



Casa abierta al tiempo

**Universidad Autónoma Metropolitana**

*Unidad Iztapalapa*

---

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN  
PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA  
MEDICIÓN SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ  
OBRADOR

T E S I S I N A  
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIADO EN  
C I E N C I A P O L Í T I C A  
PRESENTA

**DALIA SOFÍA GRANADOS REYES**

MATRÍCULA: 201327693

ASESOR (A):  
**DR. MARTÍN MORA LEDESMA**

LECTOR (A):  
**MTRO. MANUEL LARROSA  
HARO**

*Iztapalapa, Ciudad de México, Abril, 2007*

## ÍNDICE

“LA CONNOTACIÓN POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN” .....	8
MODELO CONDUCTISTA .....	12
LOS ENFOQUES MARXISTAS Y CRITICOS .....	14
ENFOQUE SISTÉMICO .....	16
<i>OPINIÓN PÚBLICA</i> .....	22
MARCO TEÓRICO .....	22
<i>COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA</i> .....	37
<i>EL CASO MEXICANO</i> .....	37
CASO PRÁCTICO .....	39
ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA .....	53
ANÁLISIS DE DATOS ESTADÍSTICOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA .....	57
INTERPRETACIÓN DE LAS FRECUENCIAS DE RESPUESTAS ALCANZADAS EN LA ENCUESTA PARA MEDIR LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR. ....	62
RESULTADOS GENERALES .....	82
RESULTADOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA .....	84
RESULTADOS DE OPINIÓN PÚBLICA .....	85
<i>CONCLUSIONES</i> .....	87

## INTRODUCCIÓN

La Comunicación resulta ser un proceso demasiado complejo, desde los griegos, se han discutido los planteamientos sobre la comunicación que se da entre nosotros los humanos, y no es para menos, el acto de hablar no implica que exista comunicación.

Justifico la creación de esta tesina, porque para el estudio de la Ciencia Política, resulta de suma importancia conocer los procesos mediante los cuales se da la comunicación entre gobernantes y gobernados, es decir estudiar el fenómeno del poder, como se ejerce ese poder desde el gobierno hacia la sociedad y como responde la sociedad ante ese poder ejercido sobre ellos, si bien es claro, que no todas las sociedades son iguales, ni presentan los mismos ambientes sociales, económicos y políticos. Todos esos aspectos coyunturales son los que deben tomarse en cuenta desde el punto de vista de la Ciencia Política.

La importancia de esta tesina, desde el ámbito social, se dió porque la sociedad ha generado una acción pasiva frente a los retos que la democracia nos ha venido imponiendo, la globalización ha ejercido un poder impresionante, en el sentido de mediatizar a la sociedad y tratar de crear un ambiente global, los medios de comunicación han sobrepasado, desde mi punto de vista, de comunicadores a mediatizadores, es decir, imponen una razón válida según ellos, para imponer una idea y en muchas ocasiones formar una ideología que marque a la sociedad y crear asimismo una opinión pública y mover a las masas, es decir, que la sociedad actúe según sea el interés de los grupos que intervengan en el poder.

La comunicación es ya de por sí un proceso complejo, tratándose de comunicación política, resulta más complejo aún, y es que, como se verá a lo largo del desarrollo de esta tesina, existen teóricos que plantean a la comunicación política como un factor favorable propia de los tiempos modernos, y otros que simplemente la ven como un instrumento del capitalismo para manejar a las masas y crear un espacio público que

favorezca a sus intereses. Sin embargo, más allá de eso la comunicación política es la comunicación que existe entre la sociedad y el sistema político, nuestra intención en este estudio, es identificar que tipo de comunicación es la que se maneja en nuestro sistema político, buena, mala, o regular, para ello nos auxiliaremos con una serie de preguntas organizadas en una encuesta que nos ayudará a medir la comunicación política y la opinión pública.

La Comunicación Política se desarrolla en varias ramas, una de las más importantes es la Opinión Pública, que es la opinión de muchos sobre un tema en particular, pero ¿por que es importante la opinión pública?, ¿como se forma?, ¿cómo se mide la opinión pública?.

Para conocer todo lo anterior comenzamos con un breve marco teórico sobre qué es la comunicación política, donde planteamos las diversas corrientes que existen sobre ésta, así como su marco histórico, para conocer un poco más sobre sus principios y como es que la Ciencia Política tomo como parte de su estudio a la Comunicación Política y la ha desarrollado.

Como lo dice el título de la tesina, parte importantísima de ella lo es también la Opinión Pública, rama de la Comunicación Política, igualmente nos planteamos el mismo marco histórico y teórico que con la comunicación política.

Desarrollaremos también un enlace entre la Comunicación Política y la Opinión Pública para ver como es que el estudio de la una lleva a la otra y de ahí desprender el tema principal de esta tesina que es la aplicación al caso mexicano, más específicamente, la aplicación de una encuesta para conocer como es el proceso de comunicación política en nuestro sistema político y cuál es la opinión pública sobre Andrés Manuel López Obrador, trataremos de ver, de forma muy breve dentro de las conclusiones como es que la mediatización de los medios de comunicación repercutió en la sociedad de manera determinante para la sociedad.

Aplicaremos una encuesta que nos ayudará a determinar lo que ya anteriormente exprese, y se hará un cálculo sencillo para dar a conocer los resultados que obtengamos.

Más allá de los resultados favorables o no que obtengamos, es importante hacer una reflexión sobre la comunicación en general, y es que cada vez son

más los distractores que impiden a las personas comunicarse unas con otras, lo mismo sucede en el sistema político, y es que gobernantes y gobernados deben trabajar siempre a la par para llegar a un bienestar común, y nada puede llevar a eso, si no es a través de la comunicación.

Como formación universitaria y como estudiosos de las ciencias sociales, el tema de esta tesina es importante, porque en este tema intervienen muchos factores que atañen a la sociedad, más allá de los propios que integran a la Ciencia Política y es que para poder hacer este estudio fueron necesarios analizar varios puntos, como datos estadísticos, análisis coyunturales, estudio de ambientes sociales, además de un marco teórico que nos explique como es que la teoría puede darnos una explicación de los ambientes sociales. Desde mi punto de vista, los políticos han dado un descrédito innecesario a todo lo que los teóricos en algún momento plantearon para un tema en particular, argumentando que la teoría y la praxis nunca han llevado una unión, creo que esto es erróneo, en este estudio me di cuenta que efectivamente en los ambientes sociales todo tiene un porque, tal vez un factor influya en la forma en la que se pensó, o tal vez de una forma contraria, pero siempre encontraremos que para toda causa existe una reacción.

Mi interés personal en el tema de esta tesina se dio porque en este proceso político que fueron las elecciones y desde casi dos años antes se dieron alrededor de este personaje tan controvertido como lo es Andrés Manuel López Obrador, fueron muchas las situaciones que enmarcaron a este personaje y que lo llevaron en varias ocasiones a estar en la Opinión Pública de la sociedad, ya sea para bien o para mal, pero siempre presente, como el más destacado de los candidatos presidenciales. En primer lugar estas elecciones son históricas en México, ya que para incipiente democracia que se da en nuestro país el margen de victoria entre los dos candidatos más fuertes fueron muy cerrados, de aproximadamente 500,000 votos, lo que significa menos del 1% votación, en segundo lugar, la reacción de la sociedad fue impresionante, movilizaciones, actos de resistencia que no tiene precedentes en nuestro país, y en tercer lugar, la campaña negra que para todos fue muy evidente, el servicio de Estado a favorecer al candidato “oficial” propio de los tiempos priistas y la falta de

parcialidad por parte de los medios de comunicación, de comunicadores muy reconocidos que tiraron por el suelo su imagen y sirvieron a un solo interés fue lo que creó mi determinación por ahondar en este tema.

Más allá de los colores partidistas que puedan reconocernos como de uno u otro bando, la parcialidad y la objetividad es algo que no podemos dejar de lado, y creo que en estas elecciones fue muy claro la forma en la que los engranajes del Estado se movieron para favorecer a un solo grupo con intereses muy fuertes, cuando en un país de más de cien millones de mexicanos es imperdonable pensar en el bienestar de unos cuantos y dejar a las cifras de millones a la deriva.

## CAPÍTULO 1

### 1. COMUNICACIÓN POLÍTICA

#### 1.1. MARCO TEÓRICO

Para entender la comunicación política, debemos entender ¿qué es la comunicación?. La comunicación es una conducta propia de la vida humana, y más concretamente es un proceso que se desarrolla entre los seres humanos, y que contiene una serie de códigos y significados. En su forma más simple, podemos identificar el proceso de comunicación cuando existe un emisor, un mensaje y un receptor, asumiendo que durante el proceso que se efectúa entre cada componente del proceso, se encuentra la Codificación. Lo anterior podemos identificarlo en el siguiente diagrama:



- *El emisor: instituciones manejadas por personas especializadas*
- *El receptor: grupo numeroso, heterogéneo y disperso*
- *El canal: recursos tecnológicos (prensa, radio, cine, etc.)*
- *El mensaje: contenidos simbólicos (Moragas. 1984. 26)*

El proceso comunicativo, es inherente al ser humano y ha servido como vía de desarrollo de las sociedades, convirtiéndolas paulatinamente en sociedades más desarrolladas. Podemos entonces decir que la comunicación, en su acepción más general, ha servido para que las relaciones sociales se faciliten.

Así pues, podemos decir que “Comunicar consiste en participar el conocimiento y la experiencia. Lo que nos rodea, lo que somos o lo que sabemos se hace común”. (Guajardo. 1994. 33).

Con todo lo anterior, podemos afirmar que la comunicación tiene un papel muy importante en el desarrollo de la vida misma, por lo mismo, ahora debemos incluir el término de comunicación social, el cual será fundamental para este estudio.

La comunicación social comprende formas muy elementales que corresponden únicamente al ser humano, como lo son la palabra, el traslado, y la escritura, así, vemos que la primera que nació fue el habla, para después traducir esta en escritura, y por último el traslado, para poder cumplir del todo con el proceso comunicativo.

“El intercambio de palabras es característica humana. La voz y el escrito que hoy utilizamos en la relación diaria tiene variantes en evolución y partieron de antecedentes que aun hoy persisten: la interjección, el grito, el murmullo, el gesto, la mímica y los movimientos corporales.

La comunicación social tiene en la conversación hablada y escrita su esencia.” (Guajardo. 1994. 34)

Con el paso del tiempo, la comunicación social ha adquirido sus propios medios, formas y procesos para que el proceso comunicativo sea de mayor importancia. En la modernidad, los medio de la comunicación social han adquirido gran importancia, pero además, estos medios formas y procesos propios de la comunicación han logrado que la comunicación tenga distintas acepciones, como la comunicación política, la cual veremos con mucho mayor detenimiento en las siguientes páginas. Los principales medios de la comunicación social son cuatro: cine, prensa, radio y televisión. Estos medios, no son inventos del hombre contemporáneo, sino que provienen de transformaciones sociológicas que han logrado la creación de los medios masivos de comunicación:

- a) *La prensa.- Relacionada en sus comienzos con la civilización del libro y del impreso*
- b) *El cine.- Consecuencia de la fotografía, con su carácter de creación artística y recreación colectiva*

- c) *La radiofonía, o sea la telefonía electrónica sin hilos que hace posible la transmisión de la palabra de un extremo al otro del mundo*
- d) *La televisión, que recapitula en sí las cuatro técnicas y cuyo desarrollo influye en condiciones de vida y actitudes sociales<sup>1</sup>*

Lo anterior nos resume, como la socialización de la comunicación, ha ido creando sus propios medios para penetrar en diversas sociedades,

Como ya lo habíamos mencionado antes, la comunicación no solo lleva consigo la connotación de social, también existe la comunicación educativa, la comunicación plural y la comunicación política entre otros, y esta última la que tomaremos enseguida como nuestro punto de partida para investigar cuales han sido las teorías que se han desarrollado a partir de la comunicación política.

El hombre utiliza la comunicación con el objetivo de persuadir a sus semejantes a seguir ciertos criterios (valores, normas, principios). Es decir, ha hecho política a través de la comunicación.

## ***1.2. LA CONNOTACIÓN POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN***

Bien es sabido, que desde la prehistoria, los antiguos tenían forma de comunicarse entre ellos, no solo mediante el idioma, lo cual es una teoría de Platón al explicar que los seres humanos tenemos un aparato respiratorio, que induce al habla, así como un aparato auditivo, para escuchar lo que nos dicen, es así que Platón asume que el ser humano habla por naturaleza, por lo tanto es un animal político (zoon politikon). Si desde la prehistoria, se habla ya, de relaciones en las cuales se involucran a otros seres humanos, es decir, para que la comunicación pueda existir forzosamente se necesitan como mínimo dos personas, es así que las relaciones con otra gente comienzan a darse, por tanto van creciendo dentro de una comunidad. Así con el avance del tiempo, nos damos cuenta que la comunicación se va ir

---

<sup>1</sup> Hourdin, G. en Guajardo, H. 1994. *Teoría de la Comunicación Social*. México: Ed. Gernika, p. 42.

dando dependiendo de cómo los líderes políticos se desarrollen en sus comunidades, y con ello me refiero al manejo de la retórica, la elocuencia y otras habilidades propias de los líderes políticos, lo cual por supuesto también se ve como un avance en la vida política de los pueblos.

La comunicación en su perspectiva política, tiende a buscar un mejor entendimiento entre los sectores que componen a la sociedad y entre ésta y su gobierno, además tratará de propiciar un sano equilibrio entre los medios de comunicación, vigilando que éstos cumplan con su cometido.

Debemos tener bien claro, que la comunicación y la política han estado siempre ligadas una a la otra, ya que la comunicación eficiente ha permitido que se logre una mejor organización de la sociedad.

Nos referimos a la política como “la ciencia que estudia las relaciones entre los ciudadanos y el Estado” (Seldon. 1996. 112). Esta relación no es posible sin la participación de la comunicación, sea de forma directa o no, es decir, en la democracia moderna podemos entender la vida política como un gran sistema de diálogos.

Entendemos por Comunicación Política al proceso de códigos y significados que se encuentran involucrados dentro del sistema político. Ésta ha sido tomada como el eje conductor sobre el cual se van desarrollando las sociedades democráticas, ya que es ella quien busca dotar de legitimidad al sistema político.

“La comunicación política ha sido definida, por ejemplo, como <<el intercambio de símbolos o mensajes que con un significativo alcance han sido compartidos por, o tienen consecuencias para el funcionamiento de los sistemas políticos” (Monzón. 1996. 218)

Asimismo para Fagen, “una actividad comunicacional se considera política en virtud de las consecuencias, actuales y potenciales, que ésta tiene para el funcionamiento del sistema político.

D. Nimo sostiene que una comunicación puede ser considerada política en virtud de las consecuencias que regulan la conducta humana bajo ciertas condiciones de conflicto.

Blake y Haroldsen, entienden por tal aquella comunicación que conlleva actuales o potenciales efectos sobre el funcionamiento de un estado político u otra entidad política”<sup>2</sup>

“La discusión que requiere la generación de consensos, y que irremediablemente pasa por periodos donde predominan los disensos, sólo es concebible en un escenario político donde fluya libremente las comunicaciones políticas de los principales actores sociales, que bien puede contravenir la esencia del discurso del poder, y donde tengan cabida las demandas y críticas de una sociedad civil que pudiera expresarse de manera independiente, de los comunicados de los actores políticos más representativos de la sociedad” (Montesinos.2001.1).

“ Definimos a la comunicación política como el espacio en que intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política, y que son los partidos políticos, los periodistas y la opinión pública a través de sondeos” (Wolton.1998.31)

Si tomamos en cuenta lo que ya habíamos mencionado arriba acerca de los medios o las formas que tiene la comunicación, y en particular la comunicación política (medios de difusión masiva), vemos que estos juegan un papel muy importante para la sociedad, y es que han sido ellos los encargados de crear el proceso de comunicación que el sistema necesita para su sobrevivencia, me refiero a que son los medios en conjunción con la comunicación política los encargados de crear una ideología y un discurso de poder sobre la sociedad, sobre el cual se ira rigiendo la política que se desarrolle dentro del sistema político.

Con base en lo anterior, nos surge la tesis que fundamenta la ideología de izquierda, donde se habla de un servicio de los medios de comunicación hacia la clase dominante (clase política, principalmente).

“Los medios son un poderosos aparato educativo, no en el limitado sentido de suministro de conocimientos y de información, sino que en el mucho más importante y profundo de orientación y formación hacia una forma de

---

<sup>2</sup> Autores citados por Monzón, C.1996, en su libro *Opinión Pública y Comunicación Política*. Madrid: Ed.tecnos, p. 218

vida; transmitiendo en suma una ideología, educando para la creación y mantenimiento del tipo de hombre necesario para la estructura dominante...su función concreta es la formación de un hombre determinado en función de los intereses dominantes del medio del que se traten” (Guinsberg.1988. 29-30)

Expliquemos pues, lo que tenemos: la comunicación política nace como una serie de códigos y significados que se dan en un ambiente donde la democracia predomina. La comunicación por tanto crea una construcción de la personalidad en el individuo, lo cual si hablamos de un colectivo, se convierte en una identidad política. Asimismo, los medios asumen su papel, y por medio de ellos es creada la ideología, lo cual nuevamente en el colectivo va a significar la creación de una cultura política.

Ahora debemos adentrarnos en lo que comprende la comunicación política y es momento de precisar que la comunicación política tiene entre sus principales temas, la formación de la opinión pública, el marketing político y muchos otros temas que sean relacionados con las campañas políticas y los procesos electorales.

Según Cándido Monzón, la comunicación política se ha desarrollado con base en los siguientes puntos:

1. El análisis retórico: El cual se basa en el análisis de los símbolos como elementos que se perciben y que influyen en la realidad, así como el análisis del discurso.
2. El análisis de la propaganda: Se refiere en específico para saber que es lo que interesa expresar como forma de crear una ideología o de persuadir a la gente.
3. Los estudios sobre cambio de actitudes: Se refiere a la influencia que se recibe del medio para que la sociedad se comporte de tal o cual manera
4. Los estudios electorales: En últimos tiempos, la comunicación política ha sido entendida como un semejante de campañas políticas, sin embargo, esto no se desarrolla así. Evidentemente la comunicación política incluye en su estudio a las campañas electorales en función de los medios.

5. El análisis de la relación entre el gobierno y los medios de comunicación: En relación con la creación de la ideología que los medios tienen como tarea fundamental.
6. El origen del análisis funcional y sistémico: Estas como dos grandes corrientes a partir de las cuales la comunicación política irá asumiendo su papel.
7. Los cambios tecnológicos sufridos: si la comunicación política se ha valido de sus formas y medios para lograr su expansión, no podemos esperar que siga funcionando como en la década de los cuarenta, (durante la segunda guerra mundial), sino se han innovado nuevos medios de comunicación, lo cual hace que los avances tecnológicos, traigan también un beneficio hacia todos los entes, incluso en lo referente al comportamiento social.

Tomemos el punto número seis y analicemos los modelos aplicados a la ciencia política, entre los cuales se destaca el modelo conductista, el modelo marxista, los modelos funcional y el modelo sistémico.

### ***1.3. MODELO CONDUCTISTA***

En el modelo conductista, tenemos como principal teórico a H. D. Laswell. El modelo conductista tiene al estímulo o entrada (input) y a la respuesta o salida (output), como principales nociones para entender este modelo. El enfoque conductista por tanto, solo considera lo puramente observable, además de contener en si un enfoque psicológico que analiza el estudio de la comunicación y que se basa en las siguientes preguntas:

¿Quién? → Comunicador

¿Dice qué? → Mensaje

¿En qué canal? → Medio

¿A quién? → Receptor

¿Con qué efecto? → Efecto que produce

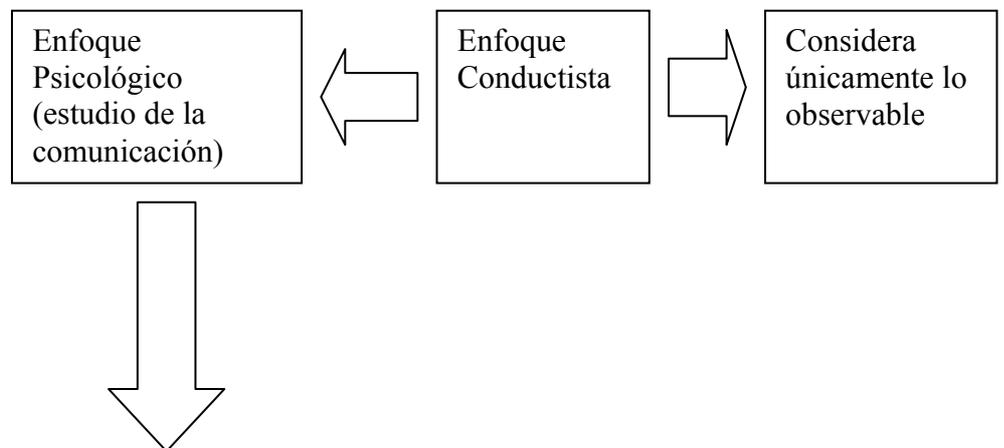
Así pues, el enfoque conductista ha tenido innumerables críticas debido a que no considera cambios en el sistema político, dentro de este modelo, los

medios de comunicación no tienen un papel tan importante como lo habíamos planteado anteriormente.

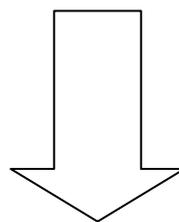
### ENFOQUE CONDUCTISTA

ESTÍMULO → INPUT (ENTRADA)

RESPUESTA → OUTPUT (SALIDA)



¿Quién?	¿Dice qué?	¿En qué canal?	¿A quién?	¿Con qué efecto?
Comunicador	Mensaje	Medio	Receptor	Efecto



- CRÍTICAS**
- ♣ No considera los cambios en el sistema político
  - ♣ Los modelos de comunicación no juegan un papel ideológico

#### ***1.4. LOS ENFOQUES MARXISTAS Y CRITICOS***

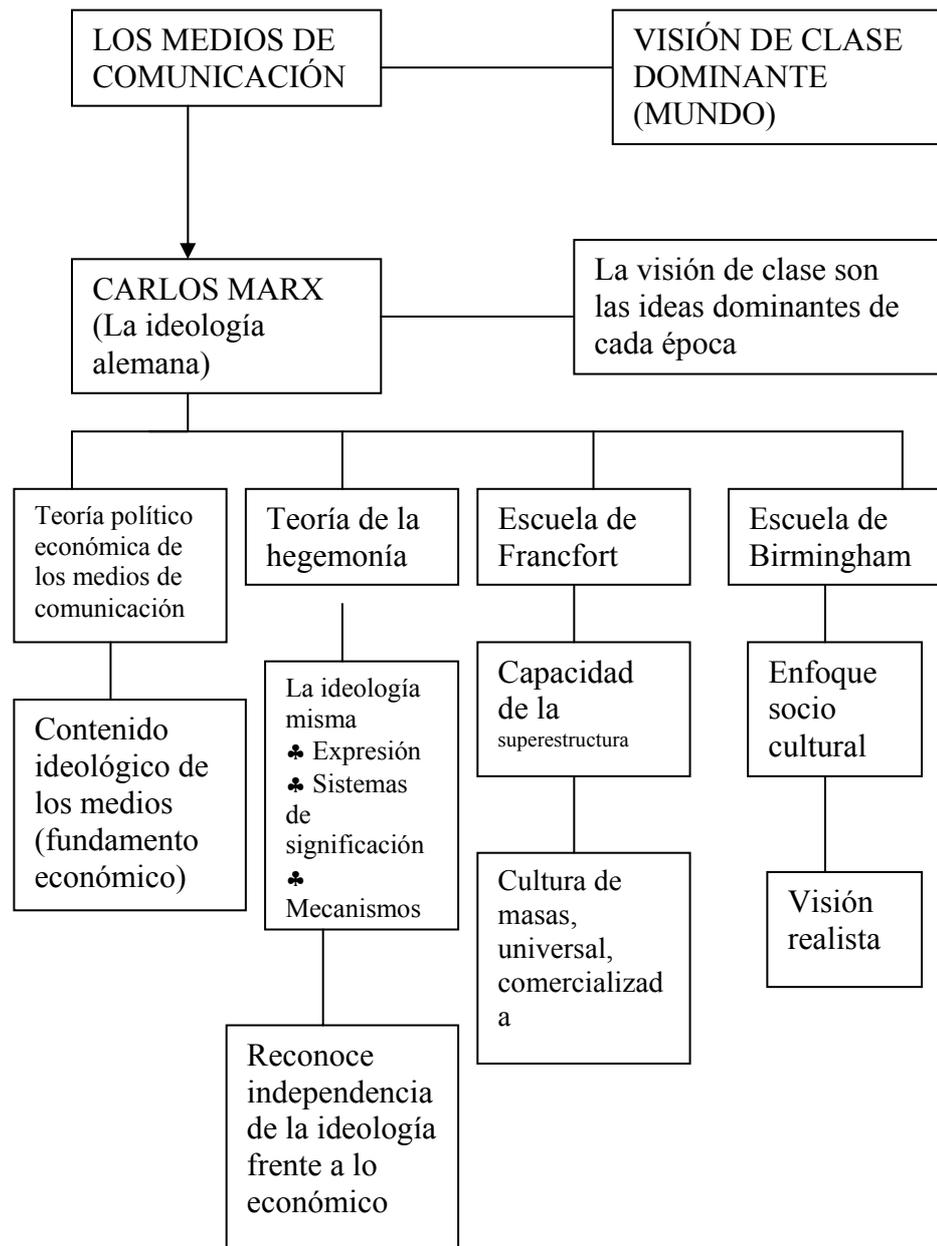
Como ya los habíamos mencionado arriba, dentro de la comunicación política existen corrientes que descartan el uso de la comunicación política como un signo de desarrollo de las sociedades democráticas, sino más bien es visto como una imperación de la ideología dominante, uno de sus críticos es Carlos Marx, quien ve la visión de la clase dominante, como la visión del mundo, además de desarrollar algunas teorías donde se ve a los medios de comunicación como entes económicos e ideológicos.

Encontramos también dentro de esta teoría a la Escuela de Francfort, quien nos sigue hablando en términos marxistas argumentando la existencia de una superestructura y como es que esta se va comercializando por medio de los medios.

Asimismo, la comunicación política ha tenido severas críticas en cuanto a los temas que componen su estudio, ya que incluso se ha llamado a la Comunicación política como un tema emergente para cubrir ciertas necesidades que la Ciencia Política tenía sobre algunos temas, es por ello, que en muchas ocasiones, la comunicación política es despreciada, por algunos intelectuales, viéndolo únicamente desde la perspectiva de la más fuerte de sus críticas y es que todos los temas, medios, y formas que contempla la comunicación política, son utilizados por la clase dominante para ejercer la misma ideología dominante sobre la sociedad.

Lo anterior con la principal excusa del estudio de las campañas políticas, sin embargo, en la modernidad, con los avances a la democracia, los sistemas políticos no pueden mantenerse distantes de las demandas de la sociedad, ya que esta se vuelve cada vez más especializada en el papel que juega dentro del Estado, por lo cual hace altas demandas sobre la necesidad de estar informado y saber lo que acontece.

## LOS ENFOQUES MARXISTAS Y CRITICOS



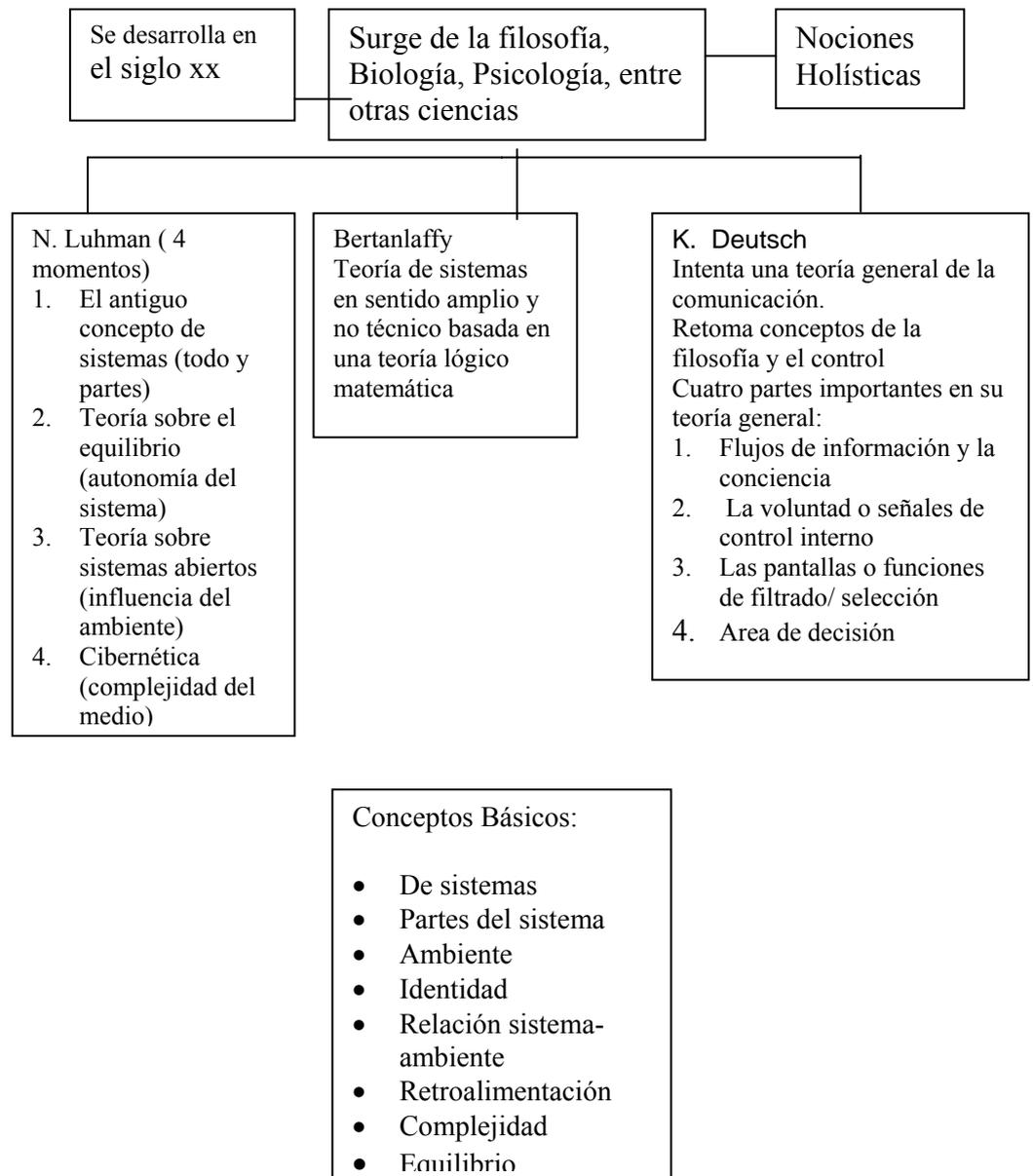
### ***1.5. ENFOQUE SISTÉMICO***

El enfoque sistémico aplicado a la comunicación política, es el que desde mi perspectiva mayor auge tiene dentro del tema, debido a que este enfoque, nos habla acerca del sistema, y de cómo se alimenta, es decir, dentro de las sociedades democráticas, todo sistema político tiene sus demandas, asimismo estas entran en una caja negra para salir después como respuestas ante las demandas, estas deben darse, porque en caso de no ser así el sistema entraría en un grave problema de desestabilización, es por ello que el proceso de retroalimentación es muy importante, este proceso se da por lo que ya había dicho antes, la demanda (input) es hecha por la sociedad, entra a la caja negra, y sale en forma de respuesta (output), es en la caja negra donde los tomadores de decisiones discuten acerca de cómo debe salir esa demanda, al darse la respuesta por parte del sistema se da la retroalimentación, ya que la respuesta es dada al mismo lugar de donde salió la demanda, es decir, la sociedad.

Dentro de este enfoque la comunicación política adquiere singular importancia, ya que ve en ella un punto importante para que la retroalimentación del sistema continúe, es decir, a través de los discursos de poder, o simplemente en la manera de expresar las demandas y de cómo serán recibidas en el momento de la respuesta.

Así la comunicación política ha servido como un instrumento de óptimo uso para los tomadores de decisiones y pues es precisamente el flujo de información que generan sus discursos de poder. Asimismo es importante tomar en cuenta el ambiente en el que se desarrolla este flujo de información, es decir el escenario político. Tenemos 3 teóricos sobre los que elaboraremos el siguiente cuadro, donde se explica el enfoque sistémico que son: N: Luhman, Bertalanffy, y K. Deutsch.

## ENFOQUE SISTÉMICO



## ***1.6. UNA FORMA DE VER A LA COMUNICACIÓN POLÍTICA***

Una vez, delineadas las principales tendencias teóricas que marcan a la comunicación política, es importante señalar una parte importante de la comunicación política y esta es, la democracia.

Los regímenes democráticos, son caracterizados por la comunicación que se establece entre gobernantes y gobernados, en estos sistemas debe existir una comunicación completa y permanente entre estos dos grupos, principalmente, por que es la sociedad civil, el pueblo, quien elegirá mediante el voto a los miembros del gobierno, es desde ese momento cuando comienza la comunicación entre un candidato y la sociedad a la que se dirige, la forma de esta en manifestar las demandas, y que después, será necesario hacerlas llegar al gobierno.

Sin embargo, lo anterior muestra únicamente una parte de lo que implica el régimen democrático, ya que debemos continuar hablando de las libertades que en éste se presentan, de tal forma que las libertades individuales son fundamentales, así como es fundamental la libertad de comercio, lo cual ha traído grandes variaciones en el mapa geopolítico y los gobiernos de las distintas naciones, incluso, ahora la misma comunicación política ha tenido variaciones, se da una forma diferente de entablar una relación con el gobierno, así como de parte del gobierno para con sus gobernados. Así pues, el libre mercado se ha convertido en pieza clave por parte de los gobernantes, para lograr una estabilización en el sistema político.

Lo anterior se resume en que se pretende que con la democracia y la implementación del libre mercado, ayudará a que exista el desarrollo permanente, así como la participación de todos los ciudadanos en la elección y en el aumento de las vías de la comunicación para con el gobierno.

Con lo anterior, podemos decir, que el gobierno necesita también de la legitimación de sus acciones políticas, es decir, del apoyo de la ciudadanía. Por lo tanto esto solo funciona correctamente si los representantes del gobierno y mantienen una consulta constante con la sociedad, para conocer

su voluntad y llevar los planes y programas del gobierno lo más cercano posible a la voluntad política expresada por el pueblo en la consulta.

Sin embargo, es importante resaltar que hoy en día la comunicación política se encuentra en una grave crisis, esto debido a que los gobiernos cada vez se alejan más de esa comunicación que debe existir, uniéndose a la clase empresarial, con lo cual se ha conseguido poca legitimación en las actividades del gobierno, lo cual ha acrecentado los índices de abstención electoral, demostrando que la sociedad cada vez se encuentra menos identificada y hasta indiferente con la política.

En este punto, sin embargo, ha entrado un debate, ya que existen dos posibilidades, la primera que dice, que la gente cada vez se siente menos identificada con la política debido a que el gobierno no tiene los canales de comunicación pertinentes con la sociedad, lo cual nos habla de un sistema político débil, debido a que no está recibiendo de una manera adecuada la serie de demandas salidas de la sociedad, a su vez, la sociedad, tampoco ha encontrado la manera de conectarse con el gobierno, de formar esos canales de comunicación, que permitan que sus demandas tengan una solución efectiva y que a su vez desahogue el sistema político.

La segunda nos dice, que si el gobierno no tiene los canales de comunicación óptimos con el pueblo, esto es debido a que los medios de comunicación, (de los cuales ya hablamos arriba, como instrumentos de la comunicación política), no cumplen con un papel eficiente, y es que según algunos teóricos, los medios de comunicación son los encargados de expresar los planes y las voluntades del gobierno, para darlos a conocer ante la sociedad, y a su vez, ellos se encargarán de recoger las opiniones de la sociedad y mostrarla al gobierno, y según lo anterior, ellos decidirán como se regirá el gobierno, pero además, los medios pueden también formar parte de los medios de comunicación que utiliza el pueblo para hacer oír sus demandas ante el gobierno. La cuestión en lo anterior es la siguiente, los medios de comunicación se han visto permeados de distintos intereses, incluso algunos ajenos al mantenimiento del sistema político, por lo cual se ha desvirtuado la forma en la que los medios servían al Estado, lo anterior, ya lo revisamos un poco en el enfoque marxista o crítico que presentamos arriba, en el que dice que el Estado ha tomado a los medios de

comunicación como una forma de crear una hegemonía en la sociedad, impidiendo que la gente conozca del gobierno sólo lo que el desea que conozca, es decir, se ha mediatizado a la política.

Sin embargo, lejos de esta teoría, los medios han adquirido una fuerza propia y pronto se sabrá si realmente estos funcionaron como una ayuda para lograr una base de apoyo en la sociedad, lo cierto es que, los medios han adquirido fuerza por ellos mismos lo que los ha llevado a la optimización de sus recursos, para conseguir los intereses propios.

Sin embargo, en la relación medios- política es importante señalar que son las principales instituciones del Estado las que buscan un lugar en los medios para que se logre establecer una relación efectiva entre los medios de comunicación y el pueblo para que se cumpla la función de resolución de demandas, y así todo resulte más fácil en el sistema político.

Debemos también reconocer que el poder de los medios no está legitimado democráticamente, ya que para la ciudadanía, la política se resume a lo que pasan los medios en los diferentes programas y noticieros, lo cual reduce la producción de ofertas de comunicación. Es por lo anterior que se dice que existe una mediatización de la política, ya que ahora los medios ofrecen “las noticias más pertinentes” para mantener más seguro al sistema político y evitar así las revueltas sociales y políticas, aunque por el contrario, los medios son capaces de desatar una guerra política y mostrar un vencedor para presentarlo ante la sociedad y así mismo crear un pensamiento homogéneo en torno a un tema político actual.

La comunicación política mediatizada se resume a ofrecer noticias que satisfacen los criterios y las necesidades que enfrentan los medios para tener un output más seguro de los medios y por consecuencia, un input en el público.

Margarita Kaufman, autora del artículo “Político, Comunicadores y democracia, introduce el término “norteamericanización” de la política que es “traducir la política en historias, escenificar eventos, escandalizar personas”.

Por tanto, si mejoramos los medios de comunicación, en consecuencia directa, obtendremos una mejora en la democracia.

La situación actual es de crisis, y es que los medios de comunicación, los partidos políticos, el gobierno, no cuentan con la credibilidad necesaria, para que se tenga un funcionamiento óptimo del sistema político. Por el contrario, la sociedad, el electorado no encuentra una identificación con respecto a la política. Por el contrario, la sociedad se muestra indiferente, y ante ello, las razones aun no se han podido identificar claramente, por lo cual nos surgen dos hipótesis:

1. La causa de lo anterior, es la política y su incapacidad de comunicación.
2. La causa de lo anterior son los medios de comunicación, los cuales son incapaces de comunicar política.

Para contestar a estas hipótesis, es importante que tengamos en cuenta lo siguiente: La política es lo que los medios transmitan; así, los medios adquieren una función más importante en el sistema, ya que se dan a la tarea de informar, opinar, criticar y controlar además de reflejar y transmitir política.

Por lo anterior, podemos decir que se reduce la actuación del sistema político lo que a su vez genera cambios de poder del mismo sistema y únicamente se priorizan criterios económicos y comunicativos.

Aunque la apertura de los medios, ha dividido la postura de los teóricos sobre si esa apertura se ha dado para bien, o ha sido solamente un instrumento de mediatización de la sociedad, lo cierto es que los ciudadanos nunca tuvieron libre acceso a la información como en los tiempos actuales.

La situación actual de la comunicación política puede expresarse de la siguiente manera: mientras la clase dirigente maneja una mejor comunicación política con la ciudadanía, ésta tiende a alejarse más de la política.

Esto debe cambiar, ya que si se pretende reforzar la incipiente democracia que se vive en nuestro país y en toda América Latina, la comunicación política deberá mostrar un contenido más inclusivo y más participativo, de tal manera, podremos lograr el perfeccionamiento de los sistemas democráticos.

Resumimos algo muy importante, hoy día la democracia y la política carecen de verdad, lo cual se expresa claramente en la falta de legitimidad, lo que se verá reforzado únicamente si se da un cambio interno.

Encontramos otro proceso que se le ha dado a la comunicación y que es la mediatización de la comunicación, esto con el fin de servir a un interés, ya sea estatal o privado, de esto, hablaremos más adelante, sin embargo es importante tomarlo en cuenta ya que este es un acto que demerita a la comunicación y aleja de toda veracidad cualquier acto en el que se implemente.

Por todo lo anterior, y para concluir este capítulo, debo mencionar que tomare el enfoque sistémico para realizar el estudio sobre comunicación política que planteo en esta tesina, debido a que es el enfoque que más se adapta a nuestro sistema político mexicano, y aunque debemos hacer algunas adecuaciones, es el ideal por tratarse de regímenes democráticos.

### ***1.7. OPINIÓN PÚBLICA: MARCO TEÓRICO***

Históricamente la concepción de opinión pública se da en Francia en la segunda mitad del siglo XVIII con el término *opinion publique* y casi simultáneamente se da en Inglaterra con el término *public opinion*, y es concebida como la conclusión a la que llega la mayoría de la población después de las discusiones públicas, la opinión pública es formada a través del raciocinio y la educación y es tomada como la expresión del interés general de la sociedad sobre un tema.

La opinión pública, ha sido un fenómeno ligado inevitablemente con el desarrollo del capitalismo. La explicación a esta pregunta la encontramos siguiendo el marco histórico que la opinión pública tiene, y es que según diversos autores la explicación de Carlos Marx sobre la acumulación del capital, sobre la proletarización de los sectores campesinos cuando fueron trasladándose a la capital y se vieron obligados a vender su fuerza de trabajo para poder mantenerse ellos mismos y a su familia, son las principales causas de la aparición de la opinión pública.

Cuando los grandes capitalistas comienzan a acrecentar su fortuna de una manera acelerada van tomando conciencia de clase se ve en la necesidad de acercarse de manera urgente al poder político, ya que únicamente esto

garantizaría el éxito económico y esto solo era posible a través de la desacreditación que se pudiera dar de el gobierno que existía (recordemos que hablamos de Reino Unido en los tiempos de la Revolución Industrial). Fue entonces cuando la clase burguesa se propuso la organizar al total de la sociedad, para que actuara de acuerdo con sus intereses, por tanto lo que la clase burguesa buscaba en realidad era que las masas de los campesinos, artesanos, etc., se volcaran sobre la monarquía, derrocarla e imponer otro régimen que verdaderamente velara por los intereses de los capitalistas.

Precisamente uno de los ejemplos más claros lo encontramos en la Revolución liberal de 1640, la cual se inicio por las pretensiones absolutistas de Carlos I Estuardo, las cuales para nada convenían a los intereses de los capitalistas.

Fue con esta revolución, cuando comienza a darse una reforma dentro del gobierno, y es que las leyes liberales, ayudaron a que la sociedad en general, viera más de cerca la forma de gobierno, poniendo al descubierto las relaciones entre la monarquía y el parlamento, las cuales en realidad no eran muy buenas, lo que hizo que en poco tiempo el pueblo se sintiera atraído ante esta situación, poniendo especial atención en los asuntos del gobierno.

De esta manera, la burguesía uso a los sectores campesinos, artesanos, jornaleros, obreros y demás para lanzarse a la lucha, fomentar con ello el desarrollo del capitalismo, y alcanzar la conquista del poder político, para después usarlos para la explotación en las manufacturas y las fábricas.

Aunque uno de los mayores problemas que la clase burguesa encontró para conseguir sus fines, fue el de la ideología que aun imperaba dentro de la sociedad. Ante ello surgió una nueva concepción del hombre y de la vida, el materialismo, el cual fue desarrollado en Francia, teniendo entre sus ideólogos a Bacon, Hobbes y Locke.

Esta nueva corriente de pensamiento planteó el tema de la opinión pública, proponiendo que las leyes que rigieran a la sociedad debían derivar de la voluntad general.

Con la participación de la burguesía y el materialismo a su favor, éste pensamiento se fue desarrollando en otros países europeos donde también encontraron su propio auge, y al igual que en Inglaterra, pidió más

participación a las masas populares, para que la burguesía pudiera llegar a la toma del poder político.

Basándonos en los ejemplos anteriores “... el concepto de opinión pública, que fue acuñado en este período de ascenso de la burguesía y de transformación capitalista de la sociedad, puede ser mejor entendido si se le plantea como el instrumento ideológico burgués que sirvió para englobar en un mismo conjunto, y mientras las condiciones fueran favorables a la burguesía y al pueblo aliados” (Molina.1978.28)

Básicamente podemos decir que la burguesía otorgo a la sociedad instrumentos ideológicos adecuados como la opinión pública para que este se dejara manejar más dócilmente por la clase burguesa, sin que existiera una lucha de clases tan recia.

La opinión pública, ha sido ligada al capitalismo debido que esta fue un instrumento mediante el cual se afianzo el poder económico y político de la clase burguesa. Sin embargo, ni siquiera para la propia burguesía fue fácil entenderlo, ya que una vez afianzado el poder político se cayó en la cuenta de que ahora ya existía una voluntad y una opinión de la clase proletaria.

Con el paso del tiempo, las cosas fueron cambiando, y es que cuando la burguesía llega al poder político obviamente no pretendió involucrara a ninguno de los demás sectores en la toma de decisiones del gobierno. La explicación más lógica era que los instrumentos que les sirvieron para lograr la movilización de las masas y lograr su nueva ideologización, ahora ya no les parecían tan convenientes, y es que aunque en realidad se habían afianzado de una manera tal que se estaba dando un buen desarrollo económico, también sentían temor por el desencanto que habían creado en el proletariado, quienes ahora hacían severas críticas hacia las nuevas formas de gobierno capitalistas.

Así muy pronto el materialismo, que sustento ideológicamente las luchas burguesas, fue desplazado por una nueva ideología, que se adecuaba de una mejor manera ante las condiciones actuales en las que se hallaba la clase burguesa y el poder político.

Esta nueva ideología encontró su mayor auge en Alemania, si bien nación en Inglaterra, tuvo mayor auge en Alemania debido a que este país tiene una tradición protestante y el idealismo retoma varios aspectos de esta

religión, lo cual ayudo a organizar de una manera más fácil la dominación del pueblo.

Aquí es importante decir, que uno de los mayores exponentes del idealismo fue Hegel, aunque en los términos de la opinión pública, expresaba, que está únicamente debía ser expresada por la burguesía terrateniente a través de los diputados, para él solo debían ejercer la opinión pública los diputados, nunca las masas populares, basándose en el principio de la representación, aunque según lo dicho por Hegel, esa opinión pública de la que él habla únicamente iba a reflejar la opinión de la clase burguesa.

Otras tendencias más recientes de la opinión pública se dan a principios del siglo pasado, cuando comienzan a darse las primeras crisis económicas y se opta por una nueva forma de organizar el comercio, y se propuso la imposición de una política imperialista, la cual se hizo evidente cuando después de la Primera Guerra Mundial el mundo fue dividido entre los países triunfadores.

Así los países triunfadores explotaron sus “botines de guerra”, donde lo único importante era la imposición del imperialismo.

La opinión pública por su parte dejo de pertenecer al terreno exclusivo de la filosofía y se le tomo como objeto de estudio de las ciencias sociales, ahora se debía dar un nuevo giro a la opinión pública y mostrar una nueva ideología que expresara la incapacidad de las grandes masas para gobernar y beneficiando a las minorías gobernantes. A este nuevo enfoque se le llama aristocratizante, y en él se le restringió el poder de opinión a ciertos sectores de la sociedad, ya que según este enfoque la opinión pública solo debe ser expresada por los hombres más informados y los más inteligentes. Como es obvio, la clase dominante siempre concentra en ella la mayor información, la mejor educación, por tanto era ahí donde se encontrarían a quienes expresarían la opinión pública según lo dicho antes, lo cual era muy parecido a lo que Hegel tomaba como opinión pública que es un gobierno de la burguesía y para la burguesía. Es a partir de este momento cuando comienzan a excluirse a ciertos sectores de la sociedad para que expresen su opinión sobre los temas de interés.

Otro de los teóricos que planteó concepciones aristocratizantes de la opinión pública fue Ortega y Gasset, quien negó toda posibilidad de opinión a las masas.

Otro enfoque más de la opinión pública fue el fascista, este enfoque tuvo una orientación claramente político, de lo que se trataba era de imponer las ideas que se transmitían, que éstas fueran aceptadas y reconocidas. Para ser más precisos, esta tendencia de la opinión pública se desarrollo en Alemania, antes de la segunda guerra mundial con Adolfo Hitler quien hizo uso de la opinión pública para lograr la aceptación y el reconocimiento que necesitaba para imponer sus ideas, y de esta manera llegará al poder a través de una vía democrática. Para Hitler el medio usado fue la propaganda, ya que de esa manera pensaba en llegar a todos los sectores de la sociedad, principalmente a las masas populares, quienes se sentirán incluidas y tomadas en cuenta después de un enfoque imperialista, y obviamente asumieron por cierto todo lo expresado por Hitler, por lo cual el objetivo del hombre sobre la aceptación y la imposición de sus palabras no tuvo mayor problema.

El último de los enfoques que nos otorga la opinión pública es el democrático, que es el que se mantiene vigente hasta nuestros días. En esencia el enfoque fascista y el democrático plantean exactamente las mismas cosas, aunque sin mencionar el nombre fascista, se tomo el uso de la propaganda masiva para llegar a los todos los sectores de la sociedad, incluso los más alejados, el convencimiento y la aceptación de las ideas expresadas sigue siendo un requisito indispensable.

“Por un lado, el uso de la propaganda masiva, los conocimientos acerca del comportamiento de las muchedumbres y su manipulación; por el otro, la importancia del caudillo o führer como promotor de las opiniones públicas. Es este último elemento, por su relación tan directa con la terminología nazi, fue englobado bajo el rubro de líderes de opinión” (Molina.1978. 59)

Otro aspecto importante que debemos rescatar es que sobre todo después de la Segunda Guerra Mundial, comenzó a extenderse el socialismo por algunos países europeos, la confederación Rusa, China, entre otros, pronto, como contrario al socialismo, los regímenes democráticos se fundamentaban en la opinión pública viéndola como un elemento que

garantizaba el sistema democrático ya que así se construía una expresión representativa de lo que pensaba la mayoría en general.

Según uno de los principales teóricos de este enfoque Walter Lippmann, planteo que no era posible que la gente opinara sobre los mismo temas, cuando entre la gente no existía una igualdad, (en razón de las clases sociales) y decía “las imágenes que ellos tienen de sí mismos, de los demás, de sus necesidades, propósitos y relaciones, constituye sus opiniones públicas, pero aquellas imágenes influidas por grupos de personas o por individuos que actúan en nombre de grupos constituyen la Opinión Pública con mayúsculas”. (Lippmann.1964.228). Con esto lo que el autor nos quiere decir, es que existen grupos dedicados a formar la opinión pública, formados por especialistas, en especial politicólogos (cientistas de la política), quienes realizan trabajos sobre un tema, y después lo lanzan a través de los medios de comunicación a las masas para que esas ideas sean expuestas, las masas informadas y se creen su opinión. Este trabajo únicamente va dirigido hacia los sectores “menos pensantes o con menos preparación de la sociedad”.

“La función que cumplen los estudios de opinión pública a partir de los llamados grupos de presión en este contexto, sin dejar de ser peligrosa, es defensiva en términos generales y trata de manera central la forma de posponer o mediatizar el enfrentamiento final entre las clases.

Por ello la teoría democrática de la opinión pública trata de buscar una estrategia conciliadora y las formas de lograr acuerdos entre los distintos grupos, dejando de lado los antagonismos de clase” (Molina. 1978.65)

Las nuevas tendencias de la Opinión Pública la han llevado a nuevos estudios donde se interroga a un cierto sector en la población sobre algún tema, para después mostrarlo a través de una expresión matemática, en tablas y gráficas, que para el uso de los políticos resulta bastante favorable el medir de esta manera ciertos asuntos dentro de la sociedad. Además ha usado también instrumentos complementarios como la propaganda, la publicidad, las encuestas, las mediciones, el uso de los líderes de opinión, los *mass media* y otro tipo de técnicas que en la actualidad se han ido especializando para lograr un mejor desenvolvimiento de la opinión pública.

No debemos olvidar que “la formación de la opinión se apoya sobre dos estribos: las actitudes de los individuos y el comportamiento de los grupos” (Beneyto.1969. 77)

La opinión pública, es un término difícil de entender, ya que sugiere unir dos conceptos, el primero, opinión, con el de pública (es decir de muchos), la opinión pública trata de dar a conocer el bienestar del colectivo, a través de las preferencias individuales, así, se convierte en parte primordial de la comunicación social, y en especial de la comunicación política; sobre todo en procesos entre las instituciones de gobierno y la conducta que presenta la ciudadanía, lo anterior implica que no toda opinión pública es comunicación política.

La opinión pública ha ocupado un lugar importante en la comunicación social y en la comunicación política a través de los años, y aun hoy en día ocupa un amplio lugar en nuestros estudios, con el paso del tiempo, incluso esta se ha ido perfeccionando, ya que ha pasado por procesos que la han hecho crecer, por ejemplo, antes, la opinión pública daba resultados en cuanto a las preferencias electorales, con el paso del tiempo, los estudios han avanzado al grado tal, de poder manipular los estudios sobre opinión pública, para que ahora la tendencia sea a favor de quien aplique estos medios, es decir, la opinión pública se ha vuelto capaz de crear, controlar o modificar las intenciones del emisor, las actividades de los medios o el poder de su información, incluso se ha creído capaz de manipular la mente del receptor, mandando una codificación diferente al mensaje. Esto es la aparición de los fenómenos *mass media*, los cuales abordaremos más adelante.

La acepción más común de la opinión pública señala que es la suma de opiniones individuales sobre un tema de interés público que ejerce cierta influencia en el comportamiento de un individuo un grupo, o sobre el gobierno, y con lo cual se establece una relación entre el ciudadano y su sistema político. (Ochoa. 2000.6)

Sin embargo, como ya lo manifesté anteriormente, la opinión pública resulta bastante compleja, debido a que se trata obtener de ella la “opinión del público”, lo cual consiste en ver, escuchar, analizar y establecer juicios para posteriormente difundirlos.

Sin embargo, la opinión pública no resulta ser algo tan simple, ya que en los estudios realizados por Tocqueville en Norteamérica, expresaba que no estaba de acuerdo en la suma de opiniones que procedieran de las masas, ya que consideraba a esta opinión como una influencia negativa o una amenaza para la independencia del pensamiento. (Molina.1978.73)

Así pues veremos como para Hobbes, el mundo se encuentra dirigido por la opinión, así mismo, Rosseau, dentro de su obra “El contrato social”, piensa que solo la voluntad general es la que puede imperar y hacer que rijan las fuerzas del Estado.

La opinión pública trata de aplicar los métodos más propicios para dar a conocer la opinión de la mayoría sobre el gobierno, o sobre algún tema relevante para la sociedad.

En la actualidad, la opinión pública refiere mucha fuerza, sobre todo en los regímenes democráticos, en los cuales, la voluntad general impera, sin embargo, antes se necesita saber cual es la voluntad general, pero ¿como podemos saber esto? Es obvio que los miembros del gobierno no pueden introducirse en las casas, o en los pensamientos de cada uno de los individuos, sin embargo, esta se refiere al comportamiento que los individuos muestran sobre un tema, es decir, las expresiones que muestran en reuniones colectivas, la actitud que muestran hacia la prensa o la televisión, así como su comportamiento en los lugares públicos, en donde se convive con la sociedad, lo siguiente es intervenir en la prensa, con la formación de debates.

En la actualidad, es casi imposible que el gobierno actúe sin tomar en cuenta primero a la opinión pública, porque como ya lo mencionamos, es necesario de su conocimiento, para poder aplicar las nuevas políticas, o conocer de las necesidades que necesiten aplicarse, incluso por medio de la opinión pública se hacen patentes los problemas a los que se enfrenta la sociedad

Se ha dado un nuevo fenómeno en la opinión pública, un grupo de comunicadores capaces de transmitir su opinión hacia las masas, es decir, son capaces de formar una opinión publica, esto lo logran por que son personajes públicos reconocidos por la sociedad, y que poseen lugares

importantes en los medios de comunicación. Ellos son los encargados según sus expresiones de formar una opinión dentro de la sociedad, aunque, siempre existen sectores que no forman su opinión según el fenómeno de los *mass media*.

Debido a su alto grado de complejidad, es difícil dar una definición del concepto opinión pública, en su forma más simple es vista como la opinión individual sobre un tema que interesa a muchos.

A continuación citaré algunas concepciones de la palabra opinión pública en diferentes autores. Para Young: “El sustantivo público significa gente y a partir de este primer uso llegó a significar el cuerpo general o totalidad de los miembros de una comunidad, nación o sociedad... Una opinión es una creencia bastante fuerte o más intensa que una mera noción o impresión pero menos fuerte que un conocimiento positivo basado sobre prueba completas o adecuadas. Las opiniones son en realidad creencias acerca de temas controvertidos o relacionados con la interpretación valorativa o el significado moral de ciertos hechos” (Young. 1990. 7-11)

Para Habermas, como crítico de la opinión pública, ésta aparece como una “politización de la vida social”, al comienzo quizá correspondía a la institucionalización de una crítica que empleaba a los medios de la moral para controlar o defenderse de un poder despótico, que estaba a favor de la libertad de expresión y contra la censura. (Habermas.1990.123)

Para Cándido Monzón se toma “el concepto de opinión pública como opinión de ciudadanos libres, informados y responsables, sin embargo, se irá transformando según avanza el siglo en opinión de masas incultas, irracionales e irresponsables hasta convertirse en el primer tercio del siglo XX en objeto de manipulación y control bajo efecto de la propaganda” (Monzón. 1997.98)

“La opinión pública, en sus orígenes, surge como un concepto político y racional que pretende representar, a través del orden natural, el peso del pueblo en las tareas de gobierno y el liberalismo democrático, después, vendrá como una pieza clave del régimen de opinión” (Monzón.1997. 95)

La opinión pública tiene sus primeras expresiones en la Revolución Francesa, cuando la gente invade las calles con sus proclamas, harta de los excesos de los reyes franceses, tratando de asumir ellos mismos el poder y así derrotar a la monarquía. El parlamento en este proceso histórico juega un papel importante, ya que son ellos los que apelan a tomar en cuenta a la opinión pública en vista de los hechos ocurridos. Así la opinión pública encuentra sus mejores liados en los medios de esa época, específicamente la prensa, quien se encargaba de informar al pueblo de las acciones del gobierno para con ellos.

Hoy en día, el proceso no ha sido distinto, mientras se discute si en realidad la opinión pública es tomada como base para la aplicación o propuesta de las políticas públicas o si es la opinión pública la que se forma después de la aplicación de una política pública. Para muchos, la opinión pública es considerada como un cuarto poder al ser un instrumento propio de los sistemas democráticos, sí bien no es constituido como tal si es una fuerza política que vigila y controla la vida política, en cuestión al comportamiento de los gobernantes y las instituciones, en cuanto al respeto de los derechos y las libertades políticas propias de la vida pública.

En este espacio faltan muchos temas aún por tocar, por ejemplo, como en el marco contemporáneo la opinión pública se ha ido modificando, ahora, los partidos políticos dependen mucho de ella como instrumento primordial para la creación de plataformas políticas, para la definición de la marcha a seguir durante una campaña política y de ahí desprendemos la importancia que va adquiriendo la propaganda dentro de la sociedad para la construcción de una opinión pública. Lo anterior es una de las ideas más descartadas, aunque no por ello no se presentan casos, sin embargo la opinión pública se basa más bien en una <<reacción de respuestas>> con ello me refiero que lo que busca la opinión pública es que se de el proceso de retroalimentación que plantea la teoría del enfoque sistémico que planteamos en el marco teórico de Comunicación Política, donde (en pocas palabras), se da una demanda por parte de la sociedad, ésta entra al sistema y el gobierno tiene que entregar una respuesta a esta demanda, después se

verá si la respuesta a la demanda fue favorable o no, el análisis de la respuesta hacia esa demanda es la opinión pública, ahora debemos conocer como es que la sociedad califica las respuestas a las demandas que se hacen. Pero no siempre la opinión pública surge como una respuesta a una demanda, en los tiempos contemporáneos los medios de comunicación se han encargado de hacer surgir el fenómeno de los *mass media*, en México mejor conocidos como *líderes de opinión*, y nos referimos a periodistas, analistas, o lectores de noticias, que al ser titulares de noticieros de las principales televisoras en horarios importantes van creando un liderazgo en la opinión de la gente, es por eso que ahora es muy común escuchar por las calles: “Anoche dijeron en..... que.....dijo que en México se ha reducido enormemente la pobreza”, para mucha gente esa puede convertirse en una realidad, por tanto esa persona catalogará como buenos los logros obtenidos por el gobierno en curso, ya que ella cree que la pobreza en México se ha reducido enormemente. Si bien no toda la gente cree que lo dicho en un programa sea cierto, los medios de comunicación y los líderes de opinión han tomado un papel importante, no solo para crear una opinión sobre un tema determinado, sino incluso para formar una opinión de cuales son los medios de información más verídicos y cuales solo sirven a los grandes intereses tanto económicos como políticos.

Definamos la opinión pública remitiéndonos a las cuatro etapas básicas marcadas por Young del proceso de formación de la opinión. Más adelante marcaremos nuestros puntos ver si nuestro caso práctico cuenta con los puntos suficientes para la formación de opinión pública.

1. “Algún tema o problema comienza por ser definido por ciertos individuos o grupos interesados como un problema que exige solución” (Young.1990.15) Durante esta etapa digamos que es algo así como la identificación del problema, ya sea para que cuando el grupo trabaje en torno a ese problema y exprese su opinión, el gobierno tenga una solución, expresada a través de una política pública.

2. “Vienen ahora las consideraciones preliminares y exploratorias ¿Cuál es la importancia del problema? ¿Es éste el momento de encararlo? ¿Es posible darle solución? (Young.1990.15) Con este punto el autor quiere darnos a entender que más allá de los problemas que se planteen es importante analizar de una forma veraz y crítica, si es posible entregar una solución de forma pronta o conocer si la solución dependa de otros factores. Este punto lo complementan los medios de comunicación en editoriales, programas de debate político, comentarios de especialistas sobre el tema y de la sociedad misma al hablarlo en debates, charlas o foros abiertos.

3. “De esta etapa preliminar pasamos a otra en la cual se adelantan soluciones o planes posibles. Apoyos y protestas están a la orden del día y se producen a menudo acentuación de las emociones. Pueden aparecer, en considerables proporciones, la conducta de masas, y frecuentemente los aspectos racionales del problema se pierden en un diluvio de estereotipos, slogans e incitaciones emocionales... la cuestión se bosqueja con caracteres muy marcados y al tomar decisiones los hombres están controlados no sólo por valores racionales, sino también por valores emocionales. En otras palabras, en la formación de la opinión, en las sociedades democráticas intervienen a las vez consideraciones racionales e irracionales.” (Young.1990.16). Lo anterior nos marca que aunque la opinión debe ser marcada por un alto grado de raciocinio los seres humanos no pueden dejar de lado sus emociones propias y en ese momento pueden darse actos irracionales.

4. “De las conversaciones, discursos, debates y escritos, los individuos alcanzan cierto grado de consenso” (Young.1990.16) Lo anterior es muy importante ya que de ello se desprende una buena o mala opinión pública de la sociedad hacia esa propuesta.

Según nuestro criterio y con base en la bibliografía consultada mencionaremos las líneas de investigación y la tendencia del debate contemporáneo que se da para el estudio de la opinión pública.

1) Problema de la representatividad de la opinión pública a partir de la técnica de sondeo o encuestas de opinión. Debido a los escenarios que con frecuencia se presentan especialmente en las épocas electorales, los sondeos y las encuestas se dan a la orden del día, en muchas ocasiones se tratan de suplir las opiniones especializadas con una simple encuesta. El problema en realidad no se trata de suplir la información especializada con una encuesta, el verdadero problema se da cuando estas encuestas no explican los términos metodológicos mediante las cuales son en primer lugar creadas y después aplicadas, ya que la desventaja de esta técnica de encuestas es que estas pueden ser manipulables, y para evitar lo anterior debemos contar con al menos los siguientes datos para tener una evaluación de la credibilidad de la encuesta: el medio que la publica, la compañía encuestadora, si la encuesta cuenta o no con un patrocinador, si se realizó una pregunta exacta sobre el tema en cuestión, ¿cuál fue el diseño de la muestra?, tamaño de la muestra y los lugares de la muestra, el margen de error y el nivel de confianza que alcanza la encuesta, y por último el método y las fechas de levantamiento de la muestra. En su mayoría cuando las encuestas son presentadas no se explican los puntos metodológicos que menciono arriba, lo cual produce que se produzca una desconfianza hacia esta por no conocer su procedencia.

2) Problema de los medios de comunicación en la creación o reflejo de la opinión pública. Sin duda alguna la principal crítica para la opinión pública es “los medios de comunicación al servicio del Estado”. Los medios de comunicación crean sus propias agendas priorizando los temas a tratar durante cierto lapso de tiempo ante la sociedad, sin embargo, no siempre resulta de esta forma, tal vez los medios pueden priorizar su agenda, pero la sociedad es simplemente la que califica la importancia de un tema dentro de la vida política del país. En el caso actual mexicano podemos observar como los medios de comunicación se han interesado aún más en explotar los casos político- sociales, llevando el morbo al límite, dejando largo tiempo de transmisión (sobre todo las dos principales televisoras) escenas donde se contempla la violencia en su mayor expresión. Sin embargo esto no ha dado prueba alguna que con estas acciones se forme una opinión

pública entre la sociedad, las televisoras tratan siempre de mostrar una víctima y un verdugo para elevar el valor de sus tiempos en la tele.

La formación de la opinión pública contemporánea se basa mucho en los líderes de opinión. Pero ¿Quiénes son ellos?, de verdad ¿crean opinión pública?, ¿Quiénes los marcan como los líderes de opinión?

3) Problema de impacto de la opinión de las élites en las políticas públicas y de cómo los puntos de vista de la ciudadanía informan las opiniones de los políticos.

Esto sobre todo se observa durante las elecciones, aunque es de suma importancia durante el resto del gobierno ya que se debe observar como es que se trabaja en conjunto las encuestas con la sociedad para obtener una solución, es decir, los políticos utilizan las encuestas para poder crear políticas públicas según los principales problemas que reflejen los resultados de las encuestas, o si la situación se torna diferente y entonces los políticos trabajan en torno a las élites y sobre esas actuaciones es que la sociedad crea una opinión pública. Tenemos entonces dos tareas principales, la primera es dilucidar como influyen los estudios de opinión pública sobre las plataformas políticas de los candidatos y las opiniones de los políticos, y la segunda es la manipulación de información, por parte del gobierno y ver si las élites políticas influyen también sobre la opinión pública.

4) Problemas de gobernabilidad, cuál es la función política de la opinión pública en las decisiones políticas. Este punto es importantísimo, ya que podemos ver como una decisión mal planeada puede tener severos problemas con la sociedad en caso de que la opinión pública se vuelque contra ésta. Lo anterior depende de los actores implicados, sin embargo, en una democracia es imposible ejercer una acción de cualquier tipo cuando se tiene en contra a la opinión pública, ya que implicaría una pérdida de gobernabilidad para el gobierno por tacharse de autoritario y represivo ante la opinión de sociedad que los eligió de manera democrática.

5) Problema de la traducción de los conceptos de opinión pública, publicidad y espacio público. En los tiempos actuales la mala definición o

concepción de los anteriores términos repercute dentro de la vida política, ya que esto se vuelve tan confuso que hoy en día las campañas electorales se vuelven actos lejanos a lo que en realidad se concibe como una campaña política, algunos comentaristas y columnistas políticos argumentan que la libertad que se ha dado a los medios y a los partidos políticos en general han sido malentendidos y han rebasado los límites convirtiendo la realidad social y política en algo totalmente contrario.

Hoy en día antes que plataformas políticas y temas de debate la campaña se basa en descréditos personales que se convierten en un sinfín de dimes y diretes entre los distintos candidatos de los principales partidos políticos.

## **CAPÍTULO 2**

### *2. COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA.*

#### *EL CASO MEXICANO*

A lo largo de este capítulo nos dedicaremos a explicar un poco los estudios de comunicación política que se han dado en el país y en nuestro país vecino, Estados Unidos que es el país que se ha dedicado a dar gran auge a los estudios relacionados con nuestro tema, se dará también un esquema geográfico, político y social de México que nos ayudará a enmarcar el estudio dentro de un espacio, un tiempo y un lugar.

#### **2.1. LOS PRIMEROS ESTUDIOS**

En la actualidad podemos hablar de la opinión pública como un espacio público construido por una inestable combinación de diferentes publicidades y como un escenario donde pueden encontrarse opiniones divergentes que expresen el sentir de un amplio número de integrantes de la sociedad.

Lo anterior nos sirve de marco para introducirnos de lleno a lo que es la opinión pública y podemos comenzar diciendo que los primeros trabajos que se tienen contemplados de opinión pública datan del año 1937 en Estados Unidos, en México los primeros trabajos los tenemos en los años 1977, en las elecciones presidenciales, sin embargo estos trabajos no tienen mucho mérito, así sucesivamente encontramos otros trabajos de opinión pública para las elecciones presidenciales de 1982, pero tienen la misma nulificación en el panorama de la opinión pública debido a que estos, no cuentan con una buena metodología y los únicos resultados que arrojaban era una apabullante ventaja al partido oficial por quienes fueron contratados. Precisamente hablamos de la opinión pública como una herramienta de la democracia y tomando en cuenta que México tenía un régimen autoritario, los medios de comunicación se encontraban al servicio

del Estado y por supuesto del partido oficial, los intentos que se hacían en los trabajos de opinión pública eran sumamente alejados de lo que el término debe representar para una democracia plena.

Los estudios de opinión pública en México, que más se conocen se dan durante el año 1994, aunque los estudios cuentan aun con sus fallas metodológicas y la poca credibilidad de estos debido al patrocinio con que se efectuaran. Aunque no era en vano que el Estado se viera en la necesidad de recurrir a los estudios de opinión pública para brindarle una mayor legitimidad al proceso de la elección presidencial, debido al descrédito que arrastraban de la elección presidencial pasada, donde el fraude electoral arrebató de las manos la victoria para el Ing. Cuauhtémoc Cárdenas y la dejó en manos del candidato del partido oficial. Este duro golpe al Estado tuvo que ser arreglado de alguna manera y aunque los estudios fueron más numerosos en comparación con los años anteriores, esto no era suficiente como para hablar de una opinión pública conciente por parte de la sociedad mexicana.

Hoy en día la opinión pública es concebida con mayor independencia de los medios de comunicación mexicanos, a partir de la alternancia política en las elecciones presidenciales del 2000, la apertura en los medios se dio de una manera muy amplia, hoy día los medios de comunicación juegan un papel importante en la construcción de la opinión pública en México, lo cual resulta preocupante, debido a que en México se le dedica a la tele más tiempo que a ninguna otra actividad, y debemos tomar en cuenta que según las nuevas tendencias de la opinión pública donde se ha tomado a la política como un artículo que debe venderse.

En tiempos electorales los partidos políticos contratan las mejores agencias de publicidad para que diseñen sus campañas y entonces conviertan al candidato en más allá de una persona con propuestas y soluciones, tratan de venderlo como una mercancía más, identificándolo con slogans, anuncios sumamente llamativos y en últimos tiempo campañas negras.

## ***2.2. EL AMBIENTE SOCIAL MEXICANO***

### ***2.3. ANÁLISIS COYUNTURAL***

### ***2.4. DISEÑO DEL ESTUDIO***

Para alcanzar el objetivo que planeamos que será el de medir la opinión pública y ver como se desarrolla la comunicación política en la sociedad mexicana, realizaremos una encuesta entre un grupo de alrededor de 150 personas al azar, mayores de 18 años, que tendrá el fin de ayudarnos a encontrar lo siguiente:

- ¿Se ha dado adecuadamente el proceso de Comunicación Política entre el sistema político mexicano y la sociedad?
- ¿Cuál es la opinión Política que tiene la sociedad de el ex candidato a la presidencia de la República Andrés Manuel López Obrador?

El interés de realizar esta encuesta al azar es el de analizar a través de una muy pequeña muestra, la opinión de diferentes sectores de la sociedad, tanto económicos, ideológicos y sociales, es decir, nuestra muestra caerá dentro de lo que se conoce como una muestra aleatoria simple, ya que como ya lo mencione los únicos requisitos para que puedan contestar la muestra es que sean mayores de 18 años.

Al ser esta una encuesta que nos ayudará a concluir un trabajo de investigación menor, el cual no requiere tener un seguimiento posterior (por lo menos no para los intereses de esta tesina) no será necesario el uso de paneles de aplicación.

El cuestionario que se entregará para la realización de la encuesta se adjuntará para que sea conocido, además que cuando entregemos los resultados de la encuesta nos remitiremos a las preguntas, que se tomarán con el nombre de variables.

Nuestro cuestionario se compone de dos tipos de preguntas que como ya lo mencione, buscan esclarecer las categorías de Opinión Pública y Comunicación Política, y para satisfacer esta tarea las preguntas quedarán ordenadas de la siguiente manera, aunque antes me parece pertinente aclarar

que algunas preguntas responderán a ambas categorías por ser éstas dos temas con mucho en común:

Para medir Comunicación Política encontraremos las preguntas: 3, 9, 21, 23, 26, 29, 32, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 43, 46, 47, 50.

Para medir Opinión Pública encontraremos las preguntas: 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 27, 28, 29, 30, 31, 33, 34, 35, 36, 37, 41, 42, 44, 45, 48, 49.

Para ver la encuesta, dirigirse a ANEXOS.

## ***2.5. DISEÑO TEÓRICO***

Para el desarrollo de esta tesina es importante desarrollar los cuatro puntos que maneja Young para la formación de la opinión pública.

El caso práctico de esta tesina será medir la Opinión Pública (favorable o desfavorable) del candidato a la presidencia de la República, Andrés Manuel López Obrador

### **1. Definición de un tema o problema que exige solución.**

En la actualidad las campañas políticas han adquirido gran trascendencia debido al proceso democrático al que México se enfrenta, en este caso lo que pretendemos hacer es medir la opinión pública que la sociedad tiene del candidato a la presidencia, favorable o desfavorable, como creo esa opinión, ¿a través de los medios de comunicación, la propaganda empleada por la coalición de la que es candidato o por la campaña que desarrollaron sus adversarios políticos o por aproximación al trabajo del candidato?

### **2. ¿Cuál es la importancia del problema?, ¿Es este el momento de encararlo?, ¿Es posible darle solución?**

En este caso no planteamos un problema en particular sino más bien como fue tomada la imagen y propuestas del candidato para la formación de la opinión pública que la sociedad tiene sobre él. La importancia para este trabajo es medir la opinión, para ver como se comporta la sociedad mexicana, ya que las encuestas que marcan electorales no marcan de una

manera amplia la opinión pública sobre el candidato, más bien marcan únicamente las tendencias electorales, es decir, solo miden las intenciones de voto de la sociedad.

### 3. Adelanto de soluciones o posibles planes.

La hipótesis que planteo en esta tesis es que la opinión pública en México es aun muy incipiente, lo anterior lo planteo en dos puntos, el primero porque los estudios de opinión pública como lo manejan las empresas que se dedican a la aplicación de encuestas se dedican únicamente a medir (principalmente) las intenciones de voto y dejan de lado la verdadera opinión pública de la sociedad, aunque en realidad estas encuestas de opinión son más bien utilizadas para ver como la sociedad percibe al candidato antes de presentarlo como tal, que es lo que menos les agrada de él y resaltar sus virtudes, esto con dos intenciones, la primera para minimizar los “defectos” y ampliar las “virtudes” del candidato y sea recibido de una mejor manera en la sociedad al presentarlo como tal.

### 4. De las conversaciones, discursos, debates y escritos, los individuos alcanzan cierto grado de consenso.

El interés sobre este candidato surge porque creo que de los tres resulta ser desde punto de vista el más interesante para un análisis de opinión pública, ¿por qué?, debido a que el personaje se ha enfrentado a muchas situaciones incluso antes de ser candidato a la presidencia y como Jefe de Gobierno del Distrito Federal (el proceso de desafuero que se siguió en su contra), además de las opiniones tan encontradas que los especialistas encontraban en él, los programas de debates donde se dedicaban a criticarlo por un lado mientras alguien más se dedicaba a su defensa. Sin embargo, mientras más transcurrían los días y la elección cada vez se acercaba más, llegó un momento en el que la mayoría de los noticieros mostraban una falta de equidad entre los candidatos.

La encuesta me ayudará debido a que tomaremos en cuenta varias situaciones referentes a AMLO, desde sus funciones en el Gobierno del Distrito Federal hasta la situación que se ha vivido después de la elección del dos de julio de 2006, las reacciones post- electorales que vivimos, como

el plantón en Paseo de la Reforma, o la toma de protesta que tiene planeada Andrés Manuel como presidente legítimo para este 20 de noviembre.

## **ANEXOS**

### ENCUESTA DIRIGIDA ÚNICAMENTE A MAYORES DE EDAD

SEXO: \_\_\_\_\_

EDAD: \_\_\_\_\_

OCUPACIÓN: \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL: \_\_\_\_\_

ESCOLARIDAD: \_\_\_\_\_

DELEGACIÓN DONDE VIVE: \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO

En las preguntas de opción múltiple, señale la respuesta que usted considere correcta

1. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse sobre la vida política del país? (Puede marcar más de uno)

- 1) Televisión
- 2) Periódicos
- 3) Radio
- 4) Medios electrónicos
- 5) Medios de comunicación extranjeros

2. ¿Conoce usted a Andrés Manuel López Obrador?

a) SI

b) NO

3. Podría escribir al menos dos cargos que haya ocupado López Obrador en la vida política del país

4. Podría escribir una sola palabra que para usted defina a López Obrador

5. ¿Cómo calificaría los cargos públicos que López Obrador ha tenido en el escenario político del país?

- a) Muy Buenos                      b) Buenos                      c) Regulares
- d) Malos                              e) Muy malos

6. ¿Cómo calificaría las obras públicas impulsadas durante la gestión de López Obrador en el Distrito Federal?

- a) Buenas y de gran beneficio para la sociedad
- b) Innecesarias

7. ¿Está usted de acuerdo con el programa social que impulso en el Distrito Federal (apoyos a adultos mayores y madres solteras)?

- a) SI    b) NO

8. Del uno al diez ponga usted una calificación a la gestión de López Obrador en el DF., siendo el 5 la calificación más alta y el cero la más baja

0      1      2      3      4      5

9. ¿Qué opina del proceso de desafuero al que fue sometido López Obrador en abril del 2004 por supuesto desacato a la ley?

- a) nunca desacato la ley, únicamente fue una táctica política de sus adversarios
- b) fue justo, porque si desacato la ley
- c) creo que si desacato la ley, pero no era necesario el juicio de desafuero

10. ¿Cree usted que fue legítima la situación en la que López Obrador consiguió la candidatura a la presidencia por su partido?

a) SI

b) NO

11. Durante la campaña usted cree que las propuestas de AMLO fueron:

- a) Buenas
- b) Regulares
- c) Malas

12. Se identifico con alguna de las propuestas de campaña de AMLO

- a) Si con todas
- b) Con algunas
- c) No con ninguna

13. Cree que las propuestas de AMLO son:

- a) lo que el país necesita para salir adelante
- b) en algunas cosas está bien, pero necesita mejorarlas
- c) está totalmente alejado de la realidad del país

14. Cree usted que la campaña que los adversarios políticos de AMLO emprendieron en su contra fue:

- a) Excesiva y llena de mentiras
- b) en algunas cosas tenían razón pero en muchas mintieron
- c) la adecuada, para evitar que ganara

15. Recuerda cuál fue el calificativo de AMLO para la oposición:

- a) SI      fue: \_\_\_\_\_      b) NO

16. El calificativo fue:

- a) Excesivo
- b) El que merecía
- c) Un calificativo sin importancia

17. Cree que la campaña de desprestigio en su contra fue:

- a) Benéfica, obtuvo muchos simpatizantes
- b) Dañina, perdió muchos votos
- c) Ni le benefició ni le perjudicó

18. La imagen de AMLO le refleja:

- a) seguridad
- b) confianza
- c) inseguridad
- d) autoridad
- e) autoritarismo

19. Si usted hubiera votado por AMLO su voto hubiera sido por:

- a) convicción
- b) por voto útil
- c) por influencia
- d) por que creo que es malo pero los otros eran peores que él
- e) nunca hubiera votado por él

20. Cree usted que AMLO fue el ganador real de la elección presidencial

- a) Si
- b) No

21. Apoya usted la teoría del fraude

- a) si
- b) no

22. Después de la elección del 2 de julio, ¿ha cambiado su percepción sobre AMLO?

- a) si
- b) no

23. Ha usted asistido a alguna de las reuniones convocadas por AMLO en el Zócalo después de las elecciones

- a) si
- b) no

24. ¿Qué opinión le merecen este tipo de actos?

- a) Buena, creo que todos tienen derecho a reunirse libremente
- b) No me merecen ningún tipo de opinión, ni buena ni mala
- c) Mala, no creo que haya motivo para reunirse

25. ¿Está usted de acuerdo en el plan de la Resistencia Civil Pacífica impulsada por AMLO y su equipo?

- a) sí, estoy de acuerdo y trato de llevarla a cabo
- b) creo que es bueno pero es imposible llevarlo a cabo
- c) no, no me interesa

26. ¿Cree usted que la Resistencia Civil Pacífica convocada por AMLO, es síntoma de un sistema democrático?

- a) sí
- b) no

27. ¿Está de acuerdo en el mega plantón que se llevo a cabo en Paseo de la Reforma?

- a) sí, fue una demanda que nunca se había hecho en México
- b) creo que tenían razones para manifestarse, pero no de esa forma
- c) no, mucha gente fue perjudicada

28. ¿Quién cree usted que fueron los más perjudicados por el mega plantón?

- a) los grandes empresarios
- b) los que trabajan y viven en esa zona
- c) toda la sociedad en general

29. ¿Cuál cree usted que fue la razón para que se hiciera el mega plantón?

- a) una medida de protesta ante el fraude electoral del 2 de julio
- b) una medida de presión para que el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación fallara a favor de AMLO

c) un capricho de AMLO

30. ¿Visitó usted alguna vez los campamentos del mega plantón?

a) sí

b) no

31. ¿Qué opinión daría usted a los campamentos?

a) buenos

b) ni buenos ni malos

c) malos

32. ¿Cómo fue el desempeño del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación ante el fallo para nombrar al presidente electo?

a) Bueno, actuó como debía

b) Malo hubo muchas irregularidades en el fallo

33. ¿Qué opinión le merecen las declaraciones de AMLO sobre la situación política del país?

a) verdaderas

b) algunas son verdaderas pero otras no

c) falsas

34. ¿Cree usted que la demanda de AMLO es legítima?

a) sí

b) no sé

c) no

35. En su opinión, el apoyo a AMLO por parte de la sociedad ha:

- a) aumentado, ahora mucha más gente lo apoya
- b) se ha mantenido igual
- c) ha disminuido debido a sus acciones

36. ¿Cree usted que sea correcto que AMLO se autotitule presidente legítimo?

- a) sí
- b) no sé
- c) no

37. ¿Cuál cree usted que fue la razón para cancelar el desfile del 20 de noviembre?

- a) por otras razones como presupuesto, la falta de deportistas, etc.
- b) porque la gente de AMLO va a estar en el zócalo ese día
- c) para crear antipatía por AMLO

38. ¿Cree usted que la democracia del país se ha fortalecido?

- a) no
- b) no sé
- c) sí

39. ¿Qué fuerza cree usted que tienen las instituciones políticas de nuestro país después de lo ocurrido en las elecciones?

- a) ninguna, todas las instituciones respondieron a un solo interes contra AMLO
- b) igual
- c) mucha, incluso más que antes

40. ¿Cree usted que en realidad Fox apoyo y ayudo al candidato de su partido en las pasadas elecciones?

- a) si, mucho
- b) solamente en algunas cosas
- c) no en nada

41. ¿Está usted de acuerdo en la participación directa que tuvieron empresas de grandes capitales económicos en las campañas políticas para apoyar a un solo candidato y expresar su desagrado por el otro? ¿Por qué?

- a) si
- b) no

42. Después de las elecciones del 2 de julio cree que la actuación de AMLO frente a la situación política del país es:

- a) La correcta frente a los actos ocurridos
- b) Ha caído en contradicciones pero creo que ha actuado correctamente
- c) Incongruente con lo dicho durante la campaña

43. Después de las elecciones del 2 de julio, en el país se han dado 2 elecciones más, en Chiapas y en Tabasco, la primera la ganó la Coalición que apoyo a AMLO, la segunda la perdieron frente al PRI, con rumores de fraude. Por lo anterior ¿Cree usted que la imagen de AMLO ha traído esa victoria de Chiapas, poco tiempo después de la elección del 2 de julio y la pérdida de Tabasco, después de ocurridos los actos de Resistencia Civil?

- a) no

b) si

44. Durante las campañas políticas ¿Cómo calificaría usted a los medios de comunicación? Donde el 0 es la calificación más baja y el 5 la más alta

0    1    2    3    4    5

45. Escriba el primer calificativo en el que piense cuando escucha el nombre de AMLO

46. ¿Cree usted que el país enfrenta una inestabilidad política?

a) si

b) no

La pregunta 47 solo se contesta en caso de haber contestado si en la pregunta anterior

47. ¿Quién cree usted que sea el responsable de la inestabilidad política del país?

a) el actual gobierno

b) el presidente electo

c) AMLO

48. Si el día de hoy fueran nuevamente las elecciones usted:

a) votaría por AMLO

b) no lo sé

c) no votaría por AMLO

49. Muestre su preferencia hacia AMLO marcando un número del 0 al 5, donde 0 es total antipatía y 5 es la mayor simpatía.

0 1 2 3 4 5

50. Cree usted que la situación política del país será:

- a) peor que la del sexenio anterior
- b) igual que la del sexenio anterior
- c) mejor que la del sexenio anterior

### ***ESTRUCTURA DE LA ENCUESTA***

La encuesta está compuesta por un total de 50 preguntas, se establecerá un valor de 0 a 5 puntos a cada una de las respuestas correspondientes a las 50 preguntas que contiene la encuesta. La suma máxima de puntos será de 250 puntos, mientras que la mínima será de 5 puntos.

La escala de puntos para cada una de las respuestas de las 50 preguntas es la siguiente:

Para la pregunta 1 se asignará un punto a cada respuesta, mientras más respuestas se marque, más puntos se sumarán.

Para la pregunta 2 se asignarán 5 puntos a la respuesta “a” y 0 a la respuesta “b”.

Para la pregunta 3 se esperan dos respuestas, que fue Presidente del Comité Ejecutivo Nacional de su Partido, el PRD y Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, si solo contestara a un cargo se le asignarán 3 puntos, en caso de contestar los dos se le darán 5 puntos y si no existe respuesta, se darán 0 puntos.

Para la pregunta 4, a cualquier calificativo que se ponga se asignarán 5 puntos.

Para la pregunta 5, a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, a la respuesta “b” se asignarán 3 puntos, a la respuesta “c” se asignarán 2 puntos, para la respuesta “d” 1 punto y para la “e” 0 puntos.

Para la pregunta 6 y 7 a la respuesta “a” se darán 5 puntos y a la “b” 0 puntos.

Para la pregunta 8 se asignarán la cantidad de puntos según el número que sea marcado.

Para la pregunta 9, a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, a la “b” 0 puntos y a la “c” 2 puntos

Para la pregunta 10, a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos y a la “b” 0 puntos.

Para la pregunta 11, 12, 13 y 14 a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, a la “b” 2 y a “c” 0 puntos.

Para la pregunta 15 a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos a la “b” 0 puntos

Para la pregunta 16 y 17 a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, para la “b” 0 puntos y para “c” 2 puntos.

Para la pregunta 18 y 19 a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, para “b” 3, para “c” 2, para “d” 1, y para “e” 0 puntos.

Para la pregunta 20, 21, 22, 23 a la respuesta “a” se asignarán 5, para “b” 0.

Para la pregunta 24 y 25, a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, para “b” 2 y para “c” 0 puntos.

Para la pregunta 26 se asignarán 5 puntos para la respuesta “a” y 0 puntos para la respuesta “b”

Para la pregunta 27, 28 y 29 a la respuesta “a” se asignarán 5 puntos, para “b” 2 y para “c” 0 puntos.

Para la pregunta 30 a la respuesta “a” serán 5 puntos y 0 para “b”.

Para la pregunta 31 a la respuesta “a” se darán 5 a “b” 2 y a “c” 0 puntos.

Para la pregunta 32 para la respuesta “a” se darán 5 y 0 para “b”

Para las preguntas 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39 y 40 para la respuesta “a” se darán 5, para “b” 2 y para “c” 0 puntos.

Para la pregunta 41 a la respuesta “a” se asignarán 5 y a “b” 0 puntos.

Para la pregunta 42 a la respuesta “a” se darán 5, para “b” 2 y para “c” 0 puntos.

Para la pregunta 43 a la respuesta “a” se asignarán 5 y a “b” 0 puntos.

Para la pregunta 44 se darán los puntos según el número que sea marcado.

Para la pregunta 45 a cualquier calificativo que se escriba se darán 5 puntos.

Para la pregunta 46 a la respuesta “a” se asignarán 5 y a “b” 0 puntos.

Para la pregunta 47 y 48 para la respuesta “a” se darán 5, para “b” 2 y para “c” 0 puntos.

Para la pregunta 49 se darán los puntos según el número que sea marcado.

Para la pregunta 50 para la respuesta “a” se darán 5, para “b” 2 y para “c” 0 puntos.

Tomando en cuenta que contamos con un total de 50 preguntas de las cuales 17 nos ayudarán a esclarecer la Comunicación Política, pero solamente 10 de éstas miden puramente a la Comunicación, ya que las 7 restantes comparten la medición de la Opinión Pública, por lo tanto entregaremos resultados diferentes.

Los resultados quedaran de la siguiente manera:

Total de preguntas: 50= 250 puntos= 100%

Total de preguntas para Opinión Pública: 40= 200 puntos

a) 5 a 65 puntos: Opinión Pública desfavorable hacia AMLO

b) 66 a 134 puntos: Opinión Pública neutra hacia AMLO

c) 135 a 200 puntos: Opinión Pública favorable hacia AMLO

Total de preguntas para Comunicación Política: 17 preguntas= 85 puntos

a) de 5 a 25 puntos: Comunicación Política insípida con el sistema político

b) de 26 a 55 puntos: Comunicación Política neutra con el sistema político

c) de 56 a 85 puntos: Comunicación Política buena con el sistema político

### *ANÁLISIS DE DATOS ESTADÍSTICOS OBTENIDOS EN LA ENCUESTA*

Para obtener un resultado con el cual podamos establecer la Comunicación Política que existe en la sociedad y la Opinión Pública que la sociedad tiene de Andrés Manuel López Obrador utilizamos la encuesta antes presentada, la cual nos sirvió de apoyo en nuestra investigación, ésta fue aplicada durante la primera quincena de noviembre del presente año, posteriormente codificamos y analizamos los resultados obtenidos, para después procesarlos en EXCEL.

Las encuestas se distribuyeron en el Distrito Federal, repartidas en las 16 delegaciones, las personas encuestadas fueron elegidas al azar, únicamente debían ser mayores de edad para poder contestarla; se dio una distribución de 120 cuestionarios, de los cuales existió una pérdida de 19 cuestionarios, por lo tanto los casos analizados fueron 101.

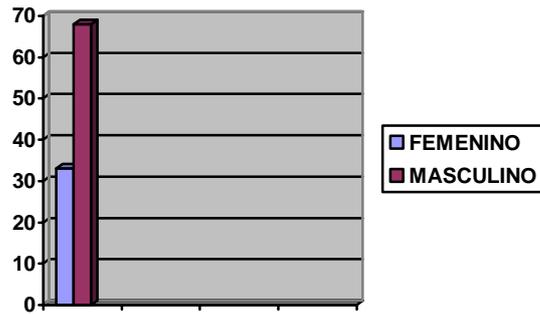
A continuación desarrollaremos los resultados obtenidos:

En referencia a la composición de nuestra población encuestada de acuerdo al sexo se compuso de la siguiente manera:

SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	33	32.7
MASCULINO	68	67.3
TOTAL	101	100.0

Lo anterior queda expresado en esta gráfica:

**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**

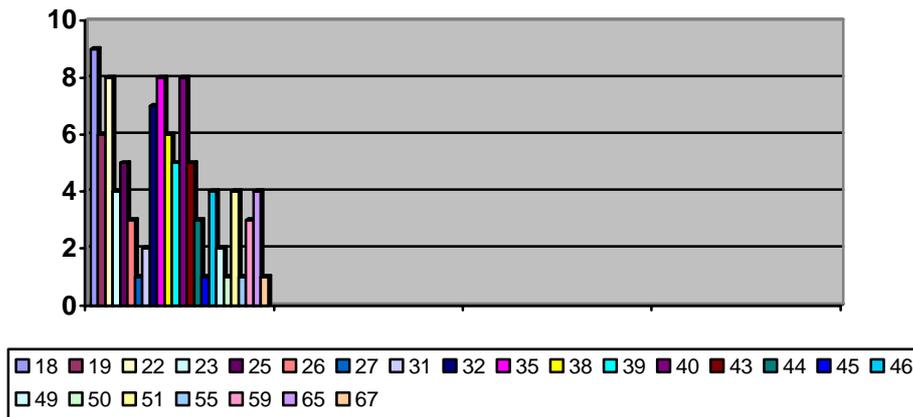


Las edades que encontramos en nuestra población encuestada se expresa de la siguiente manera:

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18	9	9.0
19	6	6.0
22	8	8.0
23	4	3.9
25	5	5.0
26	3	3.0
27	1	1.0
31	2	2.0
32	7	6.9
35	8	7.9
38	6	6.0
39	5	5.0
40	8	8.0
43	5	4.9
44	3	2.9
45	1	1.0
46	4	4.0
49	2	2.0
50	1	1.0
51	4	4.0
55	1	1.0
59	3	3.0
65	4	4.0
67	1	1.0
TOTAL	101	100.0

En la gráfica se expresa de la siguiente manera:

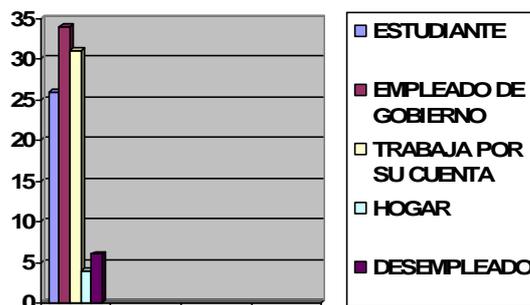
**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**



Las ocupaciones que encontramos fueron diversas, por lo cual decidimos agruparlos en cinco para que fuera más sencillo.

OCUPACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ESTUDIANTE	26	25.74
EMPLEADO DE GOBIERNO	34	33.67
TRABAJA POR SU CUENTA	31	30.70
HOGAR	4	3.97
DESEMPLEADO	6	5.92
TOTAL	101	100.0

Gráficamente:

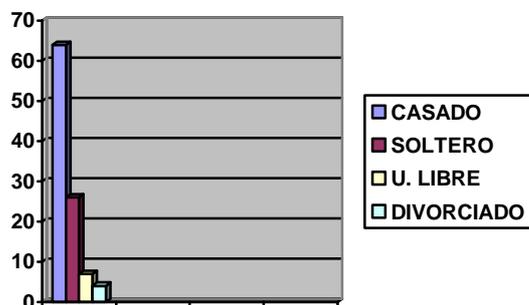


En referencia al Estado Civil al que correspondían nuestros encuestados:

EDO. CIVIL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CASADO	67	63.4
SOLTERO	26	25.7
UNIÓN LIBRE	7	6.9

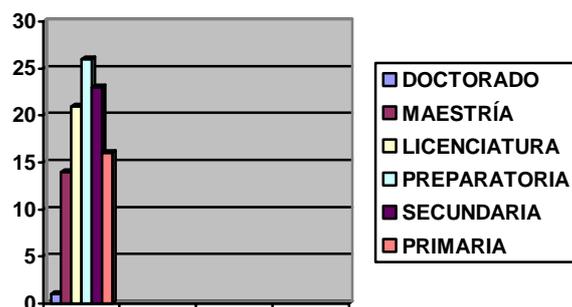
**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**

DIVORCIADO	4	4.0
TOTAL	101	100.0



En la categoría referente al nivel escolar encontramos los siguientes resultados:

ESCOLARIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DOCTORADO	1	1.0
MAESTRÍA	14	13.9
LICENCIATURA	21	20.8
PREPARATORIA	26	25.7
SECUNDARIA	23	22.8
PRIMARIA	16	15.8
TOTAL	101	100.0

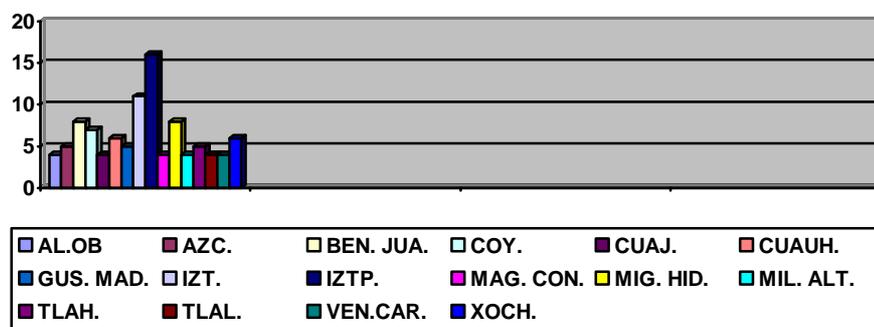


La distribución de los cuestionarios fue de la siguiente manera:

DELEGACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ALVARO OBREGÓN	4	3.96

**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**

AZCAPOTZALCO	5	4.95
BENITO JUAREZ	8	7.92
COYOACÁN	7	6.93
CUAJIMALPA	4	3.96
CUAUHTEMOC	6	5.94
GUSTAVO A. MADERO	5	4.95
IZTACALCO	11	10.89
IZTAPALAPA	16	15.85
MAGDALENA CONTRERAS	4	3.96
MIGUEL HIDALGO	8	7.92
MILPA ALTA	4	3.96
TLAHUAC	5	4.95
TLALPAN	4	3.96
VENUSTIANO CARRANZA	4	3.96
XOCHIMILCO	6	5.94
TOTAL	101	100.0



Después presentar los datos estadísticos que arrojo nuestra encuesta, analizaremos ahora los datos que arrojan los cuestionarios con respecto a la variable.

Con base en el puntaje que previamente establecimos, y con la ayuda de la hoja de cálculo de Excel, aquí solo presentaremos los resultados promedios que las variables arrojaron, es decir, daremos el promedio de cada variable que previamente sometimos ya a la hoja de calculo, para al final, calcular la puntuación que los encuestados alcanzaron y con respecto a ello, otorgar una clasificación dentro de los parámetros que previamente también ya habíamos establecido.

*INTERPRETACIÓN DE LAS FRECUENCIAS DE RESPUESTAS ALCANZADAS EN LA ENCUESTA PARA MEDIR LA COMUNICACIÓN POLÍTICA Y LA OPINIÓN PÚBLICA SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR.*

Casos analizados: 101= 100%

A continuación desglosaremos variable por variable, cual fue el comportamiento de nuestra población encuestada. (Debemos recordar que a cada pregunta le daremos el término de variable).

A cada pregunta se le sacará un puntaje, sumando los puntos que se obtuvieron y dividiéndolos entre el número de casos, es decir, 101, para así obtener el puntaje por variable y el porcentaje que representa; al final se presentara una lista con estos datos ordenados.

VARIABLE 1. Esta pregunta se refiere a los medios de comunicación que utilizan nuestros encuestados para conocer sobre la situación que enfrenta el país, se daban cinco opciones de respuesta con la posibilidad de responder a más de uno o a todas, por cada una que tacharan se otorgó un punto, ya que nos habla de una persona que obtiene mayor información, por lo tanto la formación de su opinión no se forma por la opinión de uno sino que en la formación de esta influyen muchos más.

En esta pregunta 59 personas marcaron 3 cuadros, por lo que se les dio 3 puntos, 16 personas marcaron 4 cuadros, por lo que se les dio 4 puntos, 26 personas contestaron a los 5 cuadros, por lo tanto se les dieron 5 puntos, ninguno de nuestros encuestados contestaron a menos de 3 cuadros. Por lo anterior las respuestas quedaron de la siguiente forma:

59 personas= 3 pts.= 177 pts.

16 personas= 4 pts.= 64 pts.

26 personas= 5 pts.= 130 pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_

371 PTS. / 101= 3.67

Lo anterior lo interpretamos como que el promedio de las personas encuestadas se informa de más de 3 medios de comunicación.

VARIABLE 2: Esta pregunta corresponder a saber si la gente conocía quién era Andrés Manuel López Obrador, a lo que los 101 encuestados contestaron afirmativo. Por lo tanto aquí no es necesario ninguna operación, ya que queda claro que a esta pregunta corresponden 5 puntos.

VARIABLE 3: Esta pregunta correspondía a saber si la gente conocía cuales eran los cargos que había ocupado AMLO durante su carrera política, en este caso encontramos que 73 personas solo contestaron uno que fue Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, y 28 contestaron dos cargos de ellos, 5 contestaron Jefe de Gobierno y Presidente de Comité Ejecutivo Nacional del Partido de la Revolución Democrática, y 23 personas contestaron Jefe de gobierno y candidato del PRD al gobierno de Tabasco.

Los puntos quedaron así:

73 personas= 3 pts.= 219 pts.

28 personas= 5 pts.= 140 pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

359 pts. / 101= 3.55

VARIABLE 4: Para la variable cuatro se otorgaban cinco puntos a todos, ya que solo se pedía definir en una palabra a AMLO, por lo tanto en este caso son 5pts por la variable. Sin embargo en la gráfica que se presenta a continuación se presentan las palabras que los encuestados usaron, es claro que solo tomo 5 palabras (por cuestión de espacio y claridad en la gráfica), y dentro de estas se agruparon las respuestas.

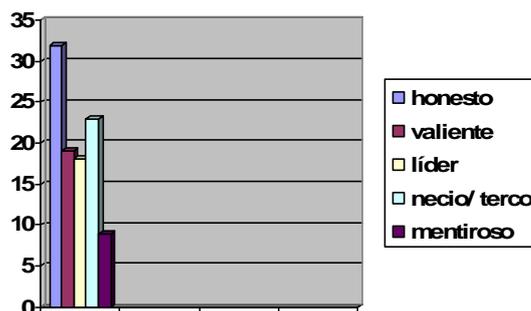
32 personas= honesto

19 personas= valiente

18 personas= líder

23 personas= necio/ terco

9 personas= mentiroso



Como podemos ver en lo anterior el 68.31% de los encuestados califica a AMLO con una palabra positiva, mientras que el resto con una negativa.

101 personas= 5pts.= 505pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

$505\text{pts.}/101= 5\text{pts.}$

VARIABLE 5: Esta pregunta se refería a calificar los cargos que AMLO ha tenido en el escenario político, al menos el más conocido que el de Jefe de Gobierno. Las respuestas quedaron de la siguiente manera:

13 personas= 5pts.= 65pts.

22 personas=3pts.= 66pts.

51 personas= 2pts.= 102pts.

12 personas= 1pts.= 12pts.

0 personas= 0pts.= 0pts.

Total= \_\_\_\_\_

$245\text{pts.} / 101= 2.42$

VARIABLE 6: A la variable 6 que se refería a calificar las obras públicas que realizó AMLO durante su gobierno en el D.F. las respuestas quedaron así: 12 personas, contestaron la opción b, que refería que las obras realizadas por AMLO eran innecesarias, y solo 12 personas tomaron la opción a, que se refería a que las obras eran buenas y de gran beneficio, quedando así los resultados:

89 personas= 0pts.=0pts.

12 personas= 5pts.= 60pts.

Total= \_\_\_\_\_

60pts./ 101= 0.59pts.

VARIABLE 7. LA variable 7 se refería a conocer si la gente estaba de acuerdo con parte del programa social impulsado en mayor cantidad durante el gobierno de AMLO en el D.F., a lo que 93 personas respondieron que si, la opción “a” y 8 respondieron que no, la opción “b”, los resultados quedaron así:

93 personas=5pts.= 465pts.

8 personas=0pts.=0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_

465pts./ 101= 4.60pts

VARIABLE 8. En la variable 8 pedimos a los encuestados que otorgaran una calificación del 0 al 5 a la gestión de AMLO en el gobierno del D.F., siendo 0 la calificación más baja y 5 la más alta, de las personas encuestadas, 3 personas dieron calificación de 0, 11 dieron 1, 16 dieron 2, 47 dieron 3, 13 dieron 4 y 11 dieron 5, los resultados quedaron así:

3 personas=0pts.=0pts.

11 personas=1pts.= 11pts.

16 personas=2pts.=32pts.

47 personas=3pts.= 141pts.

13 personas=4pts.= 52pts.

11 personas=5pts.= 55pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_

291pts./ 101= 2.88pts.

VARIABLE 9. La variable 9 pidió la opinión sobre el proceso de desafuero al que fue sometido AMLO, donde 27 personas respondieron con la opción

a, que se refería a expresar que el desafuero solo fue una táctica de sus adversarios, y que nunca desacato la ley, 5 personas respondieron que el proceso fue justo porque sí desacato la ley, y finalmente 69 personas optaron por la opción c, que se refería a que pensaban que si desacató la ley, pero no era necesario el juicio de desafuero al que fue sometido.

Los resultados quedaron así:

27 personas=5pts.= 135pts.

5 personas=0pts.= 0pts.

69 personas=2pts.= 138pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_

273pts./ 101= 2.70pts.

VARIABLE10. La variable 10, que se refería a contestar si la situación en la que AMLO consiguió la candidatura a la presidencia del país por su partido, los encuestados respondieron: 93 personas contestaron a, que era una respuesta afirmativa, y solo 8 contestaron b, que era una respuesta negativa, por lo tanto los resultados quedaron de la siguiente manera:

93 personas=5pts.= 465pts.

8 personas= 0pts.=0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_

465PTS./ 101= 4.60pts.

VARIABLE 11. En la variable 11 los encuestados contestaron acerca de cómo calificaban las propuestas de AMLO durante la campaña, a lo que contestaron: 53 personas dijeron que eran buenas, que era la opción a, 38 optaron por la opción b que las calificaban como regulares, y solo 10 contestaron la opción c, que se refería a que las propuestas eran malas. Los resultados quedaron así:

53 personas=5pts.= 265pts.

38 personas=2pts.= 76pts.

10 personas=0pts.= 0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_

341pts./ 101= 3.37pts.

VARIABLE 12. La variable 12, correspondía a contestar si nuestros encuestados se habían identificado sobre alguna de las propuestas hechas por AMLO durante su campaña, a lo que 45 personas contestaron con a, que reflejaba que si estaban de acuerdo con todas las propuestas, 48 contestaron con b, que decía que se reflejaban con algunas de las propuestas y que debía mejorarlas, y solo 6 contestaron con c que decía que sus propuestas estaban totalmente alejadas de la realidad del país. Los resultados quedaron así:

45 personas=5pts.= 225pts.

48 personas=2pts.= 96pts.

8 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_  
321pts/ 101= 3.17pts.

VARIABLE 13. La variable 13, nos ayudo a calificar las propuestas de AMLO, donde 46 personas respondieron con la opción a que decía que las propuestas eran lo que el país necesita, 49 personas optaron por la b, donde decía que en algunas propuestas estaba bien pero que necesita mejorarlas, y 6 personas contestaron con la opción c, donde decía que las propuestas estaban totalmente alejadas de la realidad del país. Los resultados quedaron así:

46 personas=5pts.= 230pts.

48 personas=2pts.= 96pts.

8 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_  
326pts./ 101= 3.22pts.

VARIABLE 14. La variable 14, se refería a que nuestros encuestados contestaron como les pareció la campaña que los adversarios de AMLO emprendieron en su contra, a lo que nuestra población contestó: 79 personas pensaron que fue excesiva y llena de mentiras, con la opción a , 16 pensaron que en algunas cosas tenían razón, pero que en otras mintieron,

con la opción c, y por último sólo 6 optaron por decir que era la adecuada para evitar que ganará, con la opción c, los resultados quedaron de la siguiente manera:

79 personas=5pts.=395pts.

16 personas=2pts.=32pts.

6 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

427pts./ 101= 4.22pts.

VARIABLE 15. La variable 15, se formuló para analizar como había penetrado la propaganda emprendida por la oposición de AMLO para derrotarlo, la pregunta era si los encuestados recordaban el calificativo que la oposición puso a AMLO, 98 personas contestaron que si, con la opción a, y de los que contestaron que si, solo 2 no escribieron el calificativo, todos los demás escribieron “Peligro para México”, sólo 3 personas contestaron que no, los resultados quedaron así:

98 personas=5pts.= 490pts.

3 personas=0pts.=0pts.

TOTAL:\_\_\_\_\_

490pts./101= 4.85pts.

VARIABLE 16. La variable 16, pedía que expresaran como les había parecido el calificativo, a lo cual 85 personas contestaron con la opción a, que expresa que el calificativo fue excesivo, sólo 6 personas dijeron que era el que merecía en la opción b, y 12 personas dijeron que fue un calificativo sin importancia, en la opción c, los resultados quedaron así:

83personas=5pts.= 415pts.

6 personas=0pts.=0pts.

12 personas=2pts.=24pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

439pts./101= 4.34pts.

VARIABLE 17. La variable 17, pregunta a nuestros encuestados cuál fue el papel que tuvo la campaña de desprestigio de la oposición para con AMLO,

a lo cual se contestó, 11 personas a la opción a diciendo que la campaña fue benéfica para él, 63 personas optaron por la opción b, diciendo que la campaña fue dañina, y finalmente 27 personas optaron por la c, la cual dice que la campaña ni le beneficio ni le perjudico. Los resultados quedaron así:

11 personas=0pts.=0pts.

63 personas=5pts.=315pts.

27 personas=2pts.=54pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

369pts./ 101= 3.65pts.

VARIABLE 18. Con la variable 18, esperamos obtener una medición de cómo percibe la gente la imagen de AMLO a través de un calificativo, si bien arriba ya lo habíamos hecho, en este caso, asignamos cinco calificativos, 32 personas optaron por la opción a, la palabra seguridad, 26 personas optaron por la opción b, la palabra confianza, 22 personas optaron por la opción c, que era autoridad, 8 para la opción d con la palabra inseguridad, y por último 13 personas optaron por la opción e con la palabra autoritarismo. Los resultados quedaron así:

32 personas=5pts.= 160pts.

26 personas=3pts.= 78pts.

22 personas=2pts.= 44pts.

8 personas=1pts.= 8pts.

13 personas=0pts.=0pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

290pts./ 101= 2.87pts.

VARIABLE 19. La variable 19, corresponde a la pregunta, si los encuestados hubieran votado por AMLO, ¿Cuál hubiera sido la razón de su voto?, se dieron cinco opciones, de la opción “a” a la “e”, la primera fue mencionada por 59 personas, la segunda por 24 personas, la tercera por ninguna persona, la cuarta fue mencionada por 18 personas y la quinta fue mencionada por cinco personas. Los resultados quedaron así:

59 personas=5pts.= 295pts.

24 personas=3pts.= 72pts.

0 personas=2pts.=0pts.

18 personas=1pts.=18pts.

5 personas=0pts.=0pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

$$385\text{pts.}/101=3.81\text{pts.}$$

VARIABLE 20. La variable 20 se refiere a conocer la opinión sobre si cree que AMLO fue el ganador real de las elecciones del 2 de julio, de los encuestados, 79 personas contestaron afirmativamente y 22 negativamente.

Los resultados quedaron así:

79 personas=5pts.= 395pts.

22 personas=0pts.=0pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

$$395\text{pts.}/101=3.91$$

VARIABLE 21. La variable 21, se correlaciona directamente con la variable 20, ya que de una desprende la respuesta de la otra, los resultados reflejaron la misma correlación sin variar en los resultados, 79 personas contestaron que si apoyan la teoría del fraude electoral, mientras que 22 no la apoyan, lo resultados enseguida:

79 personas=5pts.= 395pts.

22 personas=0pts.=0pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

$$395\text{pts.}/101=3.91$$

VARIABLE 22. La variable 22, nos ayudó a medir si es que ha cambiado la percepción de la gente sobre AMLO, ante lo cual las respuestas fueron, 52 personas dijeron que si había cambiado su percepción de AMLO, mientras que 49 dijeron que no habían cambiado su opinión. Los resultados quedaron así:

52 personas= 5pts.= 260pts.

49 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL:\_\_\_\_\_

$$260\text{pts.}/101= 2.57\text{pts.}$$

VARIABLE 23. La variable 23, es para medir el apoyo que AMLO ha recibido, de nuestra muestra los resultados fueron los siguientes, 45 personas mencionaron la opción a, que si han asistido a alguna de las reuniones convocadas por AMLO en el Zócalo, mientras que 56 mencionaron la opción b, que refiere no haber asistido a ninguna de las reuniones convocadas. Los resultados a continuación,

$$45 \text{ personas}=5\text{pts.}= 225\text{pts.}$$

$$56 \text{ personas}=0\text{pts.}= 0\text{pts.}$$

$$\text{TOTAL}=\frac{\quad}{225\text{pts.}/ 101= 2.22\text{pts.}}$$

VARIABLE 24. Esta variable es para medir la opinión sobre los actos convocados por AMLO, las opiniones se dividieron así: 73 personas optaron por la opción a, la cual decía que su opinión era buena , ya que todos tenían derecho a reunirse libremente, 19 personas optaron por la opción b, que decía que estos actos no le merecían ningún tipo de opinión, ni buena ni mala, y solo 9 personas optaron por la opción c, la que decía que su opinión sobre estos actos era mala, ya que pensaban que no existía ningún motivo para reunirse. Los resultados quedaron así:

$$73 \text{ personas}= 5\text{pts.}= 365\text{pts.}$$

$$19 \text{ personas}= 2\text{pts.}= 38\text{pts.}$$

$$9 \text{ personas}= 0\text{pts.}= 0\text{pts.}$$

$$\text{TOTAL}=\frac{\quad}{403\text{pts.}/ 101= 3.99\text{pts}}$$

VARIABLE 25. Esta variable preguntaba a nuestros encuestados si estaban de acuerdo en el plan de resistencia civil que AMLO impulsó, las respuestas fueron las siguientes: 49 personas contestaron con la opción a que decían que si estaban de acuerdo y trataban de llevarlo a cabo, 44 personas contestaron que era bueno ese plan, pero que era imposible llevarlo a cabo, y 8 contestaron que no les interesa, los resultados quedaron así:

49 personas= 5pts.= 245pts.

44 personas= 2pts.= 88pts.

9 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_  
333pts./ 101= 3.29pts.

VARIABLE 26. La variable 26 nos ayudó a conocer cual es la opinión de los encuestados sobre si creen que la resistencia civil pacífica convocada por AMLO es síntoma de un sistema democrático, los encuestados contestaron así: 73 personas contestaron que si, con la opción a, y 28 contestaron que no, con la opción b, a continuación los resultados:

89 personas= 5pts.= 445pts.

12 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_  
445pts./ 101= 4.40pts.

VARIABLE 27. La variable 27 se refiere a conocer la opinión que tiene la gente sobre el mega plantón que se llevo a cabo en paseo de la reforma, a lo que los encuestados contestaron así: 19 personas si estuvieron de acuerdo en la opción a y piensan que fue una demanda que nunca se había hecho en México, 57 personas contestaron con la opción b, donde piensan que la gente de AMLO tiene derecho a manifestar su desacuerdo pero no de esa forma, y por último 25 personas estuvieron en desacuerdo en la opción c, ya que piensan que mucha gente fue perjudicada.

19 personas= 5pts.= 95pts.

57 personas= 2pts.= 114pts.

25 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_  
209pts./ 101= 2.06 pts.

VARIABLE 28. Con esta variable pretendíamos conocer cual es la opinión de nuestros encuestados sobre quien o quienes fueron los más perjudicados durante el planton de reforma, y las respuestas fueron las siguientes: 21 personas pensaron que toda la sociedad en general, la opción a, 67 personas pensaron que la gente que vive y trabaja en esa zona, la opción b y 13 personas pensaron que los empresarios que tienen sus negocios cerca fueron los más afectados.

21 personas= 5pts.= 105 pts.

67 personas= 2pts.= 134 pts.

13 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL= \_\_\_\_\_  
239pts/ 101= 2.36pts.

VARIABLE 29. La variable 29 fue para conocer cual pensaban nuestros encuestados que era la razón para el mega plantón, 21 personas pensaron que fue una medida de protesta ante el fraude electoral del 2 de julio en la opción a, 69 personas optaron por la b, que era una medida de presión para que el tribunal electoral fallará a favor de AMLO, y 11 personas optaron por c donde decían que solamente era un capricho de AMLO.

21 personas= 5pts.= 105pts.

69 personas= 2pts.= 138pts.

11 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_  
243pts./ 101= 2.40pts.

VARIABLE 30. Con esta variable pretendíamos conocer si es que los encuestados alguna vez visitaron el mega plantón, a lo 86 personas contestaron que sí, y solamente 15 que no.

86 personas= 5pts.= 430pts.

15 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

430pts./ 101= 4.25pts.

VARIABLE 31. La variable 31 nos sirve para conocer cual es la opinión de nuestros encuestados sobre los campamentos del mega plantón a lo que contestaron: 51 personas piensan que son buenos, 39 tienen una opinión neutra, ni buenos ni malos, y solo 11 contestaron que les parecían malos.

51 personas= 5pts.= 255 pts.

39 personas= 2pts.= 78 pts.

11 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL=\_\_\_\_\_

333pts/ 101= 3.29pts.

VARIABLE 32. En la variable 32 preguntamos como pensaban que fue el desempeño del tribunal electoral en el fallo para declarar ganador de la elección, 86 personas optaron por decir que fue malo, mientras que el resto 15 personas optaron por decir que fue bueno y que el tribunal actuó como debía.

86 personas= 5pts.= 430 pts.

15 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

430pts. /101= 4.25pts.

VARIABLE 33. En esta variable preguntamos que opinión tienen sobre las declaraciones que AMLO ha dado sobre la situación del país, a lo que 58 personas contestaron que son verdaderas, 37 personas piensan que algunas son verdaderas pero otras no, y solo 6 personas piensan que son falsas.

58 personas= 5pts.= 290pts.

37 personas= 2pts.= 74pts.

6 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

364pts./ 101= 3.60pts.

VARIABLE 34. La variable 34 correspondía a saber que pensaba la gente sobre la situación de AMLO, si era legítima o no, 62 personas contestaron que si era legitima, 34 personas dicen no saber y solo 5 dicen que la demanda no es legítima.

62 personas= 5pts.= 310pts.

34 personas= 2pts.= 68pts.

5 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

378pts/ 101= 3.74pts.

VARIABLE 35. Con esta variable pretendemos conocer como percibe la gente el apoyo hacia AMLO, 5 personas creen que ha aumentado, 12 personas piensan que se ha mantenido igual, y 84 personas piensan que ha disminuido debido a sus acciones.

5 personas= 5pts.= 25pts.

12 personas= 2pts.= 24pts.

84 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

49pts./ 101= 0.48pts.

VARIABLE 36. La variable 36 nos ayudó a conocer la opinión de los encuestados sobre si era o no correcto que AMLO se autonoembre presidente legítimo, 21 personas están de acuerdo, 73 personas no saben y 7 personas no creen que sea correcto.

21 personas= 5pts.= 105pts.

73 personas= 2pts.= 146pts.

7 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

251pts./101= 2.48 pts.

VARIABLE 37. En la variable 37 preguntamos cual pensaban que era la razón para cancelar el desfile del 20 de noviembre, 89 personas piensan que es porque la gente de AMLO va a estar en el zócalo ese día, 9 personas piensan que se cancelo para que el gobierno federal se evite problemas, y 3 más piensan que por otras razones como la falta de presupuesto, la falta de deportistas, etc.

89 personas = 5pts.= 445pts.

9 personas= 2pts.= 18pts.

3 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

463pts./ 101= 4.58pts.

VARIABLE 38. La variable 38 es para conocer la opinión de nuestros encuestados sobre si creen que la democracia del país se ha fortalecido, 57 personas piensan que no, 35 más dicen no saber y 9 creen que si se ha fortalecido.

57 personas= 5pts.= 285pts.

35 personas= 2pts.= 70pts.

9 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

$$355\text{pts.} / 101 = 3.51\text{pts.}$$

VARIABLE 39. La variable 39 resulta un poco compleja, ya que pretende conocer como es que nuestros encuestados perciben a las instituciones políticas después de todo lo que han atravesado en los últimos meses. 44 personas piensan que las instituciones políticas no tienen ninguna fuerza, ya que solo respondieron a un solo interés contra AMLO, 45 personas piensan que siguen igual que antes, y 12 personas piensan que las instituciones tienen mucha fuerza, incluso más que antes.

$$44 \text{ personas} = 5\text{pts.} = 220\text{pts.}$$

$$45 \text{ personas} = 2\text{pts.} = 90\text{pts.}$$

$$12 \text{ personas} = 0\text{pts.} = 0\text{pts.}$$

TOTAL \_\_\_\_\_

$$310\text{pts.} / 101 = 3.06\text{pts.}$$

VARIABLE 40. Esta variable es para medir como es que la gente percibía el ambiente de las elecciones, en la variable 40 preguntamos a nuestros encuestados si en realidad pensaban que Fox apoyo y ayudo al candidato de su partido en las elecciones, a lo 82 personas piensan que si lo ayudo y mucho, 13 personas piensan que solo lo ayudo en algunas cosas, mientras que 6 personas piensan que no le ayudo en nada.

$$82 \text{ personas} = 5\text{pts.} = 410\text{pts.}$$

$$13 \text{ personas} = 2\text{pts.} = 26\text{pts.}$$

$$6 \text{ personas} = 0\text{pts.} = 0\text{pts.}$$

TOTAL \_\_\_\_\_

$$436\text{pts.} / 101 = 4.31\text{pts.}$$

VARIABLE 41. La variable 41 nos ayudo a conocer como es que la gente percibió las campañas, ya que la pregunta era si estaban de acuerdo en la participación directa que tuvieron las empresas de grandes capitales

económicos para apoyar a un candidato y desprestigiar al otro, a lo que 87 personas no estuvieron de acuerdo y solo 14 si lo estuvieron.

87 personas= 5pts.= 435pts.

14 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

435pts./ 101= 4.30pts.

VARIABLE 42. La pregunta de la variable 42 era calificar como había sido la actuación de AMLO frente a los hechos ocurridos después de las elecciones del 2 de julio, a lo que 35 personas creen que actuó correctamente, 43 personas creen que ha caído en contradicciones pero aun así creen que es correcta su actuación, y 23 personas piensan que ha sido muy incongruente con respecto a lo que dijo que haría durante su campaña.

35 personas= 5pts.= 175pts.

43 personas= 2pts.= 86pts.

23 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

261pts./ 101= 2.58pts.

VARIABLE 43. Con esta variable pretendimos ver que tanta asociación tienen los encuestados entre los actos políticos, ya que la pregunta era que después de las elecciones hubo dos elecciones más, en Chiapas y Tabasco, la primera la ganaron y la segunda la perdieron, existía alguna relación entre esto y los actos de resistencia civil, ya que la primera elección fue antes de los actos y la segunda después de ocurridos los actos de resistencia civil, a lo que 86 personas contestaron que si había una relación entre los actos ocurridos y 15 contestaron que no tenía ninguna relación.

86 personas= 5pts.= 430pts.

15 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

430pts./101= 4.25pts.

VARIABLE 44. En esta variable pedíamos a nuestros encuestados que calificaran la actuación de los medio de comunicación durante las campañas políticas, donde 0 es la calificación más baja y cinco la más alta, pero la asignación de puntos se haría al contrario es decir para la calificación 0 había 5 puntos y así sucesivamente, las calificaciones quedaron así, 31 personas calificaron con cero, 22 con 1, 25 con 2, 13 con 3, 9 con 4 y solo 1 con 5, y los puntos quedaron así:

31 personas= 5pts.= 155pts.

22 personas= 4pts.= 88pts.

25 personas= 3pts.= 75pts.

13 personas= 2pts.= 26pts.

9 personas= 1pts.= 9pts.

1 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

353pts./101= 3.49pts.

VARIABLE 45. Para esta variable pedimos a los encuestados que escribieran cualquier calificativo en el que pensarán cuando escuchaban el nombre de AMLO, en realidad esta pregunta la hicimos en la variable 4, pero no fue un error, fue con el propósito de ver si a lo largo de la encuesta había cambiado su percepción de AMLO, y en realidad como en la variable 4 agrupamos de la misma forma los calificativos y aquí están los resultados.

101 personas= 5pts.= 505pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

505pts./101= 5pts.

41 personas= honesto

24 personas= valiente

13 personas= líder

17 personas= necio/ terco

6 personas= mentiroso

A continuación presentamos una gráfica:



VARIABLE 46. La variable 46 se refiere a conocer cual es el panorama actual, se les pregunto a los encuestados si creen que el país enfrente una inestabilidad política a lo que 62 personas contestaron que si y solo 39 contestaron que no.

62 personas= 5pts.= 310pts.

39 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

310pts./ 101=3.06pts.

VARIABLE 47. Es importante aclarar que en el cuestionario se aclaraba que esta variable solo la contestaran aquellas personas que pensaban que el país enfrentaba una inestabilidad política, ya que la pregunta es quien cree que es el responsable de esta inestabilidad. De las 62 personas que contestaron esta pregunta, 22 piensan que el actual gobierno es el responsable, 5 piensan que el presidente electo, y 12 piensan que AMLO es el responsable.

22 personas= 5pts.= 110pts.

5 personas= 2pts.= 10pts.

12 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

120pts/62= 1.93pts.

VARIABLE 48. En esta variable se preguntaba si hoy fuera nuevamente el día de las elecciones usted: 49 personas contestaron que votarían por AMLO, 27 contestaron que no sabían, y 25 contestaron que no votarían por AMLO

49 personas= 5pts.= 245pts.

27 personas= 2pts.= 54pts.

25 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

299pts./101= 2.96pts.

VARIABLE 49. En esta variable pedimos a nuestros encuestados que marcaran su preferencia por AMLO del cero al cinco, donde el cero es total antipatía y el cinco es la mayor simpatía, así mismo se asignaron los puntos. 25 personas marcaron el cinco, 23 personas marcaron el 4, 38 el 3, 8 el 2, 5 el 1 y 2 el 0

25 personas= 5pts.= 125pts.

23 personas= 4pts.= 92pts.

38 personas= 3pts.= 114pts.

8 personas= 2pts.= 16pts.

5 personas= 1pts.= 5pts.

2 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL\_\_\_\_\_

352pts./ 101= 3.48pts.

VARIABLE 50. En la variable 50 se le pregunto a los encuestados como pensaban que sería la situación política del país durante este sexenio, a lo que 47 personas contestaron que sería peor que el sexenio pasado, 39 piensan que será igual, y 19 piensan que será mejor que el sexenio anterior.

47 personas= 5pts.= 235pts.

39 personas= 2pts.= 78pts.

19 personas= 0pts.= 0pts.

TOTAL \_\_\_\_\_

313pts./101= 3.09pts.

### *RESULTADOS GENERALES*

VARIABLES	PUNTOS
1	3.67
2	5
3	3.55
4	5
5	2.42
6	0.59
7	4.60
8	2.88
9	2.70
10	4.60
11	3.37
12	3.17
13	3.22
14	4.22
15	4.85
16	4.34

**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN  
SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**

17	3.65
18	2.87
19	3.81
20	3.91
21	3.91
22	2.57
23	2.22
24	3.99
25	3.29
26	4.40
27	2.06
28	2.36
29	2.40
30	4.25
31	3.29
32	4.25
33	3.60
34	3.74
35	0.48
36	2.48
37	4.58
38	3.51
39	3.06
40	4.31
41	4.30
42	2.58
43	4.25
44	3.49
45	5
46	3.06
47	1.93
48	2.96
49	3.48

**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN  
SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**

50	3.09
TOTAL	171.31

***RESULTADOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA***

VARIABLES	PUNTOS
3	3.55
9	2.70
21	3.91
23	2.22
26	4.40
29	2.40
32	4.25
36	2.48
37	4.58
38	3.51
39	3.06
40	4.31
41	4.30
43	4.25
46	3.06
47	1.93
50	3.09
TOTAL	58

La calificación para medir la Comunicación política fue de 58 puntos, lo que quiere decir que existe una buena comunicación política buena con el sistema político, es decir, el sistema ha tratado de responder a las demandas que el sistema genera de la mejor manera posible.

*RESULTADOS DE OPINIÓN PÚBLICA*

VARIABLES	PUNTOS
1	3.67
2	5
3	3.55
4	5
5	2.42
6	0.59
7	4.60
8	2.88
9	2.70
10	4.60
11	3.37
12	3.17
13	3.22
14	4.22
15	4.85
16	4.34
17	3.65
18	2.87
19	3.81
20	3.91
21	3.91
22	2.57
24	3.99
25	3.29
27	2.06
28	2.36
29	2.40

**“COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA. EL CASO MEXICANO. UNA MEDICIÓN  
SOBRE ANDRÉS MANUEL LÓPEZ OBRADOR”**

30	4.25
31	3.29
33	3.60
34	3.74
35	0.48
36	2.48
37	4.58
41	4.30
42	2.58
44	3.49
45	5
48	2.96
49	3.48
TOTAL	137.23

El puntaje obtenido a través de la encuesta para medir la Opinión Pública sobre Andrés Manuel López Obrador fue de 137.23 puntos, lo que según nuestro propio tabulador arroja que la Opinión Pública en el Distrito Federal sobre AMLO es favorable, aunque no esta lejos de los rangos de la opinión neutra, ya que solo se rebaso por 3. 23 puntos.

## *CONCLUSIONES*

Después de todo lo analizado a lo largo de esta tesina, podemos ver que la comunicación es un proceso complejo, ya que no solo con el acto de hablar nos estamos comunicando.

Como lo expusimos ya anteriormente, desde hace dos siglos, se le ha dado a la comunicación una acepción de política, (aunque en ese tiempo no lo hayan visto tan claro), con el paso de los años la comunicación ha cambiado, ya sea por los procesos sociales ( educativos, políticos, económicos) cada vez más duros a los que somos sometidos como parte de una sociedad, en palabras de Nicolas Tenzer : “Entramos en un mundo de comunicación mediatizada que tiene escasas relaciones con la comunicación verdadera. En realidad, los determinantes de esa comunicación siempre necesaria para la formación de un espacio público son exteriores a la comunicación en sí – educación, proyecto cultural- y dependen de una acción política fundamental.” (Tenzer.1998.252)

Actualmente la comunicación política suele tomarse como sinónimo de opinión pública, lo cual resulta erróneo, pues aunque esta resulte una rama de estudio de la comunicación, la mediatización de esta última ha hecho que los medios de comunicación se involucren para crear un espacio público o una opinión pública, lo cual puede ser usado como una maniobra de los poderes del Estado ante la sociedad. Debo aclarar que esto no en todos los casos funciona, por ejemplo en nuestro caso práctico, a través de una encuesta llegamos a la conclusión de que en el Distrito Federal existe una opinión pública favorable sobre Andrés Manuel López Obrador, a pesar de las campañas publicitarias que se desataron en su contra, las cuales eran financiadas y firmadas por el Consejo Empresarial Mexicano. Por tanto podemos llegar a la conclusión de que a pesar de la mediatización que existieron en los mensajes que se transmitían a l público para que votarán

por uno u otro candidato, la opinión en el D.F., sigue siendo favorable para AMLO, lo cual quiere decir que en el caso de nuestra muestra, la mediatización de los medios no logro ningún efecto en ellos. Aunque esto puede ser explicado de muchas otras formas, tales como el pensar que desde 1997, el Distrito Federal ha sido gobernado por el partido político del cual era candidato AMLO, o que el mismo AMLO terminaba su gestión como Jefe de Gobierno, o por los proyectos sociales que se impulsaron en el D.F.; existen muchas razones por las cuales la gente en las 16 delegaciones pueden tener una opinión favorable de AMLO, sin embargo en nuestra encuesta solo pretendimos medir la opinión pública basándonos en el desempeño del personaje y recordando un poco lo que fue la campaña y los procesos que se dieron hasta antes de que terminará el gobierno foxista.

Con lo anterior me refiero a que no por el hecho de que los medios o la comunicación en si, se hayan mediatizado en contra o a favor de AMLO quiere decir que eso es lo que debe de pensar la sociedad. Si bien como ya dijimos antes la comunicación política trata de formar un espacio público, una opinión pública, esta también depende de un ambiente general que únicamente depende de la sociedad, y no podemos ni debemos creer que todos los procesos son dictados por la autonomía de la comunicación por mucho que este o no mediatizada.

Si bien el caso mexicano únicamente conoce una insípida democracia, la cual muchos pensaron estaba fortalecida por la alternancia política del año 2000. Desde mi perspectiva, la democracia no fue fortalecida, sino contrario a eso se volvió aun más endeble de lo que ya de por si era. El caso mexicano en estas elecciones del 2006, nos dejo el más claro ejemplo de mediatización de la comunicación, los medios, los empresarios, los partidos políticos, los poderes del Estado, inmiscuidos en un proceso que era totalmente ciudadano y que deja a los ciudadanos con un muy mal sabor de boca sobre las instituciones políticas del país, las cuales deben trabajar para ganar otra vez el espacio perdido ante la sombra de un fraude electoral, y ante la sorpresa de actos políticos sin precedencia alguna en nuestro país.

Finalmente puedo decir que los resultados de una comunicación mediatizada según Tenzer son: “Acentúan tendencias tanto centrípetas como centrífugas. A priori, la mediatización puede ser considerada a la vez

como un factor de uniformización y de diferenciación, de homogeneización y de fragmentación” (Tenzer.1998:257). Ahora bien, la comunicación mediatizada utilizada en las campañas políticas anteriores dejan como consecuencia, además de lo que mencione arriba: un profundo sentimiento de fragmentación, lejos el sentimiento de homogeneización que pensaron tendrían todos a favor de un candidato, prueba de ello, es que, según cifras oficiales la elección se ganó por el Partido Acción Nacional con solo un 0.6% de diferencia, es decir menos del uno por ciento, lo que en números significaría cerca de quinientas mil personas, lo cual marca una fragmentación muy grande en la sociedad.

Lo mismo sucede con el sentimiento de uniformización y el de diferenciación, y es que, nada más hay que observar el mapa electoral que se construyó a partir del día de las elecciones, de los 31 estados y el D.F. dan 32, 16 para cada uno de los candidatos más fuertes, pero además, los estados del norte pintados de color azul, color que identifica al PAN, estos estados son reconocidos por su desarrollo industrial, debido a su cercanía de la frontera con Estados Unidos, tienen un mayor desarrollo tecnológico y por tanto económico, por el otro lado están los 16 estados restantes del sur del país, estados que según las propias estadísticas de las instituciones del país son los estados con mayores índices de marginalidad, pobreza, educación, es decir con mayores rezagos sociales.

Las características de la comunicación mediatizada se encuentran en todo su esplendor dentro de nuestras campañas políticas, la tarea será crear un ambiente social, donde los medios de comunicación puedan mediatizar pero no influyan de más en el propio ambiente de la sociedad.