7	10	17	116
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	2.15	2.84	5.14	0.54	2.64
cantidad de conceptos buscados	11				

Fuente: Elaboración Propia

Es interesante notar en la tabla A3.5, que el código de ética ocupa un lugar destacado en este rubro, sin embargo, en 3 de los demás documentos restantes, la frecuencia se reduce a la mitad, quedando en último lugar los estatutos del partido. La evidencia siguiere la consistencia discursiva puede observarse en los 3 documentos de carácter político, pero el mismo partido abre el abanico discursivo con su código de ética, lo que hace notar una relativa inconsistencia, en cuanto al fomento a la afección institucional.

A3.6.3 Republicanismo: Virtudes Ciudadanas o Antivalores

Tabla A3.6: Análisis del discurso republicano del PAN en virtudes ciudadanas o antivalores

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Avaricia	0	0	0	0	0
Capacidades	3 *	2	0	1	28
Ciudadan	17	9	2	19	69
Consumi	0	0	0	0	4
Diálogo	8	2	0	0	12
Dios	0	0	0	0	0
Elevación humana	0	0	0	0	0
Ética *	2	1	9	7	3
Honrad	0	0	0	3	2
Leal	2	0	6	7	0
Mérito	0	0	0	8	3
Participación ciudadana	4	1	0	2	8
Participación política	1	0	1	1	3
Participación social	4	1	0	1	11
Patriot	1	1	0	2	0
Perfeccion	3*	0	0	1*	4
Plenitud humana	0	0	0	0	0
Responsabilidad Ciudadana	0	0	0	0	0
Sociedad Civil	1	0	0	1	9
Valores	6	4	8	2	6
Valores Ciudadanos	0	0	0	0	0
Valores cívicos	1	0	0	0	0
Frecuencia	47	21	26	54	162
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	2.15	8.52	13.37	1.70	3.69
cantidad de conceptos buscados	22				

Fuente: Elaboración Propia

La evidencia de la tabla A3.6, muestra una cierta congruencia discursiva en cuanto al fomento de las virtudes ciudadanas o desincentivar los antivalores; esta congruencia con observaciones altas, se muestra entre el código de ética y la declaración de principios, sin embargo, en los tres documentos, esta congruencia cae en mínimos bajos.

A3.6.4 Republicanismo: Combate a la Desafección Institucional

Tabla A3.7: Análisis del discurso republicano del PRI en combate a la desafección institucional

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Corrupción	5	1	0	0	18
Impunidad	2	1	0	0	8
Frecuencia	7	2	0	0	26
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	0.32	0.81	0.00	0.00	0.59
cantidad de conceptos buscados	2				

Fuente: Elaboración Propia

Al analiza la tabla A3.7, es interesante observar la nula presencia de estos conceptos en el código de ética y en los estatutos. La evidencia sugiere que el mensaje institucional del PRI en cuanto al combate a la desafección institucional, es débil, y que en los 3 documentos políticos el discurso es relativamente consistente.

A3.6.5 Republicanismo: Libertad como No dominación (Neo republicanismo)

El Neo republicanismo tiene como objetivo que el ser humano viva en libertad sin estar bajo sujeción o servidumbre de alguien más, ya sea esta moral, económica o de cualquier forma; se busca que las personas puedan tomar decisiones sin estar bajo presión o amenaza de algo, que no puedan ser cooptados en sus anhelos o deseos.

Tabla A3.8: Análisis del Discurso Republicano del PRI en Libertad como No Dominación

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Autoritari	0	0	0	0	0
Cientel	2	0	0	0	0
Corporativis	0	0	0	0	1
División de poderes	0	1	0	0	0
Explotación	6*	0	0	0	14
Explotación Sexual	0	0	0	0	0
Fascis	0	0	0	0	0
Libertad de Asociación	0	1	0	0	0
Libre Asociac	1	0	0	0	0
No violencia	0	0	0	0	0
Opres	0	0	0	0	0
Partidocracia	0	0	0	0	0
Paternal	0	0	0	0	0
Sindica	3	0	0	1	0
Trata de Personas	1	0	0	0	5
Usur	0	0	0	0	0
Violencia	9	0	0	0	21
Frecuencia	16	2	0	1	41
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	0.73	0.81	0.00	0.03	0.93
cantidad de conceptos buscados	17				

Fuente: Elaboración Propia.

De la tabla A3.8 se desprende que el PRI ha sido muy discreto al utilizar los conceptos correspondientes a este tema. La evidencia sugiere que el mensaje institucional del PRI en cuanto a concebir a la libertad como No dominación, es débil, y que en los tres documentos políticos el discurso es consistente, con una baja frecuencia.

A3.7 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA LIBERAL (Liberalismo Político)

El liberalismo político tiene como prioridad que se reconozca que el ser humano es “libre por naturaleza”. Por tanto, el gobierno solo debe limitarse a protegerlo a él y a su patrimonio, y a crear las condiciones para su adecuado desarrollo y convivencia con los demás miembros de la sociedad. El gobierno no debe intervenir en la vida de los individuos más que para establecimiento de un orden social, es decir, no debe interferir en las actividades y decisiones personales. La crítica que se le hace a esta postura es que lleva al individualismo extremo, alejado de las metas y objetivos que se consideran buenos para la colectividad.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Libertad como No interferencia.
- 2) Valores para una convivencia plural.

A3.7.1 Liberalismo: Libertad como No Interferencia

Tabla A3.9: Análisis del discurso liberal del PRI en libertad como No interferencia

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Autodeterminación	1	0	0	0	0
Autonomía	5	0	0	7	12
Autonomía Municipal	0	0	0	0	1
Autonomía Sindical	0	0	0	0	0
Autonomía Universitaria	0	0	0	0	0
Centralis	0	0	0	0	1
Debido Proceso	0	0	0	0	1
Derechos Básicos	0	0	0	0	0
Derechos fundamentales	2	0	0	0	3
Derechos Humanos	13	3	0	1	25
Derechos Individuales	0	0	0	0	0
Derechos Patrimoniales	0	0	0	0	0
Dign	14	5	1	1	16
Educación Laica	0	0	0	0	0
Estado Laico	1	1	0	0	0
Federali	10	2	0	0	27
Federalismo Fiscal	0	0	0	0	3
Garantías individuales	1	0	0	0	0
Individu	5	3	1	20	3
Laic	4	2	0	0	0
Legal	12	1	3	18	24
Liberal	1 *	1	1	0	2
Libertad	7	9	0	2	9
Libertad de Cátedra	0	0	0	0	0
Libertad de Conciencia	0	1	0	0	0
Libertad de Culto	1	0	0	0	0
Libertad de Enseñanza	0	0	0	0	0
Libertad de Expresión	0	1	0	1	0
Libertad de Oficio	0	0	0	0	0
Libertad de Pensamiento	0	0	0	0	0
Libertad de Prensa	0	0	0	0	0
Libertad de Religión	0	0	0	0	0
Libertad de Tránsito	0	0	0	0	0
Libertad Política	0	0	0	0	0
Libertad Religiosa	0	0	0	0	0

Libre Albedrío	0	1	0	0	0
Libre determinación	0	0	0	0	0
Seguridad Ciudadana	0	0	0	0	2
Frecuencia	76	30	6	50	129
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	3.48	12.17	3.09	1.58	2.93
cantidad de conceptos buscados	38				
Fuente: Elaboración Propia					

De la tabla A3.9 se desprende que la declaración de principios tiene el discurso más liberal, en cuanto libertad como no interferencia, que los demás, sin embargo, este discurso cae a menos de una tercera parte en los demás documentos. La evidente diferencia entre la declaración de principios y los restantes 4 documentos deja ver la falta de consistencia en el discurso partidista.

A3.7.2 Liberalismo: Valores para Convivencia Plural

Tabla A3.10: Análisis del discurso Liberal del PRI en valores para la convivencia plural: (respeto a la privacidad, anhelos y deseos individuales)

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Autonomía individual	0	0	0	0	0
Discriminación	8	2	0	0	9
Diversidad *	6	1	0	1	8
Plurali	4	0	0	0	2
Tolerancia	3	2	0	0	4
Frecuencia	21	5	0	1	23
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	0.96	2.03	0.00	0.03	0.52
cantidad de conceptos buscados	5				
* Buscar como palabra completa					

Fuente: Elaboración Propia

De la tabla A3.10 se desprende que los valores para convivencia plural tienen apariciones de bajas a nulas en todos los documentos; representa un área de oportunidad para que en posteriores ediciones se vea la conveniencia de retomarlos.

A3.8 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA DEMOCRÁTICA

La democracia busca hacer llegar a todos los miembros de la sociedad, las mismas cosas o bienes para disminuir los motivos que fundamenten la discriminación, así como que tengan las mismas oportunidades de desarrollo y participación en la toma de decisiones públicas.

Tabla A3.11: Análisis del Discurso Democrático del PRI

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Consulta popular **	0	0	0	0	2
Democracia	7	9	0	5	28
Democracia Directa	0	0	0	0	0
Democracia Participativa	3	0	0	0	3
Democracia Representativa	0	2	0	1	1
Democrat	13	5	0	28	18
Distribución	12	0	0	1	24
Distribución de la riqueza	1	0	0	0	2
Distribución del ingreso	0	0	0	0	2
Distribución equitativa	3	0	0	0	0
Equidad	12	3	0	7	27
Igualdad	20	7	1	5	42
Iniciativa popular	1	1	0	0	0
Participación democrática	0	0	0	0	1
Plebiscito	1	1	0	0	0
Referéndum	1	1	0	0	0
Reforma del Estado	3	0	0	0	0
Reforma Política	0	0	0	0	1
Revocación de mandato	0	0	0	0	1
Frecuencia	77	29	1	47	152
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	3.53	11.76	0.51	1.48	3.46
cantidad de conceptos buscados	19				

** buscar en plural

Fuente: Elaboración Propia

De la tabla A3.11 se puede deducir que mientras la declaración de principios tiene una frecuencia de tres veces más alta que el programa de acción o la plataforma electoral; por la naturaleza de ambos documentos, lo deseable es que no se presentara esta divergencia. La evidencia sugiere que al modelo de identidad institucional del PRI le falta consistencia en su discurso democrático.

A3.9 OBSERVACIÓN RESPECTO A LA FILOSOFÍA COMUNITARIA

El comunitarismo se distingue por su énfasis en la solidaridad y responsabilidad que los individuos tienen con las personas próximas y que comparten su mismo sistema de valores y cultura, y que finalmente conforman la colectividad inmediata, generalmente aunque no exclusivamente, en comunidades pequeñas.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Comunitarismo en Comunidad Social.
- 2) Comunitarismo en Comunidad Partidista.

A3.9.1 Comunitarismo en Comunidad Social

Tabla A3.12: Análisis del discurso comunitario del PRI en comunidad social

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Acciones Afirmativas	3	1	0	0	0
Bien Común	0	0	0	0	0
Campo	18	0	0	0	25
Colectiv	4	0	2	1	1
Comunid	22	3	0	21	30
Convivencia	5	2	0	1	10
Discriminación positiva	0	0	0	0	0
Esparcimiento	2	0	0	0	3
Étni	1	2	0	1	3
Familia	19	0	1	5	46
Indígen	16	2	0	32	9
Indio	0	0	0	0	0
Reciproc	1	0	0	0	1
Responsab	28	5	11	28	62
Responsabilidad social	0	0	0	0	1
Rural	22	0	0	1	30
Solidari	3	0	1	11	34
Subsidiar	0	0	0	0	0
Tejido Social	0	1	0	0	6
Unanim	0	0	0	0	0
Unidad *	2	1	1	24	3
Usos y Costumbres	0	0	0	4	0
Frecuencia	146	17	16	129	264
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	6.69	6.89	8.23	4.07	6.01
cantidad de conceptos buscados	22				
* Buscar como palabra completa					

Fuente: Elaboración Propia.

La evidencia que se desprende de la tabla A3.12, sugiere que hay una consistencia en el discurso de comunidad social en todos los documentos del PRI.

A3.9.2 Comunitarismo en Comunidad Partidista

Tabla A3.13: Análisis del discurso comunitario del PRI en comunidad partidista

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Célula	0	0	0	0	0
Comité	1	0	0	298	3
Dirigente	2	0	5	61	0
Disciplina	1*	0	2	6	1
Miembro	0	1	1	32	3
Militante	4	0	23	119	0
Sección	0	0	0	100	1**
Simpatizante	1	0	0	12	0
Unidad Interna *	0	0	0	2	0
Unidad Partidista	0	0	0	2	0
Frecuencia	8	1	31	632	7
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	0.37	0.41	15.95	19.95	0.16
cantidad de conceptos buscados	10				
* Buscar como palabra completa	** No es sentido que se busca				

Fuente: Elaboración Propia.

La evidencia que se desprende de la tabla A3.13, sugiere que hay consistencia, con baja frecuencia, en el discurso de comunidad partidista en los tres documentos políticos. También, hay consistencia, con alta frecuencia, en el discurso de comunidad partidista, en los estatutos y en el código de ética. El saldo final es que el abanico discursivo está muy abierto. Es cuestión de hacer un análisis de lo que se puede desprender de los estatutos porque puede apreciarse que los señalamientos de Duverger (1951) toman forma en relación al tema de los elementos de base, la articulación general, los grados de participación y la naturaleza de la participación.

A3.10 OBSERVACIÓN RESPECTO AL DISCURSO IDEOLÓGICO

En los estudios empíricos, es común clasificar las posturas de los partidos en el espectro político de izquierda-derecha, y hasta se ha llegado a definir rasgos generales para su identificación.

Para una mejor comprensión se han establecido los siguientes temas

- 1) Discurso político espectro político izquierda-derecha.
- 2) Discurso sociomoral: bienestar social.
- 3) Discurso sociomoral: Grupos vulnerables.
- 4) Discurso sociomoral: Desarrollo de capacidades humanas.
- 5) Discurso sociomoral: Moralidad

A3.10.1 Ideología Espectro Político Izquierda-Derecha

Tabla A3.14: Análisis del discurso ideológico del PRI, espectro político izquierda-derecha

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Derecha	0	0	0	1 **	0
Izquierda	1	0	0	1 **	0
Lucha de clases	0	0	0	0	0
Reforma	43	2	0	19	67
Revoluc	3	6	8	74	1
Socialdemócr / social democra	1	1	0	1	0
Socialis	1	1	0	0	0
Frecuencia	49	10	8	94	68
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	2.25	4.06	4.12	2.97	1.55
cantidad de conceptos buscados	7				
** no es el sentido ideológico					

Fuente: Elaboración Propia.

De la tabla A3.14, se puede decir que el PRI ha sido muy prudente al momento de definirse como un partido de izquierda o socialista. En 2 de los 5 documentos la palabra “reforma” es contundentemente muy superior comparada con el vocablo “revoluc”. La alta frecuencia del vocablo “revoluc” en sus estatutos, puede deberse al nombre de su organización por lo que no es conveniente usar esta diferencia para establecer una tendencia revolucionaria. Luego entonces, la evidencia sugiere que el mensaje institucional del PRI es más reformista que revolucionario.

A3.10.2 Ideología en Discurso Socio-Moral: Bienestar Social

Los conceptos sociales buscan generalmente contribuir para generar un bienestar generalizado entre la población; por esta razón se agruparon los siguientes palabras.

Tabla A3.15: Análisis del Discurso Socio-Moral del PRI en Bienestar Social

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Agua *	10	1	0	0	35
Asistencialis	0	0	0	0	0
Bienestar	11	3	0	0	24
Calidad de vida	7	0	0	2	21
Estado Social	0	2	0	0	2
Marginación	1	0	0	0	2
Patrimon	12	2	4	10	13
Pobreza	8	2	0	0	53
Pobreza alimentaria	0	0	0	0	3
Salud	32	1	0	2	71
Seguridad Alimentaria	5	1	0	0	1
Seguridad Social	9	0	0	0	18
Seguro de desempleo	0	0	0	0	3
Seguro Popular	1	0	0	0	0
Servicios Públicos	3	0	0	0	8
Sociedad	36	13	3	11	74
Frecuencia	135	25	7	25	328
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	6.19	10.14	3.60	0.79	7.46
cantidad de conceptos buscados	16				

* Buscar como palabra completa

Fuente: elaboración Propia

De la tabla A3.15 se desprende que los 3 documentos políticos del PRI muestran una deseable consistencia discursiva, sin embargo, en los restante dos documentos puede detectarse un área de oportunidad que puede subsanarse para garantizar la consistencia del discurso del bienestar social en todos sus documentos.

A3.10.3 Ideología en Discurso Socio-Moral: Grupos Vulnerables

Tabla A3.16: Análisis del Discurso Socio-Moral del PRI en Grupos Vulnerables

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Adolescen	10	0	0	0	3
Adultos mayores	5	1	0	9	8
Discapaci	13	2	0	10	2
Equidad de Género	2	1	0	1	0
Grupos Vulnerables	1	1	0	2	2
Jóvenes	17	0	0	36	49
Juven	7	2	0	28	4
Migra	28	3	0	4	54
Mujer	27	2	0	29	33
Niñ **	6	0	0	1	9
Violencia familiar	1	0	0	0	0
Frecuencia	117	12	0	120	164
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	5.36	4.87	0.00	3.79	3.73
cantidad de conceptos buscados	11				
** El buscador también lo encuentra como ning					

Fuente: Elaboración Propia

En la tabla A3.16 se puede observar que hay una cierta congruencia discursiva, con apariciones medias, en cuatro de los cinco documentos, siendo interesante que el código de ético muestre una ausencia completa de los valores relacionados con grupos vulnerables.

A3.10.4 Ideología en Discurso Socio-Moral: Desarrollo de Capacidades Humanas

Tabla A3.17: Análisis del Discurso Socio-Moral del PRI en Desarrollo de Capacidades Humanas

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Ciencia *	9	1	0	0	10
Ciencia y Tecnología	6	1	0	0	7
Cultura	43	7	0	13	94
Deporte	9	0	0	0	26
Desarrollo Humano	0	0	0	0	13
Educación	48	2	0	10	91
Educación de calidad	3	1	0	0	6
Human	19	6	1	0	70
Igualdad de oportunidades	2	1	1	0	4
Persona	17	2	7	23	50
Tecnolog	25	2	0	0	89
Universidad	0	0	0	0	5
Frecuencia	181	23	9	46	465
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	8.30	9.33	4.63	1.45	10.58
cantidad de conceptos buscados	12				
* Buscar como palabra completa					

Fuente: Elaboración Propia.

A partir de la tabla A3.17, se desprende que los 3 documentos políticos y código de ética del PRI muestran una deseable consistencia discursiva, sin embargo, el área de oportunidad ahora puede observarse únicamente en los estatutos con los cuales podrían garantizarse la consistencia del discurso en el desarrollo de capacidades en todos sus documentos.

A3.10.5 Ideología en Discurso Socio-Moral: Moralidad

Tabla A3.18: Análisis del Discurso Socio-Moral del PRI en Moralidad

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Abort	0	0	0	0	0
Interrupción del embarazo	0	0	0	0	0
Matrimonio	0	0	0	0	0
mismo sexo	0	0	0	7 **	0
Frecuencia	0	0	0	0	0
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
cantidad de conceptos buscados	4				
** No es el sentido que se busca					

Fuente: Elaboración Propia.

De la tabla A3.18 se desprende que el Partido Revolucionario Institucional tiene una congruencia discursiva en las cuestiones de moralidad con una ausencia completa en todos sus documentos.

A3.11 OBSERVACIÓN RESPECTO AL DISCURSO AMBIENTALISTA

La literatura a la que se ha tenido acceso no sugiere que las posturas ambientales puedan ser catalogadas como una filosofía política, sin embargo, cada vez es más evidente que parte del discurso político gire alrededor a este tema.

Tabla A3.19: Análisis del Discurso Ambiental del PRI

	PA-PRI 2008	DDP 2008	COD-PRI 2008	EST-PRI 2008	PLT-PRI 2012
Ahorro de energía	0	0	0	0	0
ambient	18	2	0	0	79
Biomasa	0	0	0	0	2
Cambio Climático	5	0	0	0	24
Cultura ecológica	1	0	0	0	0
Ecolog	8	1	0	0	10
Efecto invernadero	0	0	0	0	6
Energía renovable	0	1	0	0	1
Eolica	0	0	0	0	0
Fuentes renovables	0	0	0	0	2
Geotermi	0	0	0	0	3
Hidraul	0	0	0	0	6
Medio Ambiente	13	2	0	0	24
Recicla	1	0	0	0	7
Renovable	0	1	0	0	6
Reusar	0	0	0	0	0
Reutilizar	0	0	0	0	0
Solar	0	0	0	0	0
Sustentab	17	1	0	0	52
Frecuencia	63	8	0	0	222
Total de palabras en el documento	21,820	2,466	1,944	31,687	43,954
Frecuencia por cada mil palabras	2.89	3.24	0.00	0.00	5.05
cantidad de conceptos buscados	19				

Fuente: Elaboración Propia.

La evidencia de la tabla A3.19 sugiere que los tres documentos políticos tienen una suficiente presencia del discurso ambiental con una relativa consistencia. El área de oportunidad se detecta en el código de ética y en los estatutos del partido.

A3.12 IDENTIDAD INSTITUCIONAL DEL PRI

Finalmente se hizo un ejercicio hermenéutico de los documentos observados y se categorizaron en temas económicos, políticos y sociales, llegándose a la siguiente conclusión.

A3.12.1 Identidad del PRI en el Tema Económico

- 1) Propone que el Estado sea el garante del cumplimiento de los derechos de los trabajadores; está interesado en que se protejan las prestaciones laborales obtenidas por las organizaciones de los trabajadores. Pide que no se vulnere la autonomía de estas organizaciones; reivindica la contratación colectiva y la libre asociación sindical. Señala que no debe haber cambios en las conquistas laborales, sin embargo, busca perfeccionar los sistemas actuales para garantizar un retiro digno
- 2) Desea mejorar la distribución de la riqueza y el ingreso, está consciente y critica las desigualdades que hay en el país, señala que la brecha entre ricos y pobres es muy alta.
- 3) Busca reducir el gasto administrativo del gobierno y los sueldos de los altos funcionarios.
- 4) Mientras que en la plan de acción elaborado en el año 2004 enfatiza la política de “No a IVA en alimentos y medicinas”, en la Plataforma Electoral del 2012 no hace mención a ella, sin embargo pide ampliar la base de contribuyentes, es decir, que todos contribuyan en forma justa y equitativa al sostenimiento del Gobierno. Además deja entrever, sin mencionarlo, su aprobación al IVA en alimentos y medicinas; señala textualmente: “eliminaremos subsidios generalizados al consumo sustituyéndolos con subsidios focalizados o transferencias directas dirigidas a la población pobre”. Podemos deducir que el PRI ha flexibilizado su postura y podría buscar la implantación del IVA en alimentos y medicinas.

- 5) Propone que el Estado debe mantener la rectoría de la industria petrolera; su dirección, control y usufructo. Acepta que PEMEX debe modernizarse y bajarle la carga fiscal. Esto se conoce como despetrolizar el presupuesto del gobierno.
- 6) En el programa de acción del año 2004 el PRI deja entrever que se requiere de un diagnóstico para conocer cuáles son las barreras que impiden el crecimiento económico; en el mismo documento y en la plataforma electoral 2012, dirige su mirada como posible causa al modelo económico neoliberal que actualmente está implantado.
- 7) Propone regular a la economía informal, mencionando que la política económica debe ponerse al servicio de la creación de empleos y la incorporación de los informales a la formalidad.
- 8) Desea que haya un federalismo real en el reparto de los recursos económicos; dar más margen de maniobra a los gobierno locales, que se les provean los recursos adecuados a sus responsabilidades y que la mayor parte de lo obra pública sea realizada por las entidades federativas con asistencia técnica y de normatividad de dependencias federales.
- 9) Propone incorporar a la seguridad social el programa de seguro de desempleo.
- 10) Propone bajar las tarifas de los servicios públicos como la electricidad.
- 11) Propone un Estado más interventor en la economía; propone un mercado libre pero regulado por el Estado, por tanto pide un equilibrio entre Estado, mercado y sociedad. Señala que el Estado ha abandonado su papel como promotor del crecimiento. No cree que la libre acción del mercado genere los equilibrios necesarios para lograr el crecimiento económico
- 12) Propone una nueva estrategia de desarrollo con alto y rápido crecimiento; que dinamice el mercado interno, que fomente la competitividad y la productividad de empresas y personas, impulsa el desarrollo sustentable, que se haga uso racional de los recursos, se genere un clima de certidumbre para la inversión y el trabajo, que se reconstruyan las cadenas productivas nacionales y que se transite a una economía de baja generación de carbono. Además que se facilite la instalación, operación y desarrollo de las micro, medianas y grandes empresas, así como impulsar la mejora regulatoria y simplificación de trámites.

- 13) Propone una reforma hacendaria eficaz, que todos contribuyan en forma justa y equitativa, que haya una mezcla adecuada entre impuestos a la renta y la riqueza de las personas y los indirectos al consumo. Propone eliminar el IETU.
- 14) Propone fortalecer la banca de desarrollo.
- 15) Propone usar el poder de compra de las grandes empresas públicas como palanca para el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas.
- 16) Propone combatir a los monopolios.
- 17) Propone analizar que el Banco de México contribuya al crecimiento económico además de la estabilidad y control del sistema financiero; propone que la banca comercial otorgue crédito oportuno, suficiente y competitivo, en estándares internacionales, a los sectores productivos.
- 18) Propone apoyar al campo, impulsar al máximo la producción agropecuaria nacional, impulsar su productividad, una política de almacenamiento que asegure el abastecimiento de productos alimenticios y combatir la especulación.
- 19) Propone impulsar al turismo como generador de divisas, empleos y impulsor de la clase media.

A3.12.2 Identidad del PRI en el Tema Político

- 1) Busca generar mayorías estables para garantizar gobernabilidad democrática
- 2) Busca la reforma del régimen político, asegurando que el sistema presidencialista está agotado.
- 3) Es un partido que alienta a su unidad interna, que procura la solución de los problemas nacionales a través de la formación de instituciones.
- 4) Impulsa la republica laica y el Estado laico.
- 5) Se declara como un partido que es una alianza de ciudadanos y de organizaciones, cercano al pueblo y preparado para atender las demandas de la sociedad mexicana y capaz de convertirlas en política de gobierno.
- 6) Propone combatir la corrupción, impunidad e ineficiencia del gobierno y sus funcionarios; busca propiciar la transparencia, rendición de cuentas y el acceso para los ciudadanos a la información pública, reconoce que existe una endeble cultura de la legalidad.

- 7) Se declara como un partido con principios ideológicos y postulados de la Revolución Mexicana, que lucha por la igualdad que proviene de tener todas las mismas libertades. Que está circunscrito en la corriente de izquierda socialdemócrata y busca actuar dentro de la Internacional Socialista; pide que sus funcionarios sean de probada convicción liberal, revolucionaria y nacionalista.
- 8) Se declara como un partido con tradición internacionalista; propone retomar los elementos de política exterior establecidos en la constitución que son la libre determinación de los pueblos y la no intervención, y que fueron abandonados por los gobiernos emanados del PAN. Pide modernizar el concepto de soberanía, con más énfasis en la cooperación y menos autarquía. Pide destinar por lo menos 0.7 del PIB a la cooperación internacional.
- 9) Propone asumir la migración no como un problema sino como un fenómeno de orden mundial.
- 10) Propone mejorar el sistema de justicia, por un sistema de procuración y administración de justicia que respete los derechos humanos, proteja a las víctimas, castigue a los responsables, sea transparente y confiables. Que la ciudadanía tenga certeza en el cumplimiento de ley como principio de convivencia social. Propone implementar un sistema acusatorio adversarial y oral. Que el Estado debe garantizar el acceso a una justicia pronta y expedita. Propone crear la Secretaría de Justicia que privilegie la ley como mecanismos de resolución de conflictos, cuidando las atribuciones del poder judicial.
- 11) Propone fortalecer el federalismo, critica que México tiene muchas características del centralismo. Propone generar la cooperación entre el Legislativo y el Ejecutivo, fortalecer la autonomía municipal y modernización del ayuntamiento, así como definir con rigor las competencias entre órdenes de gobierno en educación y salud. Que se debe respetar la división de Poderes
- 12) Se declara como un partido con vocación pacifista, que busca la estabilidad política y la paz institucional y social.
- 13) Promueve la modernización de México con Democracia y Justicia Social.

- 14) Señala que el Estado debe garantizar la seguridad pública a la sociedad, a las familias y su patrimonio, debe asegurar el ejercicio de las libertades, salvaguardar la integridad de la nación y que este tema no debe ser tratado separado del desarrollo económico y de la política social.
- 15) Busca la participación de la sociedad civil en las decisiones públicas, su instrumentación y evaluación. Acepta complementar la democracia representativa con mecanismos de la democracia participativa con plebiscito, referéndum, candidaturas independientes, iniciativas populares, consulta popular, reelección de legisladores y revocación de mandato. Busca impulsar la Ley de Participación Ciudadana Efectiva.

A3.12.3 Identidad del PRI en el Tema Sociomoral

- 1) Se declara como un partido que no acepta apoyos económicos, políticos o propagandísticos de iglesias, ni ministros de cultos. Declara ser un partido responsable.
- 2) Busca que todos tengan las mismas oportunidades esenciales.
- 3) Ve en el crecimiento con equidad social y sustentabilidad, como la política capaz de distribuir democráticamente los beneficios del progreso.
- 4) Señala que la actual política social ha fracasado, es cortoplacista, mal administrada y que avanza solo en variables del bienestar, que no transforma las condiciones de pobreza.
- 5) Señala que el Estado debe retomar su responsabilidad para garantizar el acceso de los ciudadanos a los derechos sociales.
- 6) Pide erradicar la tendencia de usar los programas sociales como instrumento electoral.
- 7) Propone erradicar la pobreza alimentaria y combatir todo tipo de pobreza.
- 8) Propone la transformación profunda de la Secretaría de Desarrollo Social y consolidar la autonomía de la CONEVAL.
- 9) Pide el ejercicio de la práctica política partidaria con fundamento en la ética.

- 10) Pide promover en los planes de estudio la educación cívica, ética, valores y actitudes que promuevan la paz, libertad, el conocimiento, la solidaridad, tolerancia y el respeto a las personas y a la patria.
- 11) Preocupado para poner las condiciones para que los jóvenes puedan salir adelante con su propio esfuerzo y reforzarles los valores de igualdad de género y repudio a la violencia familiar.
- 12) Muy preocupado por señalar que México es una Nación plural y diversa, por tanto debe ser tolerante ante las diversas culturas y erradicar cualquier tipo de discriminación y cualquier forma de exclusión; además del respeto irrestricto a los derechos humanos.
- 13) Desea una ciudadanía fundada en la tolerancia.
- 14) Se pronuncia porque las diferencias de raza, género, preferencia sexual, edad, cultura, religión, condición de discapacidad, origen o condición económica, social o política, no se traduzcan en desigualdad, injusticia o motivo de discriminación.
- 15) Preocupado por los derechos humanos de las comunidades indígenas y los migrantes
- 16) Está a favor de los derechos sociales de tercera generación: derechos humanos e igualdad sin discriminación.
- 17) Preocupado por mejorar los esquemas de seguridad social: salud, retiro y desempleo, que se incluya a toda la población; con los cuales se debe generar garantías de disfrute de la plenitud y no como amenaza o factor de incertidumbre.
- 18) Preocupado por mejorar los servicios de salud y su acceso universal. Preocupado por fomentar el deporte como un pilar de la salud pública, armonía social y efecto recuperador del tejido social
- 19) Preocupado por proteger a la niñez y adolescentes.
- 20) Comprometido a impulsar la educación de calidad como factor determinante del desarrollo humano, generador de igualdades, factor de movilidad social e impulso de las transformaciones sociales. A favor de la educación laica. Propone destinar 8% del PIB al gasto educativo, 1.5% del PIB en educación superior y 1% del PIB en ciencia y tecnología. Propone escuelas de tiempo

- completo. Propone fortalecer el sistema de competencias educativas y docentes; continuar con el examen para obtención de plazas docentes
- 21) Propone impulsar la cultura como factor de identidad nacional, fortalecimiento de la cohesión social y elevación de la calidad de la democracia.
 - 22) Propone dejar atrás la política social con visión asistencialista, evitando el clientelismo, otorgando microcréditos, créditos a la palabra y apoyos directos para el desarrollo de empresas sociales.
 - 23) Propone integrar en una sola institución los programas dispersos de apoyo a la economía social.
 - 24) Propone el mejoramiento ambiental, urbano y vivienda, con desarrollo sustentable y con ordenamiento territorial, así como la generación de energía sustentable.
 - 25) Preocupado por el cambio climático que sea un tema de seguridad nacional. Propone detener la deforestación y degradación del suelo, mejorando las prácticas agrícolas, ganaderas, construcción y pesqueras. Propone apoyar económicamente a los propietarios de selvas y bosques.
 - 26) Propone la pensión universal para adultos mayores.
 - 27) Propone atender a los grupos vulnerables: discapacitados, indígenas y adultos mayores.
 - 28) Propone atender los problemas de los migrantes.
 - 29) Muy preocupado por combatir efectivamente la pobreza y generar condiciones de igualdad en las libertades.
 - 30) Preocupado para poner las condiciones para que las mujeres puedan salir adelante, combatiendo la inequidad de género con acciones afirmativas, que se forme la cultura de la igualdad sustantiva entre hombres y mujeres, y erradicar su exclusión histórica y la violencia a la que es sometida.
 - 31) Proteger el derecho a las mujeres para decidir el número de hijos a tener. Propone la licencia remunerada por maternidad y paternidad.
 - 32) Propone asegurar el abasto de productos básicos a los más necesitados y elevar la seguridad alimentaria a rango constitucional.

33) Propiciar el uso adecuado del agua y su distribución a toda la población, evitando su derroche.

A3.13 CONCLUSIONES

Se ha generado información cuantitativa a partir de los documentos básicos, el código de ética y la plataforma electoral federal 2012-2018. La frecuencia por cada mil palabras puede utilizarse, por ejemplo, para saber que tan liberal o republicano es un documento. Se puede, deliberadamente, construir discursos con una orientación filosófica. Los discursos que se emiten por parte de los militantes del PRI, pueden analizarse para determinar qué tan alineado está con el mensaje institucional del partido

El uso que se le dé a esta información dependerá de las metas y objetivos del usuario de estos resultados. Por ejemplo, los investigadores podrán generar métodos cuantitativos para analizar qué tanto ha penetrado, en la sociedad, el mensaje de este partido político, y conocer cuál es su aceptación o rechazo.

Conocer de manera cuantitativa el mensaje institucional del PRI podrá ayudar a la elaboración de futuras plataformas electoral, podrá guiar a los futuros candidatos a alinearse a los documentos partidistas y podrá medirse en cuál categoría de filosofía política se puede clasificar un documento o discurso.

El Partido Revolucionario Institucional podría usarlo para hacer una introspección que la ayude a generar sus documentos básicos para la siguiente Asamblea Nacional, que probablemente sea una sea sus prioridades ahora que ha regresado al poder del Ejecutivo Federal.

A3.13.1 Discusión

El análisis metodológico del mensaje institucional puede revelar aspectos interesantes tales como el punto 346 del Plan de Acción en donde el PRI se compromete a

promover la competitividad como uno de los ejes del desarrollo económico nacional, sin embargo, pide elaborar, primeramente, un diagnóstico para identificar cuáles son las barreras al crecimiento económico.

En este caso, si bien es deseable y necesario hacer este tipo de diagnóstico, también es conveniente recordar que el PRI tiene una larga trayectoria en la Administración Pública en los tres órdenes y en los tres niveles de gobierno, que sería de esperarse que este partido cuente ya con esa documentación

En el artículo 81 de los estatutos el PRI tiene una Comisión Nacional de Imagen y Comunicación Política y en el 86 habla del mensaje que se transmite por radio y televisión. El PRI tiene en su normatividad, la conciencia de que al final de cuentas son una organización que emite un mensaje y que el mismo debe estar alineado con su imagen partidista. En la medida que esta comisión funcione es que el PRI puede utilizar el trabajo que aquí se presenta para direccionar a su mensaje institucional de acuerdo a sus metas y objetivos.

La reputación corporativa tiene 3 grandes dimensiones, una de ellas es la “identidad deseada” que se refiere a cómo los directivos de la firma desean que ésta sea vista (Martínez & Olmedo, 2010). Sin lugar a dudas, en los documentos partidistas que aquí hemos analizado, está contenida esa “identidad deseada”. Si el mensaje institucional no ha llegado claramente al electorado, es posible que esto se deba a alguna disfuncionalidad organizacional del ente emisor. Encontrar las causas de esa disfuncionalidad es motivo para continuar haciendo investigación que nos puedan eventualmente ayudar a identificar los factores que determinan el prestigio de los partidos políticos.

A3.13.2 Recomendaciones

El mensaje aquí desglosado, si bien se deriva de los mismos documentos, también puede estar sesgado, inconscientemente, por quienes hicimos el trabajo de hermenéutica, intelección e interpretación. Por lo que, antes de realizar un estudio

cuantitativo para determinar el nivel de aceptación o su grado de penetración, del mensaje del PRI entre la ciudadanía, se recomienda pasar estos resultados por un proceso de validación, mediante otros estudios cualitativos como la entrevista semiestructurada a personas que hayan ocupado cargos destacados en la vida del partido y en la función pública.

ANEXO 4. Lista de personas que han presentado iniciativas de ley ante el Congreso del Estado de Nuevo León en el periodo del año 2008 al 2012

Legislatura- No. Expediente	Num. Oficio	Participante	Ap. Paterno	Ap. Materno	Nombre
72-6605		1	ACOSTA	DE LA ROSA	MARLENE
72-6605		2	ADALID	MIER	GONZALO MIGUEL
72-6605		3	AGUILAR	ALANIS	JAIME ARTURO
72-7399	39	4	AGUILAR	BETANCOURT	ALEXIA ISAMAR
71-5470		5	AGUILAR	RODRIGUEZ	MARIO ALBERTO
71-5470		6	AGUILERA	RODRIGUEZ	ALEJANDRO PATRICIO
71-5450		7	AGUIRRE	GAMEZ	RAMIRO ALEJANDRO
72-6159		8	AGUIRRE	GARCIA	LEIDA MAYELA
71-5182		9	AHEDO	PARRETI	CATALINA
71-5718		9	AHEDO	PARRETI	CATALINA
72-6168		10	ALAMILLO	MASCORRO	YULIANA ELIZABETH
72-7014		11	ALAN	GARCIA	ALFONSO
71-5182		12	ALANIS	DIAZ	NORA LETICIA
72-6040	49	13	ALANIS	VILLARREAL	RODRIGO
71-5538		14	ALARCON	NUÑEZ	JOSE ANDRES
71-5092		15	ALBO	PEREZ	JOSE
71-5771		16	ALEXANDER	GRAHAM	JAMES
72-6915		17	ALFARO	CASTILLO	EMILIO
71-5144	1	18	ALMADA	NAVARRO	DELMA
71-5456		19	ALMARAZ	GONZALEZ	JAVIER
71-5538		20	ALMARAZ	GONZALEZ-MODESTO	MARIA THALINA
71-5771		21	ALMAZAN	CAMPBELL	ROSALINDA
71-5718		22	ALONSO	GOMEZ	JAIME
72-6915		23	ALVARADO	A	MODESTA
71-5222		24	ALVARADO	MARTINEZ	RAMONA ROSA
71-4618		24	ALVARADO	MARTINEZ	ROSA RAMONA
71-5771		25	ALVAREZ	GARCIA	IVONNE LILIANA
72-7038	2	26	ALVAREZ	HERNANDEZ	OSCAR
72-6298	10	27	ALVAREZ	MORA	JORGE
72-7402	10	27	ALVAREZ	MORA	JORGE
72-6915		28	ALVAREZ	MORALES	MARIA DEL MAR
72-6462		29	ALVAREZ		AISLIN
71-5470		30	AMBRIZ	CUEVAS	NELLY HAYDEE
72-6462		31	AMBRIZ	RAMIRES	HARIM J

72-7012		32	AMEZCUA	FREY	RODOLFO
72-5999		33	ANCER	CUELLAR	JORGE D.
72-6000		33	ANCER	CUELLAR	JORGE D.
72-6001		33	ANCER	CUELLAR	JORGE D.
72-6002		33	ANCER	CUELLAR	JORGE D.
72-6003		33	ANCER	CUELLAR	JORGE D.
72-6004		33	ANCER	CUELLAR	JORGE D.
72-6461		34	ARELLANO	MOLINA	LUIS ALBERTO
72-6605		35	ARGUETA	PAZ	ALEJANDRO CESAR
71-5470		36	ARIAS	HERNANDEZ	CARLOS
72-6527 / 72-7346	59	37	ARQUIETA	MARTINEZ	GERARDO
71-5094		38	ARREOLA	MARTINEZ	PABLO
71-4618		39	ARRIAGA	ALDAPE	MACARIO
72-6915		40	ARROYO		ALEJANDRA
71-5456		41	ARROYO		RAFAEL
72-7010		42	ATILAO	PEREZ	ALEJANDRA
71-5346		43	AVITIA	TORRES	MAURICIO
72-7402	3	44	AYALA	GARCIA	ENRIQUE ALBERTO
71-5236		45	AZCUNAGA	GUERRA	FRANCISCO
71-4618		46	B	R	JESICA
72-7035	29	47	BALDERAS	ALANIS	MARIA GUADALUPE
72-5999		48	BALLESTEROS	VELA	ALEYDA
72-6000		48	BALLESTEROS	VELA	ALEYDA
72-6001		48	BALLESTEROS	VELA	ALEYDA
72-6002		48	BALLESTEROS	VELA	ALEYDA
72-6003		48	BALLESTEROS	VELA	ALEYDA
72-6004		48	BALLESTEROS	VELA	ALEYDA
72-6462		49	BALLEZA	RODRIGUEZ	DIANA ALEJANDRA
72-6830		50	BALLI	HERNANDEZ	VICENTE
73-7795	4	51	BARAJAS	MARTINEZ	ROBERTO
72-7397		52	BARBA	LOPEZ	MARIA DE LA PAZ
72-7275		53	BARBOSA	CRUZ	DANIEL ALEJANDRO
72-6040	49	54	BARCENAS	ALCALA	ESTEBAN
71-4618	49	54	BARCENAS	ALCALA	ESTEBAN
72-7397		55	BARRAGAN	GARZA	KATIA
73-7795		56	BARRERA	ORTIZ	SERGIO
72-7402	5	57	BARRERA	PEREZ	RENE
71-5771	5	57	BARRERA	PEREZ	RENE
72-6203	5	57	BARRERA	PEREZ	RENE
71-4618		58	BARRIOS	HERNANDEZ	HIGINIO
72-6040		58	BARRIOS	HERNANDEZ	HIGINIO

71-5095		58	BARRIOS	HERNANDEZ	HIGINIO
71-5089		59	BARRIOS	RODRIGUEZ	ENRIQUE
71-5236		60	BASURTO	MEZA	CARLOS
72-7040	6	61	BELTRAN	REIH	no legible
71-4618		62	BENAVIDES	F	HERACLITO
71-4618		63	BENAVIDES	GONZÁLEZ	ROBERTO
71-5346	47	64	BENITEZ	GOMEZ	JAVIER
72-5899	47	64	BENITEZ	GOMEZ	JAVIER
71-5797		65	BENITEZ	LOZANO	SALVADOR MARIANO
72-6915		66	BETANCOURT	MEJORADO	GUILLERMO
71-5538		67	BOLAÑOS	MAGALLANES	GILBERTO
73-7452		N/A (qepd)	BOTELLO	TREVIÑO DE FLORES	CONSUELO
72-7038	2	68	BRAVO	RIVERA	SALVADOR
72-6351		69	BRIONES	LOPEZ	HECTOR JESUS
72-6462		70	BRIZUELA	SANCHEZ DE TAYLE	JORGE O
71-5168	8	71	BUCHANAN	ORTEGA	GRACIELA
71-5182	8	71	BUCHANAN	ORTEGA	GRACIELA
72-7028	8	71	BUCHANAN	ORTEGA	GRACIELA GUADALUPE
72-7285	8	71	BUCHANAN	ORTEGA	GRACIELA GUADALUPE
72-5994	9	72	BUCIO	MUJICA	RICARDO
72-6915	9	72	BUCIO	MUJICA	RICARDO
72-6605		73	BUSHBECK		DEYANIRA
72-6462		74	CAMACHO	ESQUIVEL	GABRIELA
71-5222		75	CAMPOS	LOERA	FRANCISCA
71-5470		76	CANAVATI	RAMOS	JAIME ABRAHAM
72-6936		77	CANAVATI	VON BORSETEL	LORENIA BEATRIZ
72-7014		77	CANAVATI	VON BORSETEL	LORENIA BEATRIZ
71-5470		78	CANDANOSA	GONZALEZ	ALBERTO
71-5513		79	CANO	GOMEZ	HOMERO
73-7635	11	80	CANO	TORRECILLAS	DANIELA
72-6462		81	CANO	TORRES	MA VIRGINIA
71-5538		82	CANO	CANTU	KARELLI DANIELA
71-5168		83	CANTU	CANTU	ALONSO
71-5168		N/A (qepd)	CANTU	GARCIA	BERTHA ALICIA
72-6462		84	CANTU	GARCIA	LILIANA
71-5456	76	85	CANTU	J.	ROGELIO
71-5187	63	86	CANTU	JAUCKENS	RICARDO
71-5456	63	86	CANTU	JAUCKENS	RICARDO
71-5470		87	CANTU	QUINTERO	GLORIA PAMELA
71-5373		88	CANTU	SADA	EDELMIRO
71-5715		89	CANTU	TOSCANO	MARIO

71-5719	74	90	CANTU	VAZQUEZ	FRANCISCO JAVIER
72-7069	12	91	CANTU	GUILLEN	RICARDO
72-6915		92	CANTU	PEDRAZA	DINORAH
72-6600		93	CAÑEDO	GARCIA	MARIANA
71-5471		93	CAÑEDO	GARCIA	MARIANA
72-6915		94	CARDONA	MARTINEZ	ARMINDA MIREYA
71-4618		95	CARDONA		FERNANDO
71-5470		96	CARMONA	QUINTANILLA	CLAUDIA KARINA
72-7038	2	97	CARRANZA	ANZALDUA	REYES
71-5292	13	98	CARRANZA	ARRIAGA	BLANCA ROCIO
71-5293	13	98	CARRANZA	ARRIAGA	BLANCA ROCIO
72-6363	13	98	CARRANZA	ARRIAGA	BLANCA ROCIO
71-5095	13	98	CARRANZA	ARRIAGA	BLANCA ROCIO
72-7038	2	99	CARRILLO	ESCALANTE	CARLOS
73-7477	10	100	CARRILLO	SANCHEZ	JOSE RICARDO
73-7767	14	101	CASAS	GARZA	RICARDO
72-6932	15	102	CASAS	VALADEZ	MARIA DE LOURDES
72-7015	6	103	CASTAÑEDA	PUENTES	MARIO ISAIAS
72-7040	6	103	CASTAÑEDA	PUENTES	MARIO ISAIAS
72-7012		103	CASTAÑEDA	PUENTES	MARIO ISAIAS
71-4618		104	CASTAÑEDA	VALDEZ	ELEAZAR
72-7038	2	105	CASTELLANOS	DE LA CUEVA	JUAN N
71-5395	38	106	CASTILLO	FLORES	MAURICIO
73-7454	38	106	CASTILLO	FLORES	MAURICIO
71-5470		107	CASTILLO	MORALES	ROSALBA
72-7038	2	108	CASTILLO	SANCHEZ	RODOLFO
72-6462		109	CASTILLO	ZAMBRANO	ISRAEL
73-7446		110	CASTRO	MARTINEZ	MARIA ELENA
72-6462		111	CAVAZOS	B	RICARDO JAVIER
71-5187		112	CAVAZOS	LEAL	ARTURO
72-6462		113	CAVAZOS		ALAN
71-5470		114	CAVAZOS-GUAJARDO	SOLIS	MARICELA
72-6605		115	CEPEDA	ALVAREZ	MARCO ANTONIO
71-5144	1	116	CEPEDA	BADILLO	RAUL
72-7038	2	117	CEPEDA	REYNA	JUAN
71-5262		118	CEPEDA	VIRAMONTES	JULIO CESAR
71-5290		119	CERDA	SERNA	ERNESTO POMPEYO
71-5295		119	CERDA	SERNA	ERNESTO POMPEYO
72-6363		119	CERDA	SERNA	ERNESTO POMPEYO
72-6886		119	CERDA	SERNA	ERNESTO POMPEYO
71-4618		120	CESEÑAS	CHAPA	SOCORRO

71-4618		120	CESEÑAS	CHAPA	SOCORRO
71-5470		121	CHAPA	ESQUIVEL	SERGIO
72-6423	40	122	CHAPA	GONGORA	FRANCISCO JAVIER
71-5168	7	123	CHAPA	HERNANDEZ	MARIA ELENA
71-5718	7	123	CHAPA	HERNANDEZ	MARIA ELENA
71-5182		124	CHAPA	OCHOA DE PALACIOS	DIANA PERLA
71-5168		124	CHAPA	OCHOA DE PALACIOS	DIANA PERLA
71-5718		124	CHAPA	OCHOA DE PALACIOS	DIANA PERLA
73-7446		125	CHAVEZ	JUAREZ	GERARDO A.
71-5538		126	CHAVEZ	MUÑOZ	EDUARDO
72-7010		127	CHAVEZ	OBREGON	ANA MARIA
72-7012		127	CHAVEZ	OBREGON	ANA MARIA
72-6462		128	CHAVEZ	PUENTE	DAVID
72-6203		129	CIENFUEGOS	CALDERA	FRANCISCO REYNALDO
71-5771		129	CIENFUEGOS	CALDERA	FRANCISCO REYNALDO
72-6775		130	CIENFUEGOS	FRAUSTRO	LEOPOLDO RENE
73-7460		131	CINTA	DE LA GARZA	MARCELA
72-7402	10	132	CINTORA	BERUMEN	JOSE ANGEL
73-7450	10	132	CINTORA	BERUMEN	JOSE ANGEL
73-7840	10	132	CINTORA	BERUMEN	JOSE ANGEL
73-7720	39	133	CISNEROS	AREVALO	STEFFANY KRISTEL
71-5718		134	CLOUTHIER	DE DREXEL	REBECA
72-6936		135	CLOUTHIER		TATIANA
72-7014		135	CLOUTHIER		TATIANA
73-7455		136	CONTRERAS	FLORES	JUAN JOSE
71-5236		137	CONTRERAS	MARTINEZ	JOSE MANUEL
71-5470		138	CONTRERAS	MARTINEZ	ROMULO
71-5470		139	CORONADO	GUAJARDO	YADIRA LILIAN
72-7287	17	140	CORONADO	HERNANDEZ	FELIX
72-6040		141	COTA	ARAIZA	ANTONIO
72-6915		142	CRUZ	CRUZ	ESTHER
71-5291		143	CRUZ	LUEVANO	CARLOS ALBERTO
72-7397		144	CRUZ	REYNA	SAMUEL ISAI
71-5291		145	CRUZ	SANCHEZ	BENJAMIN
73-7446		146	CRUZ	JUAREZ	JUAN ANTONIO
71-5187		147	CUELLAR	ADAME	ERVEY S.
72-7038	2	148	CUELLAR	ESPINOZA	ROBERTO
71-5470		149	CUEVA	HERNANDEZ	MARIA CRISTINA
72-7012	6	150	CUEVA	SADA	GUILLERMO
72-7015	6	150	CUEVA	SADA	GUILLERMO
72-7040	6	150	CUEVA	SADA	GUILLERMO

72-7010	6	150	CUEVA	SADA	GUILLERMO
71-4618		151	CUSTODIO	B	JOSE ANGEL
71-4618		152	D	G	MA ISABEL
72-6175		153	DAVILA	RUIZ	CLAUDIA
71-5461		154	DAVILA	TREJO	JOSE GUADALUPE
72-7286		155	DE ALVA	LEVY	MARIA
71-5456		156	DE HOYOS	FREYMAM	JESUS
72-6976	19	157	DE HOYOS	KOLOFFON	GILBERTO PABLO
72-6938		158	DE LA CRUZ	RODRIGUEZ	FERNANDO ALBERTO
72-7293	53	159	DE LA FUENTE	FLORES	CARLOS ALBERTO
72-6040	49	160	DE LA GARZA	HINOJOSA	ARNOLDO
71-5346		161	DE LA GARZA	MARTINEZ	JAIME
71-5456	69	162	DE LA GARZA	PAEZ	IGNACIO
72-6615		163	DE LA ROSA	BUENROSTRO	NORBERTO JESUS
71-5538		164	DE LA ROSA	VERASTEGUI	JONATHAN ARTURO
73-7458	14	165	DE LEON	GARCIA	JOSE REYES
73-7767	14	166	DE LEON	GARCIA	JOSE REYES
71-5470		167	DE LEON	LOZANO	ERICK
71-5470		168	DE LEON	LOZANO	RICARDO
73-7840		169	DE LEON	RODRIGUEZ	HIRAM LUIS
72-7038	2	170	DE MENDIETA		ANTONIO
72-6771		171	DECANINI	GARZA	ALDO MANLIO
71-5144	1	172	DECANINI	TERAN	PAULINO
71-5470		173	DIAZ	ALVITE	BRENDA AIDEE
71-5470		174	DIAZ	ARGUELLO	BERNARDINA
72-7015	6	175	DIAZ	PEREZ	OLGA LUCIA
72-7040	6	175	DIAZ	PEREZ	OLGA LUCIA
72-7010	6	175	DIAZ	PEREZ	OLGA LUCIA
72-7012	6	175	DIAZ	PEREZ	OLGA LUCIA
72-7402		178	DIAZ	RAMOS	VICTOR MANUEL
71-5538		179	DIAZ	ROMAN	DAFNE ALEJANDRA
71-5373		180	DIAZ	SALAZAR	CRISTINA
72-7286		181	DIAZ	VAZQUEZ	JOSE RICARDO
73-7446		182	DIAZ	MALLEN	BARBARA GIVENCHY
72-6462		183	DOMINGUEZ	C	MIGUEL
71-5719	74	184	ECHARTEA	OVIEDO	RENE
71-5771		185	ELIAS	ESTRADA	GUILLERMO
71-5738		186	ELIZONDO	BARRAGAN	FERNANDO
71-5470		187	ELIZONDO	ELIZONDO	ELSA PATRICIA
71-5091	6	188	ELIZONDO	FLORES	ROMULO MARTIN DE JESUS
72-6915		189	ELIZONDO	MEDINA	WALTER OCTAVIO

71-5168		190	ELIZONDO	QUINTANILLA	RICARDO ROBERTO
71-4618		191	ENRIQUEZ	HERNANDEZ	FELIPE
71-5713		191	ENRIQUEZ	HERNANDEZ	FELIPE
72-7399	39	192	ESCALANTE	PEÑA	LAURA NALLELY
71-5221	67	193	ESCALANTE	RODRIGUEZ	IGNACIO
72-6605		194	ESCAMILLA	QUINTERO	JOSE I
71-5470		195	ESCOBAR	MARTINEZ	BENJAMIN
71-5470		196	ESCOBAR	MORENO	ANGELICA SHARON
71-5538		197	ESPARZA	GARCIA	LAURA ADRIANA
72-6462		198	ESPARZA	RUIZ	JUAN MANUEL
71-5236		199	ESPINO-BARROS	LOZANO	ENRIQUE
72-6915		200	ESPINOLA	A.	CONSUELO
71-5538		201	ESPINOSA	AYALA	JORGE
71-5767		202	ESPINOSA	BENAVIDES	LEOPOLDO
72-7013		202	ESPINOSA	BENAVIDES	LEOPOLDO
71-5718	73	203	ESPINOSA	CARREON	JAIME RICARDO
71-5182		204	ESPINOSA	CARRION	JAIME RICARDO
71-5039	62	205	ESPINOSA	GARZA	CIRO
72-7038	2	206	ESPINOZA	RAMIREZ	TEODORO
72-7402		207	ESPINOZA	SILVA	FRANCISCO
71-5470		208	ESPIRICUETA	MOYA	EFRAIN
72-6932	15	209	ESQUIVEL	CERDA	HILDA ESPERANZA
72-6527 / 72-7346	59	210	ESQUIVEL	QUIROZ	EMILIO VICENTE
71-5511		211	ESTRADA	MEDINA	AXEL
71-5781		212	FARAH	GIACOMAN	MAURICIO
72-6915		213	FARIAS	CAMPANO	CARMEN
72-7008		214	FARIAS	GONZALEZ	LUIS SERVANDO
72-7009		214	FARIAS	GONZALEZ	LUIS SERVANDO
72-7397		215	FARIAS	LONGORIA	LILIANA
72-6976	19	216	FARIAS	VILLARREAL	MAURICIO
71-5159		216	FARIAS	VILLARREAL	MAURICIO
72-6915		217	FASCO	VICH	GINA
72-6913/ 72-6936		218	FAZ	APODACA	LUIS SALOMON
72-6936		218	FAZ	APODACA	SALOMON
71-5551		219	FERNANDEZ	DE GARCIA	MARISA
72-6915		220	FERNANDEZ	DIAZ	JAVIER
71-4618	62	221	FERNANDEZ	GARZA	HUGO
71-5039	62	221	FERNANDEZ	GARZA	HUGO
72-6182	53	222	FERNANDEZ	GARZA	MAURICIO
72-7050	53	222	FERNANDEZ	GARZA	MAURICIO

72-7056	53	222	FERNANDEZ	GARZA	MAURICIO
72-7070	53	222	FERNANDEZ	GARZA	MAURICIO
72-7015	6	223	FERNANDEZ	ROJAS	LUIS CARLOS
72-7040	6	223	FERNANDEZ	ROJAS	LUIS CARLOS
72-7012		223	FERNANDEZ	ROJAS	LUIS CARLOS
71-5538		224	FERNANDEZ	VALADEZ	MARIA FERNANDA
71-5291		225	FLORES	BECERRA	DANTE G.
71-5470		226	FLORES	BELTRAN	SILVERIO
72-6936	41	227	FLORES	BENAVIDES	LILIANA
71-5346		228	FLORES	CANTU	ISMAEL
71-5538		229	FLORES	CANTU	PERLA QUETZALI
71-5291		230	FLORES	DE LA ROSA	ROBERTO
71-5456		230	FLORES	DE LA ROSA	ROBERTO
71-5373		231	FLORES	ELIZONDO	RAYMUNDO
71-5182		232	FLORES	GARCIA	EDUARDO
71-5470		233	FLORES	HERNANDEZ	GRECIA LOETH
72-6932	15	234	FLORES	MARTINEZ	MARIA CRUZ
71-4618		234	FLORES	MARTINEZ	MARICRUZ
72-6915		235	FLORES	MONTES	MARICRUZ
72-7038	2	236	FLORES	RAMIREZ	JUAN MANUEL
71-5538		237	FLORES	RIVERA	JOSE FORTINO
71-4618		238	FLORES		MARICRUZ
71-5095		238	FLORES		MARICRUZ
71-5470		239	FRANCO	PADILLA	MOISES
71-5470		240	FRIAS	PEREYRA	ENRIQUE
72-6040	49	241	FRIAS	TENEYUQUE	LUIS
71-5159		242	FULVI	D'PIETROGIACOMO	GRAZIELA
71-4618		243	GALLARDO	MERCADO	no legible
71-5538		244	GALLEGOS	GONZALEZ	LILIAN
72-7399	39	245	GALVAN	CABELLO	MIGUEL FRANCISCO
71-5771		246	GARCIA	ARAGON	JUANITA
73-7840		246	GARCIA	ARAGON	JUANITA
72-6203		247	GARCIA	BARRERA	MYRNA ELIA
72-6462		248	GARCIA	CORPUS	AZENETH
71-5797		249	GARCIA	CORRAL	HERNAN
72-6605		250	GARCIA	G	RIGOBERTO
72-6936		251	GARCIA	GARCIA	ALONSO ALAN
72-6936		252	GARCIA	GARCIA	AZRAEL ADIR
71-5771		253	GARCIA	GARCIA	HECTOR
72-6378	20	254	GARCIA	GARCIA	JUAN MANUEL
72-7012		255	GARCIA	GONZALEZ	MIGUEL

71-5096		256	GARCIA	GONZALEZ	PABLO ALEJANDRO
72-6203	58	257	GARCIA	GRANADA	MATILDE
71-5538		258	GARCIA	GUERRA	BERTHA ALICIA
72-7069		259	GARCIA	IBARRA	JOSE GERARDO
71-5797		260	GARCIA	PEÑA	LUIS
71-5182		261	GARCIA	RODRIGUEZ	GILBERTO
71-5538		262	GARCIA	SIFUENTES	ANA KAREN
72-7038	2	263	GARCIA	VILLARREAL	VICENTE
72-7014		264	GARCIA		ALFONSO
73-7478	33	265	GARCIA	GARCIA	GUADALUPE ESPIRIDION
73-7635	11	266	GARCIA	MEDELLIN	MANTARO
73-7635	11	267	GARCIA	MORENO	ASTRID CAROLONA
73-7451	7	268	GARCIA	MORENO	ROCIO DELFINA
73-7452	7	268	GARCIA	MORENO	ROCIO DELFINA
72-7038	2	269	GARZA	A	ANTONIO A
71-5538		270	GARZA	CEPEDA	CESAR GUADALUPE
71-5470		271	GARZA	CRUZ	EDER JOEL
72-7038	2	272	GARZA	DE HOYOS	PEDRO
72-7399	39	273	GARZA	FLORES	CINTHIA LIZETH
72-7038	2	274	GARZA	G	JESUS MANUEL
71-5291		275	GARZA	GARZA	CLAUDIO
71-5262	76	276	GARZA	GUERRA	EVERARDO
71-5456	76	276	GARZA	GUERRA	EVERARDO
72-6527 / 72-7346	59	277	GARZA	JASSO	ALEJANDRO
71-5095		278	GARZA	MARTINEZ	ALICIA
72-6915		279	GARZA	MONSIVAIS	DEMIAN
71-5470		280	GARZA	MORENO	MARIO ALEJANDRO
71-5470		281	GARZA	QUIROGA	HILARIO ALFONSO
71-5236	44	282	GARZA	RIVERA	ROGELIO
71-5346		283	GARZA	T	LAURA V.
71-5168	7	284	GARZA	TREVIÑO	CESAR FELIPE
73-7795		285	GARZA	VALDEZ	JOSE
73-7795		286	GARZA	VALDEZ	VICTOR MANUEL
71-5771		287	GARZA	VILLARREAL	CESAR
71-5182		288	GARZA	VILLARREAL	LUIS MANUEL
71-4618		289	GARZA		CANDELARIO
72-6462		290	GARZA		JOSE TRINIDAD
71-5291		291	GAYTAN	SOTO	JORGE A.
71-5538		292	GIL	GAMUNDI	ANTONIO
72-6605		293	GIL	GOMEZ	CARLOS
73-7840		294	GLORIA	AGUILAR	FIDEL

72-6040	49	295	GOMEZ	CANTU	CESAR ROMEO
71-4618		296	GOMEZ	CAUDILLO	LUISA RITA
71-5222		297	GOMEZ	CRUZ	ABRAHAM
72-6936		298	GOMEZ	ESTANDIA	MARGARITA
72-6462		299	GOMEZ	HERNANDEZ	AGUSTIN
71-5095		300	GOMEZ	JUNCO	PATRICIO
71-5531		301	GOMEZ	MONTEMAYOR	ALEJANDRO
72-6389		301	GOMEZ	MONTEMAYOR	ALEJANDRO
71-5538		302	GOMEZ	RANGEL	CLAUDIA RUBI
71-4618		303	GONZALEZ	AMAYA	LILIA
71-5095		303	GONZALEZ	AMAYA	LILIA
71-5292		303	GONZALEZ	AMAYA	LILIA
71-5262		304	GONZALEZ	ARECHIGA RAMIREZ- WIELLA	BERNARDO
73-7720	39	305	GONZALEZ	BARRIOS	PABLO
71-5771		306	GONZALEZ	BELTRAN	RAMON
71-4618		307	GONZALEZ	BENAVIDES	RAUL
71-4618		307	GONZALEZ	BENAVIDES	RAUL G
73-7446		308	GONZALEZ	BURCIAGA	EMMANUEL
71-5346		309	GONZALEZ	CASTILLO	JULIO C.
71-5718		310	GONZALEZ	DE SEGOVIA	SUSANA
72-6378	20	311	GONZALEZ	FUENTES	GUSTAVO
72-6462		312	GONZALEZ	GALLEGOS	JOSE ANTONIO
72-6605		313	GONZALEZ	GARCIA	JESUS ALBERTO
		314	GONZALEZ	GARCIA	RODRIGO
71-5511		315	GONZALEZ	GONZALEZ	CARLOS ALBERTO
71-5538		316	GONZALEZ	GONZALEZ	DAVID ERNESTO
72-6527 / 72-7346	59	317	GONZALEZ	GONZALEZ	MARIO
71-5236		318	GONZALEZ	HERNANDEZ	JESUS
72-6527 / 72-7346	59	319	GONZALEZ	IBARRA	GUSTAVO
72-6932	15	320	GONZALEZ	IZAGUIRRE	NORMA ACACIA
71-4618		320	GONZALEZ	IZAGUIRRE	NORMA ACACIA
71-5715		321	GONZALEZ	MENDOZA	RODRIGO
71-5078		322	GONZALEZ	MORFIN	JOSE
71-5235		322	GONZALEZ	MORFIN	JOSE
71-5538		323	GONZALEZ	PALACIOS	KAREN YARELI
72-6915		324	GONZALEZ	PARAS	JOSE NATIVIDAD
72-7010		325	GONZALEZ	PEREZ	BLANCA LETICIA
72-7012		325	GONZALEZ	PEREZ	BLANCA LETICIA
72-6527 / 72-7346	59	326	GONZALEZ	REYES	ERNESTO

72-7038	2	327	GONZALEZ	ROBLES	SERGIO A.
71-5346		328	GONZALEZ	ROZADA	MARGARITA
72-7038	2	329	GONZALEZ	SALDIVAR	JOSE ANGEL
72-6040	49	330	GONZALEZ	SALINAS	CARLOS
72-6527 / 72-7346	59	331	GONZALEZ	SALINAS	JESUS MARIA
72-6462		332	GONZALEZ	SILVA	MYRTHALA
71-5236		333	GONZALEZ	TREVIÑO	JESUS HORACIO
71-5236	45	334	GONZALEZ	TREVIÑO	JOSE ANTONIO
71-5470		335	GONZALEZ	VIGUERAS	MARIA DE LA LUZ
71-5187		336	GONZALEZ	VILLARREAL	MARCELO
71-5095		337	GONZALEZ		NORMA
72-6915		337	GONZALEZ		NORMA
71-4618		338	GONZALEZ		RAUL
71-4618		338	GONZALEZ		RAUL
71-5168	7	339	GRAJEDA	ARREOLA	ROSA ELENA
72-7010		340	GUAJARDO	BURSIAN	MARTHA
72-7015	6	340	GUAJARDO	BURSIAN	MARTHA A.
72-7040	6	340	GUAJARDO	BURSIAN	MARTHA A.
71-5262		341	GUAJARDO	CANTU	GERARDO
71-4618		342	GUARDADO	MONTELONGO	ROBERTO
71-5095		342	GUARDADO	MONTELONGO	ROBERTO
71-5291		343	GUERRA	ESCOBAR	RAFAEL T.
73-7635	39	344	GUERRA	HERNANDEZ	KELLY LIZBETH
73-7451	7	345	GUERRA	MARTINEZ	LAURA ELENA
73-7452	7	345	GUERRA	MARTINEZ	LAURA ELENA
71-5470		346	GUERRA	OYERVIDES	RAFAEL HUMBERTO
71-5538		346	GUERRA	OYERVIDES	RAFAEL HUMBERTO
71-5346		347	GUERRA	R	GERARDO
72-6462	19	348	GUERRA	SEPULVEDA	EDUARDO SERVANDO
72-6492	19	348	GUERRA	SEPULVEDA	EDUARDO SERVANDO
72-6493	19	348	GUERRA	SEPULVEDA	EDUARDO SERVANDO
71-5159		348	GUERRA	SEPULVEDA	EDUARDO SERVANDO
72-7012		349	GUERRERO	HERNANDEZ	LORENA
71-5538		350	GUTIERREZ	BARRERA	JORGE
71-4618		351	GUTIERREZ	F	ALICIA
71-5346		352	GUTIERREZ	GARZA	DIANA
71-5236	69	353	GUTIERREZ	GONZALEZ	FERNANDO
71-5470		354	GUTIERREZ	MORALES	NATALIA
71-5291		355	GUTIERREZ	V.	FRANCISCO
72-7012		356	GUTIERREZ	ZAPATA	AURORA
72-7399	39	357	GUZMAN	CAZARES	ANDRES

72-7399	39	358	GUZMAN	ZAPATA	JOANA GRACIELA
72-6203	57	359	HAM	BECERRA	RICARDO
71-5538		360	HERNANDEZ	AGUIRRE	JOCELYN ESTEFANIA
73-7840	23	361	HERNANDEZ	ALVARADO	MARIA
71-5470		362	HERNANDEZ	BOCARD0	FELIX ALEJANDRO
72-7397		363	HERNANDEZ	DE LA TORRE	CECILIA
72-6040		364	HERNANDEZ	DUARTE	EVARISTO
71-4618		365	HERNANDEZ	GARCIA	ABDULIA
73-7635	39	366	HERNANDEZ	GOMEZ	YISHAR LIZBETH
71-4618		367	HERNANDEZ	GONZÁLEZ	MA TRINIDAD
71-5538		368	HERNANDEZ	GRIEGO	JOSE ANTONIO
72-6915		369	HERNANDEZ	HERNANDEZ	NATIVIDAD
73-7840		370	HERNANDEZ	MALDONADO	NICOLAS
72-6915		371	HERNANDEZ	MORENO	DEISY
72-6462		372	HERNANDEZ	MUÑOS	MARIA GUADALUPE
71-5511		373	HERNANDEZ	OCHOA	VEIRA YANETT
72-7011		374	HERNANDEZ	RAMIREZ	MARIO ALBERTO
72-6915		375	HERNANDEZ	REYES	GALILEO
71-5093		376	HERNANDEZ	SANCHEZ	GUSTAVO
71-5470		377	HERNANDEZ	SOTERO	MARENA BENITA
72-6040	49	378	HERNANDEZ	VILLARREAL	PATRICIA
72-6938	25	379	HERRERA	ARAGÓN	ALBERTO
71-5373		380	HERRERA	DUQUE	DIONISIO
72-7402	27	381	HERRERA	GARZA	MARIA CRISTINA
71-5538		382	HERRERA	SALAZAR	GABRIEL ANTONIO
72-6976	19	383	HINOJOSA	DIECK	MIRIAM
71-5159		383	HINOJOSA	DIECK	MIRIAM
73-7446		384	HINOJOSA	M	ENRIQUE
72-7397		385	HINOJOSA	SEPULVEDA	URSINO
71-4618		386	HINOJOSA	VALENCIA	AIDE M
72-7040	6	387	HOLGUIN	AGUIRRE	JUAN CARLOS
72-7399	6	387	HOLGUIN	AGUIRRE	JUAN CARLOS
72-7010		387	HOLGUIN	AGUIRRE	JUAN CARLOS
73-7795		388	HUERTA	TREVIÑO	ISRAEL
72-6065		389	HURTADO	LEIJA	GREGORIO
72-6527 / 72-7346	59	390	HURTADO	PEREZ	JOAQUIN
71-5470		391	IBÁÑEZ	TREVIÑO	ROBERTO ABRAHAM
71-5334	26	392	IBARRA	GONZALEZ	LUIS
71-4618		393	IBARRA	SALAZAR	JESUS
72-7402	27	394	IBARRA	VILLA	ANTONIO
71-5771	27	394	IBARRA	VILLA	ANTONIO

71-5168	7	395	IGLESIAS	GONZALEZ	LEONARDO
72-6040	49	396	ISLAS	HERNANDEZ	JUAN RAUL
72-7397		397	JARAMILLO	ESQUIVEL	ANASTASIA
71-5222		398	JASSO	VARGAS	JOSE LUIS
71-5346	70	399	JAUREGUI	HINTZE	CARLOS AUGUSTO
71-5262	70	399	JAUREGUI	HINTZE	CARLOS AUGUSTO
72-6167		400	JUAREZ	ARGUELLAS	ALBERTO
72-7038	2	401	JUAREZ	VALDEZ	BENITO
72-7038	2	402	JURADO	SANDOVAL	NICOLAS
71-5679		403	KURI	GUIRADO	FERNANDO
72-7015	6	404	LARRAGA	MARTINEZ	MOISES
72-7040	6	404	LARRAGA	MARTINEZ	MOISES
72-7010		404	LARRAGA	MARTINEZ	MOISES
72-7012		404	LARRAGA	MARTINEZ	MOISES
71-5716		405	LAZCANO	RODRIGUEZ	JAVIER ALEJANDRO
71-5538		406	LAZO	GONZALEZ	CARLOS ALBERTO
71-5781		407	LEAL	BUENFIL	RUBEN
71-4618		408	LEAL	CANTU	MARIA DOLORES
71-5755		408	LEAL	CANTU	MARIA DOLORES
72-6915		409	LEAL	PUERTA	ALICIA
71-5470		410	LEAL	RODRIGUEZ	MARCO ANTONIO
71-5781		411	LEAL		ERNESTO ARTURO
71-4618		412	LECHUGA	SILVA	IGNACIO ARMANDO
72-6040	49	413	LEIJA	RODRIGUEZ	YELISA SOFIA
72-6775		414	LEON	RUIZ	JOEL
72-6915		415	LEOS	MORALES	JENNY
71-5346		416	LING	SALAS	ANGEL
72-6040		417	LOPEZ	FLORES	JOSE
71-5470		418	LOPEZ	HERNANDEZ	JOEL EDUARDO
72-7286		419	LOPEZ	REYNA	ISAAC
72-6976	19	420	LOPEZ	RUIZ	LUIS DANIEL
72-6895		421	LOPEZ	SANCHEZ	ROGELIO
72-6298	10	422	LOPEZ	VALERO	JOSE MANUEL
73-7451	7	423	LOZANO	GARZA DE VILLARREAL	ERNESTINA
73-7452	7	423	LOZANO	GARZA DE VILLARREAL	ERNESTINA
71-5470		424	LOZANO	MARTINEZ	MARIA LILIAN
71-5236	65	425	LOZANO	MORALES	JORGE
71-5538		426	LOZANO	ROBLEDO	RAUL FRANCISCO
72-6527 / 72-7346	59	427	LUGO	SERRANO	JOSE VICENTE
71-5222		428	LUNA	CANSINO	ANTONIA

72-6462		429	MACIAS	A	CARLOS
72-6462		430	MACIAS	CORONADO	BASILIO
72-6527 / 72-7346	59	431	MACIAS	DE LA CRUZ	JOSE CIRIACO
72-6462		432	MACIAS	ROMERO	MA. EUGENIA
71-5797		433	MADERO	LOBEIRA	PILAR
71-5373		434	MADERO	QUIROGA	ADALBERTO ARTURO
71-5717		434	MADERO	QUIROGA	ADALBERTO ARTURO
71-5720		434	MADERO	QUIROGA	ADALBERTO ARTURO
72-7397		435	MADRID	MONTES	JOSEFINA
71-5222		436	MALDONADO	DE LEON	HILARIO
72-7038	2	437	MALDONADO	DIAZ	LINO A.
71-5470		438	MALDONADO	GUTIERREZ	PEDRO
71-5090		439	MALDONADO	MARTINEZ	CANDELARIO
72-6462		440	MARBAN	OLIVA	SUSANA
71-4618	62	441	MARCOS	HANDAL	GILBERTO
71-5039	62	441	MARCOS	HANDAL	GILBERTO
71-5187	62	441	MARCOS	HANDAL	GILBERTO
72-6936	62	441	MARCOS	HANDAL	GILBERTO
71-5373		442	MARGAIN	BERLANGA	FERNANDO
71-5679		442	MARGAIN	BERLANGA	FERNANDO
72-6462		443	MARISCAL	SANCHEZ	NANCY EDITH
71-5221	67	444	MARQUEZ	VALDEZ	ABIGAI
73-7446		445	MARQUEZ	SAUCEDO	MARCO ANTONIO
71-5781		446	MARROQUIN	CANTU	ANGIE
72-7015	6	447	MARROQUIN	ESCAMILLA	FERNANDO
72-7040	6	447	MARROQUIN	ESCAMILLA	FERNANDO
72-7012		447	MARROQUIN	ESCAMILLA	FERNANDO
72-7010		447	MARROQUIN	ESCAMILLA	FERNANDO
71-5470		448	MARTEL	MUÑOZ	CARLOS
71-5182		449	MARTINEZ	CARDENAS	ATALA
71-4618		450	MARTINEZ	CORTEZ	HILARIO
72-7397		451	MARTINEZ	ESPINOSA	MA.DEL CARMEN
71-5519		452	MARTINEZ	ESQUIVEL	PEDRO
71-5608		452	MARTINEZ	ESQUIVEL	PEDRO
72-6895		452	MARTINEZ	ESQUIVEL	PEDRO
72-7391	28	453	MARTINEZ	GARZA	JULIO CESAR
72-7402	28	453	MARTINEZ	GARZA	JULIO CESAR
72-6203	30	454	MARTINEZ	GARZA	MINERVA
71-5182		454	MARTINEZ	GARZA	MINERVA
73-7840	30	454	MARTINEZ	GARZA	MINERVA E.
71-5470		455	MARTINEZ	HERNANDEZ	MARIA ISABEL

71-5538		456	MARTINEZ	HERNANDEZ	MARIA JOSE
71-5712		457	MARTINEZ	LOERA	BENITO
71-5373		458	MARTINEZ	LOPEZ	MARGARITA
72-6040	50	459	MARTINEZ	LOZANO	GABINO
71-5346		460	MARTINEZ	M	SOFIA E.
72-7040	6	461	MARTINEZ	MARTINEZ	ELIZABETH
72-7397		462	MARTINEZ	MORENO	LAURA
71-4618		463	MARTINEZ	PORTO	CECILIO
72-7012		464	MARTINEZ	RODRIGUEZ	PILAR
72-6527 / 72-7346	59	465	MARTINEZ	RUELAS	ALEJANDRO
72-6527 / 72-7346	59	466	MARTINEZ	SALAS	JUAN ANTONIO
71-5222		467	MARTINEZ	SALAZAR	MARIA ESPERANZA
72-6040		468	MARTINEZ	T	MAGDALENA
72-6938		469	MARTINEZ	TIJERINA	ARMANDO
72-6915		470	MARTINEZ		ADRIAN
72-6462		471	MARTINEZ		RAFAEL
73-7635	11	472	MARTINEZ		RAMIRO
72-6915		473	MAZA	RAMOS	RUBEN
71-5717		474	MEDINA	DE LA CRUZ	RODRIGO
72-6915		474	MEDINA	DE LA CRUZ	RODRIGO
71-5182		475	MEDINA	ORTIZ	SOFIA GUADALUPE
71-5159		476	MEDINA	PEREZ	ALEJANDRO
71-4618		477	MEDINA	SOTO	CARLOS EDUARDO
71-5511		478	MEDINA	VIEZCA	ALEYDA ALEJANDRA
72-5999		479	MEDINA	VILLARREAL	ANWAR ISRAEL
72-6000		479	MEDINA	VILLARREAL	ANWAR ISRAEL
72-6001		479	MEDINA	VILLARREAL	ANWAR ISRAEL
72-6002		479	MEDINA	VILLARREAL	ANWAR ISRAEL
72-6003		479	MEDINA	VILLARREAL	ANWAR ISRAEL
72-6004		479	MEDINA	VILLARREAL	ANWAR ISRAEL
71-4618		480	MEDRANO	MEZA	MA JULIA
72-6462		481	MEJIA	ARAGON	ALMA GUADALUPE
71-5095		482	MEJIA	DE MARQUEDA	MARIA DE JESUS
71-4618		482	MEJIA	MARQUEDA	MARIA DE JESUS
71-4618		483	MELLENDEZ	RODRIGUEZ	ALMA DELIA
71-5342		484	MENDEZ	HERNANDEZ	JESUS ANTONIO
71-5470		485	MENDEZ	MARTINEZ	MELVA ADRIANA
72-7038	2	486	MENDEZ	PEREZ	ALFONSO
71-4618		487	MENDOZA	BENAVIDES	VICENTE
73-7451	7	488	MENDOZA	CARDENAS	HECTOR A.

71-5087	14	489	MENDOZA	DE LA CRUZ	RICARDA
71-5796	14	489	MENDOZA	DE LA CRUZ	RICARDA
73-7458	14	489	MENDOZA	DE LA CRUZ	RICARDA
73-7767	14	489	MENDOZA	DE LA CRUZ	RICARDA
72-6527 / 72-7346	59	490	MENDOZA	LARA	CRECENCIO
71-5538		491	MENDOZA	MEDINA	PERLA IRIS TADEA
72-6462		492	MENDOZA	RODRIGUEZ	RAQUEL
72-6932	15	493	MENDOZA	SCHIETEKAT	CECILIA
71-5538		494	MEZA	ARELLANO	SARA ELIA
73-7451	7	495	MEZA	ELIZONDO	JOSE ISABEL
73-7452	7	496	MEZA	ELIZONDO	JOSE ISABEL
71-5470		497	MEZA	ORTIZ	ELENA ELIZABETH
71-5382	12	498	MIJARES	TORRES	GUILLERMO CARLOS
72-5901	12	498	MIJARES	TORRES	GUILLERMO CARLOS
72-6984	12	498	MIJARES	TORRES	GUILLERMO CARLOS
72-7069	12	498	MIJARES	TORRES	GUILLERMO CARLOS
72-7384	12	498	MIJARES	TORRES	GUILLERMO CARLOS
71-5346		499	MOGAS	ACOSTA	NIEVES
71-4618		500	MOLINA	NAVEJAR	LEONEL
72-6462		501	MONCADA	REYES	OMAR A
72-6984	12	502	MONCAYO	GONZALEZ	SERGIO ANTONIO
72-7069	12	502	MONCAYO	GONZALEZ	SERGIO ANTONIO
72-7384	12	502	MONCAYO	GONZALEZ	SERGIO ANTONIO
72-5901	12	502	MONCAYO	GONZALEZ	SERGIO ANTONIO
72-6605		503	MONROY	FRAUSTRO	RODRIGO
72-5999		504	MONTALVO	SIORDA	MARIANA
72-6000		504	MONTALVO	SIORDA	MARIANA
72-6001		504	MONTALVO	SIORDA	MARIANA
72-6002		504	MONTALVO	SIORDA	MARIANA
72-6003		504	MONTALVO	SIORDA	MARIANA
72-6004		504	MONTALVO	SIORDA	MARIANA
72-6462		505	MONTEMAYOR		ROGELIO
71-5715		506	MONTES	ESPINO-BARROS	FELIPE DE JESUS
72-7286		506	MONTES	ESPINO-BARROS	FELIPE DE JESUS
71-5346		507	MONTIEL	AMOROSO	GILBERTO
71-5236		508	MONTOYA	ORTEGA	MANUEL
73-7635	11	509	MONTOYA		MAXIMILIANO
72-6462		510	MORALES	ALVAREZ	ZENIA LUDIVINA
71-5470		511	MORALES	CUEVA	JORGE EDUARDO
71-4618	42	512	MORALES	ELIZONDO	CONSUELO
72-6915	42	512	MORALES	ELIZONDO	CONSUELO

71-5095	42	512	MORALES	ELIZONDO	CONSUELO
72-6938	30, 42	512	MORALES	ELIZONDO	CONSUELO GLORIA
72-6932	15	513	MORALES	GARDUÑO	MANUEL
72-6849 / 72-6973	31	514	MORALES	HERNANDEZ	RAYMUNDO
72-7069	31	514	MORALES	HERNANDEZ	RAYMUNDO
72-7402	31	514	MORALES	HERNANDEZ	RAYMUNDO
73-7508	31	514	MORALES	HERNANDEZ	RAYMUNDO
73-7478	33	515	MORALES	NAVARRO	JOSE ABRAHAM
72-6462		516	MORALES	TORRES	MICHEL
71-4618		517	MORALES		MARIO A
72-6462		518	MORANTES	GARCIA	SYLVIA DINORAH
71-5236		519	MOREIRA	RODRIGUEZ	HECTOR
71-5221	67	520	MORENO	CISNEROS	SUHEIDI
71-5182		521	MORENO	GONZALEZ	ROSA ELIA
72-6462		522	MORENO	MENDEZ	MARTIN
72-6462		523	MORENO	OLVERA	JORGE
71-5470		524	MORENO	SALDAÑA	ANGELINA
71-4618		525	MORENO	TORRES	MARTHA ALICIA
72-6915		526	MOTA		MARIAURORA
71-5222		527	MUÑIZ	ORTIZ	ABAD ESAU
72-7015	6	528	MUÑOZ	HURTADO	KARLA
72-7040	6	528	MUÑOZ	HURTADO	KARLA
72-7010		528	MUÑOZ	HURTADO	KARLA
72-7012		528	MUÑOZ	HURTADO	KARLA
72-7397		529	MUÑOZ	OBREGON	MARIA ISABEL
71-5538		530	MUÑOZ	OVIEDO	CARLOS FRANCISCO
72-6462		531	MUÑOZ	VIELMAS	JERZAIN
71-5182	72	532	MURAIRA	CONTRERAS	OSCAR
73-7730		533	NARVAEZ	CAZARES	LUIS FERNANDO
72-7069	32	534	NARVAEZ	TIJERINA	MARIA
72-6932	15	535	NAVA	CASTILLO	JUANA MARIA
71-5470		536	NAVA	MERCADO	MAYELA ALEJANDRA
72-7038	2	537	NAVA	ORTIZ	LAUREANO
72-7015	6	538	NAVA	RAMIREZ	MARTIN ISRAEL
72-7040	6	539	NAVA	RAMIREZ	MARTIN ISRAEL
71-5551		540	NAVARRO	GARZA DE MARTINEZ	ALICIA
72-7402	27	541	NAVARRO	GONZALEZ	HECTOR F.
72-7038	2	542	no legible	NAVA	GERARDO ISMAEL
72-6915		543	no legible	no legible	ANA CECILIA
72-7010		544	no legible	no legible	ARTURO

72-7012		544	no legible	no legible	ARTURO
72-6915		545	no legible	no legible	CARLOS
71-4618		546	no legible	no legible	EVERARDO
72-7015	6	N/A	no legible	no legible	no legible
71-4618		N/A	no legible	no legible	no legible
72-6915		N/A	no legible	no legible	no legible
72-6915		547	no legible	no legible	PEDRO
71-4618		548	no legible		GABRIEL
72-6915		549	NOYOLA	C.	JAIME
71-4618		550	NOYOLA	CEDILLO	JAIME
72-6040		551	NUÑEZ	CERDA	EPIFANIO
72-6933	34	552	NUÑEZ	GONZALEZ	GREGORIO
72-7397		553	NUÑEZ	HINOJOSA	MARIA EUGENIA
73-7795		554	OCAÑAS	GONZALEZ	ABEL
71-5291		555	OCAÑAS	MENDEZ	ENRIQUE
71-4618		556	OCHOA	TREVIÑO	IRMA
71-5095		556	OCHOA	TREVIÑO	IRMA
72-6932	15	556	OCHOA	TREVIÑO	IRMA ALMA
71-5766		556	OCHOA	TREVIÑO	IRMA ALMA
71-5470		557	OCHOA	TREVIÑO	MARIA DE LOS ANGELES
72-6040		558	OLIVARES	G	JUAN MANUEL
72-6462		559	ONTIVEROS	MORALES	MARIO HUMBERTO
72-7286		560	ORDOÑEZ	RIVAS	PAULINO
73-7446		561	OROZCO	RUIZ	AZUCENA ALEJANDRINA
71-5222		562	ORTA	PONCE	NATALIA
72-7402		563	ORTIZ	CARDENAS	BENJAMIN
71-5470		564	ORTIZ	CERVANTES	ADRIANA DEL CARMEN
71-5221	67	565	ORTIZ	ESPINOSA	JAIR ORLANDO
72-6915		566	ORTIZ	R	ELIZABETH DEL ROCIO
71-5222		567	ORTIZ	SANCHEZ	MARIA FELICITAS
72-6605		568	OVALLE	BUSTOS	HECTOR
71-5470		569	PACHECO	VILLARREAL	AGUSTIN
72-7402		570	PADILLA	MARTINEZ	HECTOR
71-4618		571	PALACIOS	A	ANA MA
73-7795		572	PALACIOS	GARCIA	JESUS ANGEL
72-6462		573	PALACIOS	SEGOVIA	YAHARESI
72-6915		574	PALMA	PEREZ	JOSE MANUEL
72-6203		575	PALOMARES	ALONSO	MARIA GUADALUPE
73-7620	43	576	PALOMINO	GARZA	ALBERTO
73-7720	39	577	PAREDES	FLORES	ANIBAL ALEJANDRO
71-5373		578	PAZ	FERNANDEZ	JAIME RAFAEL

71-5291		579	PEÑA	ADAME	OSCAR
72-6040	49	580	PEÑA	GARZA	EUGENIO
71-5221	67	581	PERALES	QUIJAS	JUAN MANUEL
72-6936		582	PEREZ	CANO	JESUS
72-6984	12	583	PEREZ	EIMBCKE	MARIA EUGENIA
72-7069	12	583	PEREZ	EIMBCKE	MARIA EUGENIA
72-7384	12	583	PEREZ	EIMBCKE	MARIA EUGENIA
73-7770	12	583	PEREZ	EIMBCKE	MARIA EUGENIA
71-5718		584	PEREZ	ESCOBAR	GONZALO
72-6915		585	PEREZ	ESPARZA	J. DAVID
71-5294	68	586	PEREZ	GONGORA	JUAN CARLOS
72-6936		587	PEREZ	GONZALEZ	JOSE LUIS
71-5718		588	PEREZ	MADERO DE SADA	CECILIA
71-5168		588	PEREZ	MADERO DE SADA	CECILIA
71-5182		588	PEREZ	MADERO DE SADA	CECILIA
72-7397		589	PEREZ	MONJE	PATRICIA
72-6286	53	590	PEREZ	ORTEGA	OMAR ORLANDO
71-5291		591	PEREZ	RODRIGUEZ	ABELARDO
73-7459		592	PEREZ	ZAVALA	SERGIO ANDRES
72-7397		593	PINEDA	SANTILLAN	SUILMA
71-5345	51	594	PINEDA	GARZA	NORA ANGELICA
71-5382	12	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
72-5901	12	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
72-6984	12	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
72-7069	12	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
72-7384	12	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
73-7770	12	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
71-5346	69	595	PLANCARTE	DE LA GARZA	RODRIGO
71-5449		596	PLATAS	GAMEZ	MIGUEL ANGEL
71-5346		597	PRIETO	DE LA FUENTE	JAVIER
71-4618		598	PUENTE	IBARRA	ISABEL
71-5222		598	PUENTE	IBARRA	ISABEL
72-7391	24	599	PUENTE	LEDEZMA	JULIO CESAR
72-7402	24	599	PUENTE	LEDEZMA	JULIO CESAR
73-7840	24	599	PUENTE	LEDEZMA	JULIO CESAR
72-6938		600	PUENTE		PATRICIA DOLORES
72-7012		601	PUENTES	GONZALEZ	AMADA
71-4618		602	QUINTANILLA	IBARRA	ANGEL
71-5236		603	QUINTERO	FLORES	RAUL
72-7038	2	604	QUIROGA	DE LOS SANTOS	GERARDO
72-6938	30	605	RACZYNSKA		AGNIESZKA

71-5538		606	RAMIREZ	BENAVIDES	IVAN ANTONIO
71-5538		607	RAMIREZ	BENAVIDES	ORLANDO ISACC
72-6462		608	RAMIREZ	C	MARIO A
71-5088		609	RAMIREZ	CERDA	ANA MARIA
72-7038	2	610	RAMIREZ	MARTINEZ	MARTIN
71-5717		611	RAMIREZ	PUENTE	CAMILO
71-5456	71	612	RAMON	LOZANO	JOSE A
71-5727		613	RAMOS	UREÑA	JORGE ALBERTO
71-5771		614	RANGEL	DE LEON	MAGDALENA DE LA PAZ
72-7040	6	615	RANGEL	HERNANDEZ	MARIA TEREZA
71-5456		616	RANGEL	no legible	RAUL
71-5236		617	RANGEL	SOSTMAN	RAFAEL
71-4618		618	RENTERIA	R	MAGDALENA
71-5294		619	REYES	GARZA	SALVADOR
72-7038	2	620	REYES	MARTINEZ	JOSE EVARISTO
72-6040	49	621	REYES	MENDOZA	RICARDO
71-4618		622	REYES	RAMIREZ	JOSUE
72-6915		623	REYES		AQUILEO
71-4618		624	REYNA	BALDERAS	JUAN CARLOS
72-6462		625	REYNA	CAVAZOS	FABIOLA
72-7286		626	REYNA	GARCIA	OVIDIO
72-6462		627	REYNA	JIMENEZ	GABRIELA ALEJANDRA
71-4618		628	RICO		JOSE
71-5538		629	RIOS	BARCENA	SELENNE
73-7451	7	630	RIOS	CASTRO	FRANCISCO
73-7452	7	630	RIOS	CASTRO	FRANCISCO
72-6040	49	630	RIOS	CASTRO	FRANCISCO
72-6462		631	RIOS	ADAME	ARISTEO
73-7795		632	RIVAS	GARCIA	FRANCISCO JAVIER
72-6462		633	RIVAS	LOMBERA	JOSE ANTONIO
71-5470		633	RIVAS	LOMBERA	JOSE ANTONIO EDUARDO
72-6462		633	RIVAS	LOMBERA	JOSE ANTONIO
71-5538		633	RIVAS	LOMBERA	JOSE ANTONIO EDUARDO
72-7069	46	634	RIVERA	CARRILLO	PABLO
72-6462		635	RIVERA	GARZA	JORGE ARTURO
71-5456	70	636	RIVERA	MORENO	ALFREDO JAIME
71-5262	70	636	RIVERA	MORENO	ALFREDO JAIME
72-6462		637	RIVERA	RAMIREZ	ERIKA
72-6605		638	RIVERA	VALDEZ	ADRIAN
72-7286		639	RIVERO	ROMERO	XITLALLY
72-6936		640	RIVERO	SANTOS	JOSE MANUEL

71-5792		641	ROBLEDO	LEAL	ALFONSO
71-5771		642	ROBLES	ZULAICA	RENE ANTONIO
72-6203		642	ROBLES	ZULAICA	RENE ANTONIO
72-7069		643	ROCHA	NUÑEZ	EDUARDO
71-5346		644	ROCHA	MALDONADO	HECTOR
72-7402		645	RODRIGUEZ	ALEMAN	MA. ROSA
71-5291		646	RODRIGUEZ	ARIZPE	ISACC
71-5291		647	RODRIGUEZ	CAMPOS	ISMAEL
71-5511		648	RODRIGUEZ	CAVAZOS	DULCE MARIA
72-6527 / 72-7346	59	649	RODRIGUEZ	CISNEROS	JUAN
72-6065		650	RODRIGUEZ	DAVILA	ALFREDO
71-5797		651	RODRIGUEZ	FLORES	DORA ESTHELA
72-6462		652	RODRIGUEZ	FLORES	SILVIA EDITH
72-6915		653	RODRIGUEZ	GONZALEZ	ERIKA
71-5771		654	RODRIGUEZ	GONZALEZ	GUADALUPE
72-6527 / 72-7346	59	655	RODRIGUEZ	GONZALEZ	JOSE RODOLFO
72-6527 / 72-7346	59	656	RODRIGUEZ	GUADIANA	ALESKAR SANTOS
72-7038	2	657	RODRIGUEZ	no legible	EDMUNDO
72-6915		658	RODRIGUEZ	no legible	EDUVIGUES
72-7038	2	659	RODRIGUEZ	no legible	JULIO
71-5137		660	RODRIGUEZ	PLATAS	MARIO ALBERTO
71-5138		660	RODRIGUEZ	PLATAS	MARIO ALBERTO
72-5994		660	RODRIGUEZ	PLATAS	MARIO ALBERTO
72-6915		660	RODRIGUEZ	PLATAS	MARIO ALBERTO
72-6915		660	RODRIGUEZ	PLATAS	MARIO ALBERTO
72-7286		661	RODRIGUEZ	RODRIGUEZ	JORGE ANTONIO
71-5451		662	RODRIGUEZ	SAAVEDRA	KAREN ANAI
71-5470		663	RODRIGUEZ	TIJERINA	MAYRA PATRICIA
72-7012		664	RODRIGUEZ	TREVIÑO	DALIA
72-7040	6	665	RODRIGUEZ	TREVIÑO	DALIA
71-5771		666	RODRIGUEZ	TREVIÑO	JOSE ALFREDO
73-7478	33	667	RODRIGUEZ	ZALETA	MARCO ANTONIO
72-6915		668	RODRIGUEZ	ZARDENETA	YESSEL
72-6462		669	RODRIGUEZ		LUIS
71-4618		670	RODRIGUEZ		PABLO
72-6462		671	RODRIGUEZ		PABLO
71-5470		672	ROJAS	CASTAÑON	JAIR ADRIAN
73-7720	39	673	ROJO	MARTINEZ	DARINKA MARIANA
71-5222		674	ROQUE	LUNA	JUAN
72-6462		675	ROSALES	PARADA	EDGAR

71-4618		676	RUBIO	RUBIO	NEREIDA
72-6527 / 72-7346	59	677	RUIZ	ESCAMILLA	JOSE ANGEL
71-5796	14	678	RUIZ	HUERTA	LEONOR
72-7040	6	679	RUIZ	SANDOVAL	ELIZABETH
72-7015	6	679	RUIZ	SANDOVAL	ELIZABETH
72-7010		679	RUIZ	SANDOVAL	ELIZABETH
71-5346		680	SADA	DIAZ DE LEON	ALFREDO RICARDO
71-5538		681	SAENZ	BARRERA	ANA GABRIELA
71-5538		682	SAENZ	GRACIA	CARLOS
72-6040	50	683	GUZMAN	GOMEZ	BLANCA HERMINIA
71-5182		684	SALAS	SILVA	CARLOS
72-7286		685	SALAZAR	DIAZ	ARMANDINA YAREZI
71-4618		686	SALAZAR	MENDOZA	DANIEL
71-5755	35	687	SALDIVAR	PAZ	MIRNA ISABEL
72-6942 / 72-7346	35	687	SALDIVAR	PAZ	MIRNA ISABEL
71-5470		688	SALDIVAR	SANTOS	ERICK ALEJANDRO
71-5087	53	689	SALGADO	ALMAGUER	ZEFERINO
71-5187	53	689	SALGADO	ALMAGUER	ZEFERINO
71-5373	53	689	SALGADO	ALMAGUER	ZEFERINO
71-5460	53	689	SALGADO	ALMAGUER	ZEFERINO
72-6976	19	690	SALGADO	CARMONA	VICTOR EDUARDO
72-7397		6991	SALINAS	CORONADO	MOISES
72-6298	10	692	SALINAS	PADILLA	JOSE ROBERTO
73-7450	10	692	SALINAS	PADILLA	JOSE ROBERTO
72-6286	53	693	SALINAS	WOLBERG	HERNAN
72-7015	6	694	SALVATIERRA	BACHUR	EDGAR
72-7010		694	SALVATIERRA	BACHUR	EDGAR
72-7012		694	SALVATIERRA	BACHUR	EDGAR
71-5470		695	SANCHEZ	GARZA	CYNTHIA BERENICE
71-5222		696	SANCHEZ	GULLIEN	JUANA ALICIA
71-5346		697	SANCHEZ	M	MA. EUGENIA
72-6040		698	SANCHEZ	MATAMOROS	JUAN
71-5538		699	SANCHEZ	REYES	JORGE ALEXIS
72-6915		700	SANCHEZ	REYNA	LIZ
73-7446		701	SANCHEZ	RODRIGUEZ	GUILLERMO EMILIANO
71-4618		702	SANCHEZ	ROJAS	NORA LILIA
71-5182		703	SANCHEZ	SANCHEZ	EDELMIRO
71-4618		704	SANDOVAL	ADAME	BLANCA NELLY
71-5719	49, 74	705	SANDOVAL	OBREGON	JOSE LUIS
72-6040	49,	705	SANDOVAL	OBREGON	JOSE LUIS

	74				
72-6605		706	SANDOVAL	VALDEZ	JUAN E
72-6169		707	SANTANA	DE LA ROSA	PEDRO DE JESUS
72-7015	6	708	SANTIAGO	SOSA	MONICA
72-7040	6	708	SANTIAGO	SOSA	MONICA
71-5456		709	SANTOS	CANTU	CESAR
71-5456		709	SANTOS	CANTU	CESAR
71-5551			SANTOS	DE HOYOS	ALBERTO (gepd)
71-5781		710	SANTOS	GARCIA	CESAR
72-7038	2	711	SANTOS	L	HERIBERTO DANTE
72-6775		712	SAUCEDA	LUIS	ARMANDO GERARDO
71-4618		713	SAUCEDA	TEJEDA	SILVERIO
71-5222		713	SAUCEDA	TEJEDA	SILVERIO
72-7038	2	714	SAUCEDA	TREVIÑO	JOSE FRANCISCO
72-5900	48	715	SAUCEDO	LUGO	CARLOS ALBERTO
72-6462		716	SAUCEDO	OVALLE	ELIZABETH
71-5456	69	717	SAUCEDO	RODRIGUEZ	MARIO
71-5797		718	SECO	PUTZ	RICARD
73-7446		719	SEGURA	CAMPOS	JAVIER
72-7391	27	720	SEPULVEDA	PONCE	JAVIER
72-7402	27	720	SEPULVEDA	PONCE	JAVIER
71-5771	28	720	SEPULVEDA	PONCE	JAVIER
72-7287	17	721	SERNA	DE LEON	CESAR ALBERTO
71-4618		722	SERNA	OCHOA	ENEDA
72-7287	17	723	SERNA	SERVIN	AGUSTIN
71-5470		724	SERNA	VEGA	RAFAEL ALEJANDRO
73-7450	10	725	SERVIN	GAYTAN	ELIAS
72-6462		726	SIERRA	CARRILLO	FERNANDO ALONSO
71-5470		727	SIERRA	DE LA PEÑA	MANUEL RODOLFO
72-6462		728	SIFUENTES		FRANCISCO
71-5382	12	729	SILVA	MORIN	LUZ AMPARO
72-5901	12	729	SILVA	MORIN	LUZ AMPARO
71-5221	67	730	SILVA	OSUNA	BERTHA ANGELICA
72-7040	6	731	SILVA	SILVA	VICTOR HUGO
72-7010		731	SILVA	SILVA	VICTOR HUGO
72-6040	49	732	SOLIS	GARZA	HEXIQUIO
71-5470		733	SOLIS	JUAREZ	MARICELA
72-6915		734	SOLIS	no legible	EULALIO
72-6040	49	735	SOLIS	SAENZ	ARNULFO
73-7840	49	735	SOLIS	SAENZ	ARNULFO
73-7478	33	736	SOLIS	URIBE	FRANCISCO HUMBERTO

71-4618		737	SOTO	DE LA FTE	JAVIER ALEJANDRO
71-5087	14	738	SOTO	MORALES	MARIA GUADALUPE
72-6462		739	SOTO		JESUS
72-7038	2	740	SOTO		JUAN DE DIOS
71-5153		741	SUAREZ	LICONA	EMILIO
71-5230		741	SUAREZ	LICONA	EMILIO
71-5733		742	SUAREZ	LICONA	EMILIO
71-5781		743	SUSARREY	FLORES	LUIS
72-6286		743	SUSARREY	FLORES	LUIS
72-6040	49	744	TAFOYA	SOLORIO	HECTOR
71-5470		745	TAMAYO	DERAI	OCTAVIO JAVIER
71-5346		746	TAMEZ	GUERRA	REYES S.
71-4618	62	747	TAPIA	SALINAS	CLAUDIO
71-5039	62	747	TAPIA	SALINAS	CLAUDIO
72-6915	62	747	TAPIA	SALINAS	CLAUDIO
72-6915		748	TAPIA	VELAZQUEZ	DAVID
71-4618		749	TEJA	C	ALFONSO
71-5182		750	TELLEZ	LOPEZ	ARNOLDO
71-5718		750	TELLEZ	LOPEZ	ARNOLDO
72-6040	49	751	TENEYUQUE	QUIROZ	RAUDEL
71-5291		752	TIJERINA	AGUILAR	HECTOR
71-5771		753	TIJERINA	CANTU	JESUS RENE
71-5159		754	TIJERINA	GONZALEZ	LIANA ZANDRA
71-5470		755	TIJERINA	VELAZQUEZ	GUILLERMO EVARISTO
71-5538		756	TORRES	BULNES	ELVIN
72-6462		757	TORRES	CRUZ	ADAN CANDELARIO
71-5262		758	TORRES	ESTRADA	PEDRO
71-4618		759	TORRES	HERNANDEZ	LUIS ARMANDO
71-5095		759	TORRES	HERNANDEZ	LUIS ARMANDO
71-5470		760	TORRES	MACIAS	JORGE ALBERTO
72-6462		761	TORRES	REYNA	MENAUT
72-6915		762	TORRES	ACOSTA	MA. DE LOURDES
71-5236	66	763	TOUSSAINT	ELOSUA	FEDERICO
72-6040		764	TOVALIN	CASTILLO	ANGEL SEDIC
72-6932	15	764	TOVALIN	CASTILLO	ANGEL SENDIC
71-5221	67	765	TOVAR	HERNANDEZ	PABLO MISAEL
72-7370		766	TOVAR	PEÑA	MARIA FELIPA
71-5373		767	TREVIÑO	CANTU	HERIBERTO
71-5771		768	TREVIÑO	FLORES	SALVADOR
73-7452	7	769	TREVIÑO	GARZA	ADOLFO JOSE
72-6203	7	769	TREVIÑO	GARZA	ADOLFO JOSE

71-5771	7	769	TREVIÑO	GARZA	ADOLFO JOSE
71-5346		770	TREVIÑO	GUTIERREZ	ROMELIA
71-5714		771	TREVIÑO	HERNANDEZ	JOSE RAYMUNDO
71-5262		772	TREVIÑO	MONTEMAYOR	JAVIER
71-5456		773	TREVIÑO	RIVERA	MAURICIO
71-5236		774	TREVIÑO	VEGA	BLANCA
72-7402	31	775	TREVIÑO	DE LA GARZA	NANCY
72-7015	6	776	TREVIÑO	GARZA	DALIA RODRIGUEZ
73-7635	11	777	TREVIÑO	NUÑEZ	ORLANDO
72-7286		778	TREVIÑO	SANCHEZ	FELIX JONATHAN
72-7038	2	779	TREVIÑO	TRISTAN	ERNESTO
72-6605		780	URIBE	JASSO	RUBEN
71-5538		781	VACA	MORALEAS	REYNA NAZAREA
71-5373		782	VALADEZ	ARRAMBIDE	GUADALUPE ALEJANDRO
71-5470		783	VALDERAS	CARRILLO	JOSEFINA
71-5114		784	VALDES	MADERO	GUSTAVO
72-6462		785	VALDES	MEDINA	KARLA ALEJANDRA
72-6462		786	VALDES	SAUCEDO	HECTOR MANUEL
72-6157	51	787	VALDES	VALDES	NEIDY
71-5345	51	787	VALDES	VALDEZ	NEYDI
72-7015	6	788	VALDEVINOS	RAMIREZ	DYDIA
72-6932	15	789	VALDEZ	JIMENEZ	NORA ELSA
72-5999		789	VALDEZ	MENDOZA	EDUARDO DAMIAN
72-6000		790	VALDEZ	MENDOZA	EDUARDO DAMIAN
72-6001		790	VALDEZ	MENDOZA	EDUARDO DAMIAN
72-6002		790	VALDEZ	MENDOZA	EDUARDO DAMIAN
72-6003		790	VALDEZ	MENDOZA	EDUARDO DAMIAN
72-6004		790	VALDEZ	MENDOZA	EDUARDO DAMIAN
72-7286		791	VALDEZ	RODRIGUEZ	LUIS ALBERTO
71-5470		792	VALDIVIESO	SEPULVEDA	IVONNE
71-4618		793	VALERO	SOLIS	EUSTACIO
71-5087	14	794	VANEGAS	GARZA	GREGORIO
71-5796	14	794	VANEGAS	GARZA	GREGORIO
73-7458	14	794	VANEGAS	GARZA	GREGORIO
73-7767	14	794	VANEGAS	GARZA	GREGORIO
73-7458	14	795	VANEGAS	MENCHACA	JACOBO AUGUSTO
71-5087	14	795	VANEGAS	MENCHACA	JACOBO AUGUSTO
71-5796	14	795	VANEGAS	MENCHACA	JACOBO AUGUSTO
73-7767	14	795	VANEGAS	MENCHACA	JACOBO AUGUSTO
71-5087	14	796	VANEGAS	MENCHACA	YURI SALOMON
71-5796	14	796	VANEGAS	MENCHACA	YURI SALOMON

73-7458	14	796	VANEGAS	MENCHACA	YURI SALOMON
73-7767	14	796	VANEGAS	MENCHACA	YURI SALOMON
72-6976	19	797	VARELA	MARTINEZ	CLAUDIA PATRICIA
72-6936		798	VARGAS	GIREUD	JOSE
72-6915		799	VASQUEZ		JORGE ALBERTO
71-5719	74	800	VAZQUEZ	PAYAN	LUIS GERARDO
71-5538		801	VAZQUEZ	SOSA	JUAN ANTONIO
71-4618		802	VAZQUEZ		EFREN
71-5095		802	VAZQUEZ		EFREN
72-7038	2	803	VAZQUEZ		JESUS AUGUSTO
73-7451	7	804	VELAZQUEZ	SANCHEZ	LUZ MARIA
73-7452	7	804	VELAZQUEZ	SANCHEZ	LUZ MARIA
72-6286	53	805	VELAZQUEZ	VALDEZ	BRENDA
73-7446		806	VIDALES	LANE	KARLA VERONICA
71-4618		807	VILLA	LOREDO	JUAN
71-5039	62	808	VILLAESCUSA	ARVIZU	LUIS FRANCISO
72-6913/ 72-6936	62	808	VILLAESCUSA	ARVIZU	LUIS FRANCISO
72-6936	62	808	VILLAESCUSA	ARVIZU	LUIS FRANCISO
71-5470		809	VILLAGOMEZ	ARECHIGA	JORGE EDUARDO
72-6462		810	VILLALOBOS		PEDRO
71-5222		811	VILLANUEVA	ARMENDARIZ	VICTORIA
72-6166		812	VILLANUEVA	CEDILLO	JUAN ANTONIO
71-5222		813	VILLANUEVA	RIVERA	HERLINDO
72-6462		814	VILLANUEVA	RODRIGUEZ	EDUARDO JAVIER
71-5456		815	VILLANUEVA		EMILIO
71-4618		816	VILLANUEVA		JUANITA
72-6040		817	VILLANUEVA		SILVANO
71-5771	52	818	VILLARREAL	ALVAREZ	CAMILO
72-6203	52	818	VILLARREAL	ALVAREZ	CAMILO
71-5262		819	VILLARREAL	BACCO	JUVENTINO
72-7038	2	820	VILLARREAL	DE LA GARZA	ALBERTO
72-5901	12	820	VILLARREAL	DE LA GARZA	GILBERTO ROGELIO
71-5382	12	820	VILLARREAL	DE LA GARZA	GILBERTO ROGELIO
72-7274		821	VILLARREAL	DE LA GARZA	RAMIRO
71-5797		822	VILLARREAL	ESCAMILLA	REYNALDO
71-5346		823	VILLARREAL	H.	RUTH
71-4618	49	824	VILLARREAL	LANDEROS	ENESTO
72-6040	49	824	VILLARREAL	LANDEROS	ERNESTO
71-5218		825	VILLARREAL	VILLARREAL	JOSE HELENO
71-5182		826	VILLASANA	GUTIERREZ	MARGARITA
72-6915		827	VILLEGAS	RODRIGUEZ	JACINTA

72-6915		828	VILLEGAS		MAURICIO
72-7397		829	WYMAN	LEROY	PYLANT ALLEN
73-7793		829	YANOME	YESAKI	MAURICIO
71-5346		830	YAÑEZ	GONZALEZ	DAVID
71-5236		831	ZACARIAS	VILLARREAL	JESUS
71-5803		832	ZAMARRIPA	RIVAS	MARTHA OFELIA
71-5236		834	ZAMBRANO	BENITEZ	ENRIQUE
72-6915		835	ZAMBRANO	MEDINA	FARITH
72-6932	15	835	ZAMBRANO	MEDINA	FARITH FRANCISCO
71-5456	69	836	ZAMBRANO	VILLARREAL	GUILLERMO MANUEL
71-5262	69	836	ZAMBRANO	VILLARREAL	GUILLERMO MANUEL
72-6160		837	ZAMORA	ELIZONDO	MARIA DOLORES
71-5168	7	838	ZAPATA	LEAL	ROSALINDA
71-4618			ZAPATA	NARVAEZ	IGNACIO (¿fallecido?)
72-6915			ZAPATA	NARVAEZ	IGNACIO (¿fallecido?)
71-5346		839	ZAPATA	RODRIGUEZ	FATIMA
71-5095		840	ZAPATA		IGNACIO
72-6831	56	841	ZARATE	MARTINEZ	MIGUEL OSWALDO
72-6929	56	841	ZARATE	MARTINEZ	MIGUEL OSWALDO
71-4618		842	ZARATE	S	ENRIQUE
71-5797		843	ZAVALA	DE ALBA	MANUEL
73-7796		844	ZAVALA	DE ALBA	LUIS EDUARDO
72-6462		845	ZAVALA	NUÑEZ	FROYLAN
72-6605		846	ZAVALA	R.	ANA
72-6462		847	ZAVALA	SANCHEZ	EDGAR
71-4618		848	ZULEMA	GARCIA	NANCY
72-6462		849	ZUÑIGA	CISNEROS	PERLA CELESTE
71-5797		850	ZUÑIGA	CORTES	LILIA
71-5538		851	ZUÑIGA	DE LEON	OSCAR NICOLAS
71-5168	7	852	ZUÑIGA	DEL CAMPO	ENRIQUE
72-6462	19	853	ZUÑIGA	GONZALEZ	VICTOR AURELIO
72-6492	19	853	ZUÑIGA	GONZALEZ	VICTOR AURELIO
72-6493	19	853	ZUÑIGA	GONZALEZ	VICTOR AURELIO
71-5159		853	ZUÑIGA	GONZALEZ	VICTOR AURELIO
72-7014		854	ZUÑIGA		GUADALUPE
72-6936		855	ZUÑIGA		MARIA GUADALUPE

Anexo 5. Diversos oficios enviados para solicitar información e invitar a participar en el llenado de la encuesta

-
- ⁱ Por ejemplo, la medición de fenómenos complejos como la productividad de un grupo de personas que desarrollan software y la medición de la calidad del software desarrollado.
- ⁱⁱ Estos autores se refieren al parlamento, asamblea o congreso el cual tiene facultades legislativas, es decir, el órgano de representación popular que toma decisiones y le da dirección a un Gobierno Nacional.
- ⁱⁱⁱ Ideario, Estatutos y Reglamentos. En México, estos documentos son obligatorios para los partidos al momento de solicitar su registro ante la autoridad electoral. (Diputados, COFIPE, 2008) Artículo 22 apartado 5, 24 y 25.
- ^{iv} Apud. (Panebianco, 1979). Imperativi organizzativi, conflitti interni e ideologia nei partiti comunisti. Revista italiana di Scienza Política, III. Pp511-536. En (Panebianco, 1990:32)
- ^v Este concepto se deriva de la teoría del poder como una relación de intercambio. Para mejores referencias bibliográficas, ver (Panebianco, 1990:p64).
- ^{vi} Apud. (Panebianco, 1979). Imperativi organizzativi, conflitti interni e ideologia nei partiti comunisti. Revista italiana di Scienza Política, III. Pp511-536. En (Panebianco, 1990:32)
- ^{vii} Según Panebianco las zonas de incertidumbre de un partido político son seis: La competencia, la gestión de las relaciones con el entorno, las comunicaciones internas, las reglas formales, la financiación de la organización y el reclutamiento (Panebianco, 1990:84).
- ^{viii} En este caso Sartori hace un examen de las minorías y específicamente se refiere a las minorías que participan en la democracia vertical, que su poder está sustentado en el control político, cuando su recurso de base es una posición política y que afecta a las decisiones de los autores de la política (Sartori, 1988:p182-183).
- ^{ix} El título "Grados de Participación" ha sido tomado tal cual de (Duverger, 1951:p120)
- ^x Más adelante se explica qué se entiende como miembro de un Partido. Por otro lado, el término «miembro potencial» es una inferencia personal hecha en base a la experiencia y por la revisión de la literatura.
- ^{xi} (Guardado, 2009:p144). Establece una metodología, utilizada por CIDE-CSES, para diferenciar entre personas con identificación partidista "fuerte", "débil", "independiente" y "con o sin identidad".
- ^{xii} (Duverger, 1951:p93) Aquí Duverger hace notar las diferencias entre partidos de masas y de cuadros, señalando que la definición y contabilidad de miembros no es cuestión de tamaño, sino de estructura organizacional.
- ^{xiii} Este concepto se deriva de la teoría del poder como una relación de intercambio. Para mejores referencias bibliográficas, ver (Panebianco, 1990:p64).
- ^{xiv} Este concepto se deriva de la teoría del poder como una relación de intercambio. Para mejores referencias bibliográficas, ver (Panebianco, 1990:p64).
- ^{xv} Finalmente, Panebianco menciona los incentivos colectivos como incentivos de «identidad» como aquellos que se vinculan con los fines oficiales de la organización, y como incentivos selectivos menciona a aquellos que son «materiales y de estatus». Para una mejor comprensión de estos conceptos ver (Panebianco, 1990:p67-69).
- ^{xvi} Son aquellos factores que en caso de no ser controlados, amenazarían o podrían amenazar la supervivencia de la organización y/o la estabilidad de su orden interno. (Panebianco, 1990:p65). En el caso de un partido político, las zonas de incertidumbre son seis: La competencia, la gestión de las relaciones con el entorno, las comunicaciones internas, las reglas formales, la financiación de la organización y el reclutamiento (Panebianco, 1990:p84-89)
- ^{xvii} Esta línea ideal es de tipo heurística, es decir, en base a nuestra experiencia y la inferencia por la revisión de la literatura.
- ^{xviii} Las otras dos categorías con las que Duverger explica lo «lazos de solidaridad» son: La comunidad (*Gemeinschaft*) y la sociedad (*Gesellschaft*).
- ^{xix} (Duverger, 1951:p46-69) señala que son cuatro las formas de organización interna de los partidos políticos: Comité, sección, célula y milicia, a los cuales denominó «los elementos de base».
- ^{xx} Apud. Conger & Kanungo (1988), Thomas and Velthouse (1990). En (Thomas, Jansen, & Tymon jr., 1997)
- ^{xxi} (Duverger, 1951: p35-42) Hace una distinción entre los partidos afiliación directa e indirecta. Le llamó estructura directa e indirecta.
- ^{xxii} Sumando poco o nada de confianza en los partidos políticos
- ^{xxiii} Sumando poco o nada de interés en la política.
- ^{xxiv} Esta clasificación es de tipo heurística es decir, en base a nuestra experiencia. La mantendremos hasta que encontremos algún estudio que provea base teórica.
- ^{xxv} Se denomina elección intermedia cuando únicamente se renueva a la cámara de diputados y elección general cuando se renueva a la cámara de diputados, la de senadores y presidente de la república.
- ^{xxvi} El término «simpatizante negativo» es una inferencia personal hecha en base a la experiencia y por la revisión de la literatura. Lo mantendremos hasta que encontremos un término que tenga sustento teórico. En términos de investigación, donde es deseable no utilizar palabras con carga emocional, se buscará que la palabra «negativo» sea cambiada por otra.