



## Equipo 2

Rafael Bernal  
Andres Werner  
Talía Contreras  
Denisse Velásquez  
Beatriz Cervantes

Comentario [oi1]:  
Calificación 9.75  
Estupendo trabajo

### 1.- Considerar el proceso de aprobación de la reforma política con base en las etapas básicas del proceso de formación de la opinión pública que refiere Young.

Gracias al sistema de partidos vigente en México, los problemas que enfrentamos como nación raramente son atendidos de acuerdo al diseño institucional federalista que propone la constitución. Esta falta de procesos fijos se deriva de la debilitación del presidencialismo y el vacío de poder que ha ocupado el Congreso de la Unión solo parcialmente. Además, gracias al oligopolio en medios de información, se ha creado una voz dentro de éstos que de manera desmedida persigue informar de acuerdo a los intereses de las propias empresas de medios. En este contexto, es difícil medir de qué manera se ha adaptado la creación del tema de la reforma electoral al proceso de formación de opinión pública que propone Young.

Comentario [oi2]: con

En la primera etapa que sugiere, Young toma la idea de un problema concreto resultado de algún hecho claramente discernible que cause que los interesados lo discutan. Si bien la elección de 2006 demostró fallas en el sistema electoral mexicano, es difícil decidir específicamente cuales fueron éstas. Es decir, de acuerdo al partido ganador, la crisis electoral se debió a la intransigencia de su contrincante. De acuerdo a éste, el sistema electoral es una gran farsa.

Comentario [oi3]: Es posible enunciarlas, por supuesto.

Comentario [oi4]: con

Con distancias tan grandes en la apreciación del problema, es casi imposible lograr el primer paso de definirlo. Basta añadir los intereses monetarios de los partidos y los medios de comunicación, y el resultado es un caos de opiniones e intereses encontrados. Ya habiendo superado la etapa de definición, misma que se dio en términos de las necesidades de las mencionadas instituciones, se puede decir que en términos meramente formales se prosiguió al pie de la letra en cuanto a la teoría de Young se refiere.

Comentario [oi5]: redundante

Como consideraciones exploratorias, se desataron escándalos mediáticos sobre la remoción de los consejeros del IFE. Se probó el agua para ver si la reacción a estas reformas sería agresiva, y los partidos se encontraron con que únicamente los medios de comunicación lucharían en contra de sus propuestas. ¿Qué es lo que está fallando? En términos generales, se está fallando desde el planteamiento del problema. El proceso de resolución de problemas parece ser el correcto, pero la perspectiva de quienes están a cargo de encontrar soluciones es diferente a la de la población en general.

Es decir, el procedimiento de formación de opinión pública de Young, que más bien parece un procedimiento legislativo, es aplicable a casi cualquier caso de



resolución de problemas, y el caso de la reforma electoral no es excepción. Sin embargo, no se están reformando las secciones de legislación electoral que dejan espacio para dudar sobre la legitimidad de los procedimientos que regulan, sino que se está realizando una reforma constitucional con miras a institucionalizar a los partidos ya existentes y solidificar su posición hegemónica.

Claro está, la reforma propuesta tiene aspectos positivos, como puede ser la limitación en tiempos de campaña, o la reducción en gastos publicitarios. Sin embargo, estos aspectos son acotados por las dudas levantadas sobre las intenciones que los motivan. Por ejemplo, si los espacios publicitarios en medios electrónicos son asignados por el IFE pero el financiamiento a los partidos no es reducido proporcionalmente, queda la duda de qué es lo que van a hacer los partidos con el dinero de más que indudablemente van a tener.

Si bien el proceso de Young se sigue en este caso, se puede decir que se sigue de manera ficticia. Esto es, desde que existió un problema, se tergiversó su naturaleza por grupos de interés específicos que se benefician del status quo. Para mantener e incluso fortalecer su postura de poder, los partidos crearon una controversia cuya solución los favorecería sin importar en que sentido se diera ésta. En pocas palabras, le dieron una importancia mayor a la real al conflicto sobre la remoción de los consejeros electorales. Para esto, presentaron soluciones posibles, todas benéficas para su postura como partidos, si no para su postura política inmediata. Alcanzaron un consenso entre ellos que de ninguna manera fue incluyente de la opinión pública general, y ejecutaron su plan de acción. En resumen, llevaron a cabo los pasos de Young al centavo, excepto por un detalle: ignoraron la problemática real e inventaron la que les convino.

Comentario [oi6]: Excelente comentario. 5/5

## 2.- Describir las técnicas y métodos para medir la opinión pública que Young refiere.

Existen **dos** métodos para medir los cambios de opinión: método cualitativo y de sentido común de la historia y el estudio de caso; y el método cuantitativo. Mientras el primero se caracteriza por no ser tan objetivo por no contener datos estadísticos y por dar una imagen general del proceso de cambio a través de generalizaciones que nos permiten sacar predicciones; el segundo se caracteriza por ser más científico y por ende más **objetivo**. Los enfoques históricos son empleados en el estudio de cambio de opinión que tiene lugar en relación con un movimiento sociocultural, una campaña política o un asunto público que despierta un interés persistente.

Comentario [oi7]: Hubiesen cuidado manejar un mismo formato.

Comentario [oi8]: Reproducen las tesis de Young sin atreverse a cuestionarlas.

El Método cuantitativo hace uso de herramientas como cuestionarios, tests, encuestas y otros procedimientos estadísticos. A su vez, existen dos tipos de estudios cuantitativos, el cuasi-experimental o de prueba que se caracteriza por crear escenarios y medir los cambios de opinión de los temas creados por los científicos sociales; y el que se caracteriza por la observación de un cambio presente de la opinión pública tal



como tiene realmente lugar. El método cuasi-experimental revela la relación entre ciertos estímulos y las reacciones observadas antes y después que estos fueran introducidos. Los métodos principales del método que se caracteriza por la observación real son el estudio de cartas a funcionarios públicos o votos por correspondencia, las encuestas sistémicas, las entrevistas y la observación de masas que sirven para registrar puntos de vista y tendencias de la opinión. Existe además el método de paneles y la entrevista abierta de Likert para verificar y registrar la opinión pública.

Comentario [oi9]: .75/1

### 3. Diferencias entre opiniones y actitudes.

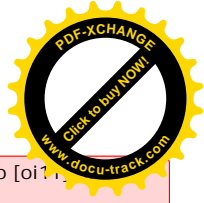
Young nos dice que una opinión es una creencia bastante fuerte o más intensa que una mera noción o impresión, pero menos fuerte que un conocimiento positivo basado sobre pruebas completas o adecuadas. De esta manera podemos decir que las opiniones son ideas o pareceres que tenemos en torno a ciertos temas, cosas o personas. En general las opiniones son creencias sobre temas controvertidos que se relacionan con nuestros valores y por ende relacionadas con nuestros juicios de valor.

Una actitud, en cambio, es una tendencia a actuar, y por ende lógicamente vinculada con los hábitos y el comportamiento manifiesto. La actitud es entonces una orientación sistemática de la conducta hacia nuestro entorno o circunstancias que se nos presentan. De este modo podemos decir que se trata de una respuesta ante un objeto o situación basado en la experiencia y que se manifiesta a través de un comportamiento o conducta determinado.

Comentario [oi10]: Muy completa 1/1

### 4.- Con base en Germani, definir las principales escuelas teóricas de la opinión pública

El reconocimiento de una opinión pública como tal se debe a los procesos que empezaron con el Renacimiento y que se profundizaron durante la época iluminista. Lo característico de la concepción iluminista sobre la opinión pública consiste en la afirmación de que el hombre racional puede alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político y social a través del libre debate y de ésta forma, puede llevar a la sociedad en su totalidad a un estado óptimo. En este concepto se puede entender fácilmente la importancia de la educación el sentido de instrucción política, universal y obligatoria, pues a través de ella, el hombre adquiere capacidades y desarrolla el pensamiento racional.

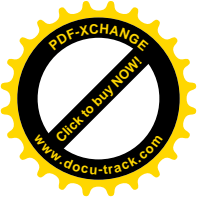


Posteriormente, se **señala** al marxismo y sus interpretaciones del mundo en el siglo XIX, como otra fuente importante de análisis de la opinión pública. El marxismo surge sobre todo como crítica al iluminismo, negándole al hombre la visión objetiva pues explica la opinión pública como un resultado subjetivo y particular, dependiente de la clase a la que pertenece y de la dinámica histórica. La visión objetiva sólo le es reservada a las clases en ascenso (en el liberalismo fue la burguesía y después es el proletariado) porque son ellos los que tienen la capacidad de percibir la realidad socio-histórica en su forma pura. Por el contrario, las clases en descenso ven la realidad desde una posición distorsionada ideológicamente. Esta clasificación de la sociedad a través de una bipolaridad irreconciliable destruye los fundamentos de la teoría anterior, el iluminismo, y a la vez, permite la diversificación de teorías acerca la opinión pública pues le quita a ésta la dependencia del debate racional.

Comentario [oi...  
señalados

En la misma dirección, pero llevando el concepto un paso más adelante y más lejos aún del carácter racional inicial, está la concepción de la opinión pública desde la óptica de la sociología del conocimiento que en sí misma tiene varias escuelas (Durkheim, Sorokin, Scheler y Mannheim). La teoría de Mannheim relativiza y generaliza las ideas marxistas en el sentido de que no solamente cada clase tiene su propia visión e ideología sino también cada grupo social. Por lo tanto, no se puede llegar a una perspectiva y verdad objetiva con base en la visión de un grupo pues ésta es subjetiva. Para Mannheim, el único modo para lograr una visión sintética y racional que reúna las visiones de todos los grupos y las libere de su subjetividad, es a través de de los intelectuales, quienes tienen la capacidad de superar los puntos de vista restringidos.

En contraste con las escuelas teóricas de la opinión pública mencionadas antes, hay otras que se destacan por su punto de partida irracional. Por un lado, la teoría de Pareto considera todas las acciones políticas y sociales como no lógicas pues son conducidas por impulsos irracionales (núcleo) como emociones e instintos y después justificadas con pseudo-explicaciones (derivaciones, por ejemplo las ideologías) que de hecho no tienen ninguna relación con el verdadero motivo de las acciones. Por otro lado, el psicoanálisis freudiano sustenta que la mayoría de la acciones humanas son originadas en el inconsciente y posteriormente intentan ser explicar con una lógica racional (racionalizaciones). Aplicada a lo político y particularmente a la opinión pública por Lasswell, la teoría del psicoanálisis clasifica las acciones políticas en tres: motivos privados de los individuos desde la infancia, transferencia de éstos a lo político en la



fase adulta y finalmente, racionalización de los motivos como si fueran realmente motivos políticos. Como podemos observar, en estas últimas teorías ya no se llega a una opinión pública a través de la racionalidad sino que los motivos reales residen en emociones, instintos o el inconsciente, así que se vuelve casi imposible analizarla y llegar a conclusiones sobre ella.

Comentario [oi12]: Muy complete 1/1

### 5.- Incluir una reflexión sobre la televisión e Internet como medios de formación de opiniones públicas con base en el capítulo IV

Una reflexión similar a la realizada por Young pero aplicada a la televisión debe tener en cuenta que ésta ha logrado convertirse en el medio de comunicación **hegemónico** y que cumple una función informativa pero sobre todo de entretenimiento. Esta supremacía de la televisión sobre los demás medios de comunicación masiva se debe a su capacidad de llegar a más gente y a que sus efectos en la audiencia son mayores pues lo visual se refuerza con lo sonoro. Debido a este lugar protagónico, la televisión juega un papel muy importante en la formación de la opinión pública.

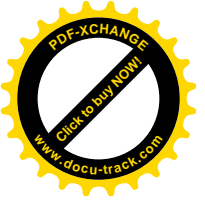
Comentario [oi13]: Según quién, hegemónico en cuanto a qué

En primer lugar, siguiendo la línea que utiliza Young para analizar a la prensa, la radio y el cine, se puede concluir que la televisión informa pero también interpreta y selecciona temas. Lo hace determinando el grado de atención que la audiencia deba dar a cada tema (*agenda-setting*). Asimismo, al igual que los otros medios, la televisión en algún momento estuvo controlada por el Estado y sirvió a los intereses de éste, no solamente en regímenes autoritarios sino también en sistemas democráticos. Por ejemplo, durante la guerra en Kuwait la televisión jugó un papel muy importante al influir tremendamente en población norteamericana a favor de la guerra. También en el plano político, autores como Giovanni **Sartori** han estudiado la importancia que tiene la televisión para los actores políticos, sobre todo durante las campañas políticas (quien no aparece en t.v., no existe).

Comentario [oi14]: Indicar la obra, infiero Homo videns.

Por otra parte, el "periodismo amarillo" (sensacionalismo) al cual hace referencia Young en el caso de los periódicos, también está presente en la televisión pues la presentación de las noticias es acompañada de imágenes que despiertan la emoción y dramatizan los eventos. Esto también obedece a la lógica de venta que tienen los otros medios, es decir, en la televisión también aparece el fenómeno del *big bussines* **personificado** en las grandes cadenas televisoras. Como en caso del periódico y la radio, lo que sostiene a la televisión es la publicidad y lo sensacionalista vende más.

Comentario [oi15]: Definir big bussiness



En cuanto a su función de entretenimiento la televisión, al igual que los demás medios, contribuye a la creación de un mundo sociocultural a través de relatos fabulosos que proporcionan satisfacción a los televidentes al identificarse con héroes y personajes. Quizá el mejor ejemplo de esta ensoñación son las telenovelas. Igualmente, es a través de la televisión como más se ha logrado imponer estereotipos y modas. Por ello, algunos no temen en afirmar que la t.v. es el mejor modo de control social. Además, la constante lucha por el *rating* ha llevado a las cadenas televisoras a buscar nuevas formas para atraer a más público, este es el caso de los *talk shows* y *reality shows* que representan una invasión de lo privado.

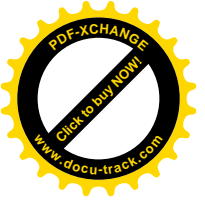
En el caso de Internet se debe reconocer que éste un medio de comunicación que vino a revolucionar a los demás medios. Internet engloba funciones de entretenimiento y de intercambio de información de todo tipo, teniendo la gran ventaja de la instantaneidad de la información la cuál ahora es un *commodity*.

Comentario [oi16]: es

Internet permite ampliar las posibilidades de intercambio de información y sobre todo acrecentar el número de fuentes. Esto es importante pues como Young nos explica, los medios no sólo venden las noticias sino también la interpretación de las mismas, y estas interpretaciones son diversas e incluso contradictorias. Internet permite esta diversidad en un solo lugar donde el único límite podría ser el idioma. Inclusive, hoy en día no es raro encontrar que la prensa imprima información tal y como se encuentra en Internet.

La *blogósfera* ha dado paso al “periodismo ciudadano” que para algunos no es otra cosa más que la democratización de la opinión pública pues se rompe con el monopolio informativo que por mucho tiempo han tenido los medios tradicionales. Es decir, ahora cualquier persona con acceso a Internet puede externar (hacer pública) su opinión sobre un tema en particular o sobre su vida diaria sin costo alguno. Y por otro lado, es innegable el papel que Internet ha tenido en los procesos electorales de los Estados Unidos.

Mientras una de las críticas más severas que se le ha hecho a la televisión es que provoca que las personas piensen menos, por medio de los *blogs* se propicia la reflexión pues se cuestiona lo que se dice en los demás medios. El usuario de Internet, a diferencia del televidente, radioescucha o lector, es un usuario activo que decide lo que le interesa ver, escuchar, comprar, vender, leer, decir y se moviliza a través de Internet. La llamada *agenda-setting* es puesta en duda pues la selección de temas ya no es exclusiva de los medios tradicionales.



Lo anterior obviamente compite con lo que tradicionalmente realizan los medios de comunicación masiva. Si bien es cierto que la importancia de los medios tradicionales es afectada, Internet no necesariamente está peleado con ellos. Algunos medios tradicionales ya han comenzado a comprender esto y han hecho un esfuerzo por incorporar Internet en sus procesos.

Quizá una de las limitaciones en el caso de Internet, si lo comparamos con los medios tradicionales, es el restringido acceso al mismo, pues si bien en los últimos años ha aumentado drásticamente el número de usuarios, éste número todavía no es comparable al alcance que tiene la televisión o la radio. Todavía hay países en donde los usuarios de Internet son pocos (por ejemplo México) lo cual acota su papel en la formación de opinión pública.

Comentario [oi17]: No es cuestión de número sino de dominio, de capacidad e influencia.

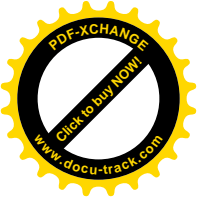
Comentario [oi18]: Muy completo 1/1

## 6.- Describir las principales características psicológicas de la propaganda.

De acuerdo con Young, la propaganda emplea deliberadamente símbolos y técnicas psicológicas con el fin de influir y alterar las ideas y visiones de los que la reciben. La técnica más utilizada es la sugestión por medio de la cual se atrae la atención de un grupo determinado y se provoca la asociación de ideas.

Para que la propaganda cumpla su función de modificar las ideas, mitos, actitudes o valores y especialmente las acciones de los individuos a los que va dirigida, es necesario emplear un lenguaje adecuado y conocer cuáles son las motivaciones básicas de esos individuos. Es decir, el primer paso es despertar o incitar el deseo por algún objeto y para lograrlo, la propaganda debe estar vinculada con los deseos básicos -los más arraigados- de aquellos a quienes va dirigida con el fin de lograr aceptación. En general, los deseos básicos de los seres humanos se refieren a la búsqueda de seguridad económica, seguridad personal y grupal, prestigio, dominación, satisfacción en el amor, bienestar de la familia y amigos, espíritu aventurero.

Por otro lado, una vez que el deseo ha sido "creado", entonces se señala el camino para su satisfacción, es decir, se induce a la audiencia a un tipo particular de asociación. Una de las formas de lograr la incitación, es por medio de factores irracionales o emocionales haciendo uso de símbolos de promesa y satisfacción. La atracción que se ejerce sobre las emociones, sentimientos y fantasías es muy efectiva debido a que se relacionan estrechamente con las motivaciones básicas del hombre. Sin embargo, el autor argumenta que en algunos casos se debe recurrir a la atracción ejercida mediante argumentos racionales, aunque cuando éstos sean falsos.



Además, la propaganda debe ser presentada en forma simple para que el receptor la pueda entender y absorber rápidamente. Asimismo, la repetición sistemática (sin llegar a la exageración) resulta ser un recurso exitoso igual que la forma indirecta o insinuación. Por otro lado, el éxito de la propaganda, se mide en términos de los efectos en la audiencia a la cual va dirigida. Estos efectos pueden ser definidos y permanentes (como en el caso del cine) y acumulativos. En general, el autor declara que cuando la propaganda presenta argumentos en una sola dirección, tendrá mayores efectos que si presenta un enfrentamiento entre argumentos.

Comentario [oi19]: Muy completa 1/1