

Actividad 4

Comentario [oi1]:
Calificación 5.2

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.

La reforma electoral se plantea a partir de un proceso de elección presidencial altamente competido y sumamente plagado de inconsistencias y violaciones a la ley. Antes, durante y después de las elecciones, la sociedad atestiguó una contienda poco equitativa entre las partes, intervenciones carentes de toda ética y responsabilidad política por parte de poderes fácticos, el derroche de dinero en campañas políticas en medios electrónicos, la entrega de gran cantidad de recursos públicos a partidos políticos por parte del IFE, el desprestigio paulatino de un instituto electoral para un gran sector de la sociedad que duda de su imparcialidad e intereses partidistas. La opinión pública se ha ido formando desde antes de arrancar el proceso de elección presidencial con el nombramiento de consejeros para el IFE. Son varios los problemas a resolver para evitar elecciones como las vividas en julio del año pasado que acabaron por fragmentar la sociedad mexicana. Toda reforma electoral sería debe, en algún momento, atender los siguientes problemas:

Comentario [oi2]: pública

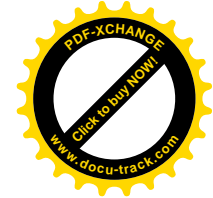
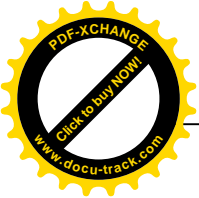
Establecer procesos claros para la elección y remoción de consejeros electorales. Los actuales consejeros son parte de un proceso turbio en el cual fue excluido una de las principales fuerzas políticas del país, el PRD (todos los consejeros son panistas y priístas). Ese hecho puso en tela de juicio desde el comienzo la imparcialidad, credibilidad y autonomía del IFE. Actualmente, en un momento en que el instituto carece de la confianza ciudadana y de todo prestigio moral, se encuentra en discusión la validez del procedimiento para destituir de su cargo a los actuales consejeros.

Eliminar la intervención directa de la presidencia de la república en las campañas electorales. Como en los viejos tiempos, el presidente se mostró abiertamente a favor de su candidato presidencial favorito y se usaron espacios de poder privilegiados para hacer proselitismo a favor de un candidato. Además de la campaña en los principales medios de comunicación (radio, televisión y prensa), y siguiendo el viejo estilo priísta, existió el uso indebido de recursos destinados a programas sociales de dependencias del ejecutivo (Sedesol) para apoyar a su opción política.

Anular la intervención abierta en medios electrónicos de todo grupo de interés a favor de una opción política. La intervención de actores tales como el Consejo Coordinador Empresarial y líderes políticos extranjeros (José Ma. Aznar) para favorecer a un candidato debe ser eliminada para no distorsionar los procesos electorales. Lo mismo para la compra de spots y propaganda sucia por parte de empresas privadas como lo hizo Bimbo, Jumex, Sabritas, etc.

Comentario [oi3]: hicieron

Procesos de elección sumamente caros. Las elecciones pasadas tuvieron un costo para la ciudadanía de 12,920 millones de pesos. El principal gasto vino en el rubro de spots televisivos (70% del presupuesto entregado por el IFE)



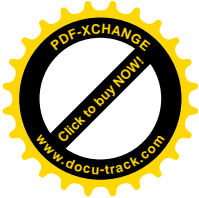
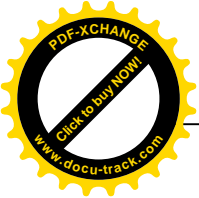
para los cuales el duopolio televisivo no tuvo empacho en cobrar literalmente lo que se les vino en gana y en hacer concesiones de horarios televisivos estelares a cambio de “favores” políticos.

Establecer un nuevo proceso y medidas para exigir por parte de la ciudadanía el recuento de votos. Más allá de argumentos legales, el IFE debe ser un instrumento ciudadano que goce de toda su confianza. Para legitimar una elección no debe haber la menor duda en cuanto al número de votos emitidos hacia los candidatos ganadores. Brindar confianza a la ciudadanía de los procesos electorales es una de las razones fundamentales de existencia del IFE por lo que todas las dudas deben ser disipadas antes de anunciar un ganador. El proceso de recuento de votos fue tan poco transparente en las pasadas elecciones que nadie podría decir con certeza, después de conocer las irregularidades antes y durante la elección, que un recuento completo de las urnas no hubiera arrojado diferencias en los ganadores. Nadie puede afirmarlo ya que no se hizo dicho el recuento como gran parte de la opinión pública lo demandaba.

En el segundo momento de las etapas de Young sobre la formación de la opinión pública, es cuando el tema es tratado abiertamente en los medios de comunicación y cuando se recurre a la opinión de expertos y científicos para de esta manera saber más sobre el mismo. En el caso que nos atañe, el de la Reforma electoral, éste momento es crucial ya que el foco de interés dejó de ser la esencia de la Reforma, para convertirse el tema de la destitución de los Consejeros. El cambio de foco de interés se debió a que en un momento, cuando el debate sobre la reforma estaba todavía en pañales, se planteó que se tenía que legislar sobre los espacios que tenían los partidos políticos en la televisión, incluso se dijo que, para responder a las demandas de la sociedad que exigían bajar los costos de las elecciones, a lo mejor lo óptimo era que las principales fuerzas políticas solamente pudieran utilizar los espacios que por ley tienen que dar los medios, para de esta manera evitar el derroche millonario que sucedió la elección pasada. Lo anterior obviamente le puso los pelos de punta a los ejecutivos de los principales consorcios televisivos ya que, de acuerdo a datos no oficiales del PRD, las elecciones representaron una ganancia de diez millones de pesos para tanto Televisa como TV Azteca (Reforma, 11 de septiembre) -las cifras oficiales son de alrededor un cuarto de esa cantidad, lo cual no implica que las elecciones no sean un negocio redondo para las televisoras nacionales (Granados Chapa, 9 de septiembre)-.

Comentario [oi4]: itálica

La cantidad de dinero que llegó a las arcas de las cadenas de televisión nacional y la amenaza de no poder volver a recibir tales sumas fue lo que movilizó al aparato mediático para detener la reforma, o al menos evitar que el punto que perjudicaba sus intereses fuera aprobado. Sabían que la opinión pública quiere que se abaraten las elecciones, así que no podían enfocar sus energías en una ofensiva directa contra el tema de su interés, por lo tanto se vieron en la necesidad de buscar otro tema que pudiera generar simpatía y aprobación entre el público, para buscar detener la reforma. Este tema fue la destitución de los Consejeros Electorales. De esta manera el trato que le han dado los medios al tema, que es tan importante para la naciente democracia del país, ha sido sesgado ya que no se ha debatido la esencia de la reforma,



que por cierto tienes muchos elementos que podrían dar pie a un buen y rico debate, sino que se ha limitado a la *validez moral* de la destitución de Ugalde.

Ha tenido tanta resonancia el tratamiento mediático que se le ha dado al tema que incluso una gran cantidad de intelectuales y expertos en el tema han caído en el juego de las televisoras, e incluso la Iglesia se ha pronunciado en este mismo sentido. Hace unos días una considerable cantidad de académicos e investigadores reconocidos en el ámbito de las ciencias sociales publicaron un desplegado en el cual criticaban muy fuertemente el que se planteara la destitución de los Consejeros ya que esto era “como escupir al cielo” porque minaba la precaria legitimidad del régimen. A partir de ese día otros expertos sobre el tema se empezaron a pronunciar porque no se banalizara la discusión centrándola exclusivamente en un hecho que carece de importancia estructural, es solo una coyuntura, que una vez superada va a terminar ahí, cuando el tema de la reforma electoral es un tema que va a acompañar al país durante su caminar democrático.

Comentario [oi5]: Dirigidos por Aguilar Camín, intelectual orgánico de Televisa y líder de los A Nexos.

Young plantea que si todo mundo está de acuerdo sobre un tema no se puede hablar de la formación de una opinión pública, ya que esta, necesariamente, necesita opiniones encontradas que confluyan en un debate del cual se obtenga una opinión bien formada y plural que involucre más de un punto de vista. Como se ha tratado de demostrar esto ha pasado con el tema de la Reforma electoral. Desgraciadamente el debate no se generó en torno a la reforma *per se*, sino que se centró en un tema tangencial, pero pese a esto, al parecer, los legisladores han demostrado cierta madurez y sentido de responsabilidad democrática que les ha permitido enfocarse en la parte sustancial del tema, a costa de desechar la mayor parte de las propuestas que han nacido de la opinión pública, incluso algunas muy valiosas como la Propuesta Ciudadana de Reforma Electoral.

Comentario [oi6]: ésta

Como señala Young en una democracia se supone que todos los ciudadanos responsables han de tomar parte en la formulación de las respuestas a los problemas públicos y el empleo de la opinión pública como aspecto del gobierno democrático, ha sido ejemplificado en la polemica y proceso de discusión de la reforma electoral, como tema primordial de la reforma del estado mexicano. Ahora bien y tal como dice Young, al Congreso de la Unión le corresponde discutir el problema con la vista puesta en el bienestar de la comunidad y llegar a cierto acuerdo y concenso, el cual será la base de la accion pública, orientada por una Ley.

Comentario [oi7]: Convendría haber incluido más información.

Comentario [oi8]: señala

Comentario [oi9]: públicos

Comentario [oi10]: opinión pública

Comentario [oi11]: democrático. Demasiadas faltas de ortografía en este párrafo

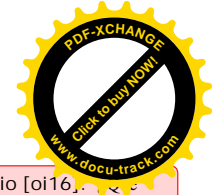
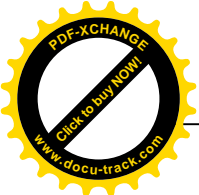
Comentario [oi12]: Unión

Comentario [oi14]: acción

Comentario [oi13]: será

Con las propuestas presentadas por los partidos, las ponencias recibidas por el Senado, iniciativas pendientes de dictaminar en el Congreso y con el resultado de la evaluación de la Subcomisión de Consulta Pública, la Comisión Ejecutiva de Negociación y Construcción de Acuerdos del Congreso de la Unión (CENCA) presentó el 30 de agosto del 2007 un proyecto de reforma electoral, que sería examinado por el pleno del Senado el 4 de septiembre y por la Cámara de Diputados el 6 del mismo mes; proyecto que contiene algunas propuestas importantes y necesarias; descarta, afortunadamente, otras que serían muy inconvenientes, pero no incluye disposiciones indispensables para acotar la partidocracia existente y perfeccionar verdaderamente el proceso

Comentario [oi15]: evaluación



democrático en México. Fuente Juan José Huerta
http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=320354

Comentario [oi16]:
otras fuentes emplearon?

Hay que recordar que la Subcomisión de Consulta Pública tiene como funciones las siguientes:

I. Recopilar y revisar las minutas radicadas en las comisiones de dictamen, así como las iniciativas presentadas por los diputados y senadores de las distintas fuerzas políticas; por las Legislaturas de los Estados y por el Ejecutivo Federal, ante las Cámaras del Congreso de la Unión, respecto a los temas para la Reforma del Estado;

II. Recabar y analizar la información derivada de los foros y consultas realizadas con anterioridad, relativas a los temas para la Reforma del Estado, y

III. Organizar la consulta pública nacional para la Reforma del Estado, en los términos de la convocatoria que al efecto emita la Comisión Ejecutiva y conforme a las indicaciones que ésta formule.

La Subcomisión es representativa ya que esta integrada por 2 senadores del PAN, 1 del PRI, 1 del PRD, 1 de CONVERGENCIA y 1 del PVEM, así como 2 diputados del PAN, 1 del PRI, 1 del PRD, 1 del PT y 1 de ALTERNATIVA.

También recordemos que en la Consulta Pública de la Reforma del Estado en México que se celebró del 7 de junio al 8 julio del año 2007, se contemplaron cinco temas que conforme al artículo 12 de la Ley para la Reforma del Estado, eran aquellos sobre los que debería pronunciarse obligatoriamente el Poder Legislativo, los Grupos Parlamentarios y los Partidos Políticos Nacionales a saber:

Comentario [oi17]: También

Comentario [oi18]: celebró

Comentario [oi19]: debería

1. Régimen de Estado y Gobierno;
2. Democracia y Sistema Electoral;
3. Federalismo;
4. Reforma del Poder Judicial, y
5. Garantías Sociales.

El tema 2, fue tratado en un foro regional en Veracruz, programado el 3 de julio del año en curso, en el que se abordarían las propuestas que ordenadamente los interesados presentaron en 290 ponencias, las participaciones y conclusiones que resultaran de tales eventos, serían consideradas y evaluadas por la Subcomisión de Consulta Pública. Se designaron a tres diputados y a tres senadores para que asistieran con la representación de la Comisión Ejecutiva a cada foro.



En esta etapa, el consenso determinará la aprobación, adecuación o rechazo de la Iniciativa de Ley para la Reforma del Estado que contiene el proyecto de reforma electoral elaborado por la Subcomisión Redactora de la Cámara de Senadores, que en trece páginas reforma en su totalidad los artículos 41 y 99; el artículo 85, párrafo primero; el artículo 108, párrafo primero; el artículo 116, fracción IV; el artículo 122, Base Primera, fracción V, inciso f; adiciona tres párrafos al artículo 134, y deroga el párrafo tercero del artículo 97, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Comentario [oi20]: determinar

Comentario [oi21]: aprobación

Comentario [oi22]: adecuación

Comentario [oi23]: Cámara

Comentario [oi24]: páginas

Actualmente la iniciativa ya ha sido comentada por los senadores, ya hay un dictamen que ha sido apoyado por los partidos en el Congreso, quienes han llegado a compromisos sobre los términos de ese dictamen, el martes 11 de septiembre las comisiones dictaminadoras aprobaron el dictamen de la reforma el cual se enviará a la Cámara de Diputados.

La discusión entorno a la reforma electoral se ha llevado por primera vez en la historia de nuestro país a los actores involucrados, es decir, los medios de comunicación, los intelectuales y el sector privado han alzado y continúan alzando sus voces para manifestarse en contra o a favor de dicha reforma.

Comentario [oi25]: separar en tomo

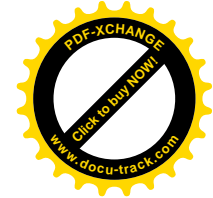
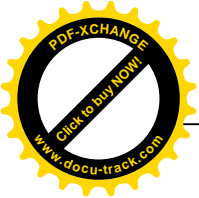
El 7 de septiembre mediante un comunicado de prensa, la Cámara Nacional de la Industria y la Televisión manifestó su rechazo al proyecto de reforma bajo el argumento de que restringe la libertad de expresión. Y subraya: “el loable propósito de dar mayor transparencia al empleo y gasto en los medios de comunicación no debe conculcar el derecho de los ciudadanos y organizaciones sociales para expresar sus ideas y puntos de vista”.

Comentario [oi26]: de Radio y

Comentario [oi27]: Demasiadas faltas y demasiados descuidos

El 10 de septiembre, mediante un comunicado de prensa, TELEVISA marcó su postura:

1. *Televisa es una empresa comprometida con la democracia y reitera que está abierta a todas las voces, como ha estado a todas las ideas y a todos los actores sociales y políticos.*
2. *Televisa comparte el sentir de los mexicanos de que la democracia no debe ser cara, ni debe ser un asunto de dinero; la democracia no es ni debe ser eso, su signo no puede ser el dinero, ni éste puede estar por encima del debate de las ideas.*
3. *Por eso, Televisa saluda la decisión de sacar al dinero como motor de los procesos electorales y respalda la iniciativa para reducir el financiamiento público y privado de las campañas electorales, y de eliminar la contratación de spots para propaganda política.*
4. *Televisa entiende que sacar el dinero de las campañas es un ejercicio en el que todos, absolutamente todos, debemos poner de nuestra parte para que podamos alcanzar una mejor democracia.*



5. Sin embargo, Televisa expresa su preocupación por la ausencia de una convocatoria para que todos los interesados pudieran ser escuchados, como lo fueron en todas las reformas electorales previas, en aras de la transparencia que debe acompañar el ejercicio de legislar y hacer política.
6. A Televisa le preocupa, en particular, los aspectos de la propuesta de reforma que tocan asuntos fundamentales para el ejercicio de la libertad de expresión, como la prohibición para difundir mensajes, dice la propuesta, “susceptibles de influir en las preferencias electorales”; un postulado que podría dar paso a la censura periodística.

Televisa reitera, como siempre, su compromiso con la democracia y con las libertades de expresión, de información y de opinión, con el deseo de que la nueva reforma electoral venga a reforzar y no a coartar las garantías individuales.

A esta expresión **le** siguieron otras tantas, como el desplegado que firmaron grandes intelectuales de nuestro país, o como el comunicado de prensa que dio a conocer ese mismo día (el 10 de septiembre) TV AZTECA:

Comentario [oi28]: Eliminar el le

TV Azteca hace público que, en congruencia con sus principios y valores, y en tanto no se aclaren las nuevas reglas de relación entre los partidos políticos, el Instituto Federal Electoral y los medios de comunicación, no aceptará dinero ni pauta promocional alguna proveniente de los partidos políticos.

TV Azteca no quiere que la discusión de montos, orígenes y destino de los recursos económicos cuya finalidad sea la promoción de los partidos políticos, empañe una reforma electoral que ponga en riesgo el futuro democrático del país, la libertad de expresión y sobre todo el libre acceso a la información por parte de la sociedad mexicana. De ahí la decisión de no aceptar recursos provenientes de los partidos.

Para TV Azteca resulta sumamente grave que los ciudadanos no puedan expresar sus ideas en materia política, ni tampoco puedan participar en los procesos políticos, si no es a través de los partidos.

A los mexicanos nos ha costado mucho trabajo y dinero construir un sistema electoral que ha probado su efectividad y que hoy los tres grandes partidos quieren vulnerar.

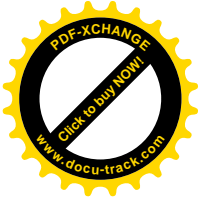
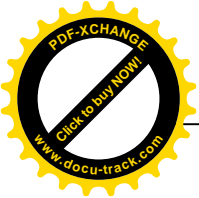
Nuestra lucha es porque no se engañe a la sociedad con falsos discursos. Lo que los tres grandes partidos políticos no han señalado es que pretenden ser ellos y sólo ellos, a través de un IFE decapitado y a modo, los únicos que puedan enviar mensajes políticos a la sociedad. Si se atenta contra ese derecho, ¿mañana qué sigue?

Para nosotros es fundamental --y en este principio sustentamos nuestro compromiso-- el fortalecimiento de la democracia y la libertad de expresión.

En TV Azteca defenderemos nuestro derecho y obligación de informar a la sociedad, para quien trabajamos¹.

Incluso y no obstante el cierre de los medios programados para recopilar las diversas opiniones de los interesados, ante la resonancia del tema tangencial que atane a los medios de comunicación, las Comisiones unidas de Gobernación, de Puntos Constitucionales, de Estudios Legislativos y de Radio, Televisión y Cinematografía, recibieron en audiencia pública a representantes de la Comisión Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión y el martes 11 de septiembre se debatieron los puntos más importantes de la Reforma en

¹ <http://www.hechos.tv/26761.htm>



una mesa integrada por los representantes de los medios de comunicación electrónicos, funcionarios de la CIRT, diversos Senadores representantes de todos los partidos políticos. El acto, calificado como “inédito” en nuestro país, fue televisado y se pudieron escuchar las voces de los involucrados, las propuestas de cada sector, y las peticiones de los grupos. De manera unánime los comunicadores y representantes de los medios criticaron la premura con que se pretende aprobar la ley puesto que pone en riesgo los principios fundamentales de la libertad de expresión y criticaron los aspectos de impedir la contratación de publicidad durante las campañas a cambio de utilizar exclusivamente los tiempos oficiales. Entre los principales oradores estuvieron el presidente de la CIRT, Enrique Pereda Gómez quien convocó a los legisladores a considerar “aspectos trascendentes como la defensa de la libertad de expresión”; Francisco Ibarra López fundador de grupo ACIR **dijo** “que todos estamos de acuerdo con que las campañas duren menos”; Rogelio Azcárraga, vicepresidente de la CIRT y director de Radio Fórmula cuestionó el porqué regresar al pasado cuando los medios estaban censurados; Tristán Canales, director de comunicación corporativa de TV AZTECA; y el periodista Joaquín López Dóriga².

Comentario [oi29]: dijo

Comentario [oi30]: idea inconclusa.

Horas después de haberse concluido esta sesión, la **cámara** de Senadores hizo la primera lectura de la ley y la aprobó en lo general, que, como bien lo señala Young, a pesar de las voces de la sociedad civil, las democracias operan principalmente a través del voto mayoritario, y al parecer, así fue como sucedió con esta reforma.

Comentario [oi31]: Cámara

Después de saber el resultado de la Cámara de Senadores, el miércoles 12 de septiembre, los medios de comunicación electrónicos, el Consejo Coordinador Empresarial, el Consejo Nacional de la Publicidad convocaron a otra sesión y entre los puntos más importantes sostuvieron que:

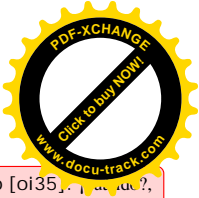
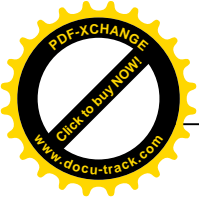
- a) La reforma **muestra rasgos e intereses oscuros**, y **que** los puntos de vista de los ciudadanos y de los actores involucrados fueron descartados y no escuchados.
- b) El IFE es una de las instituciones más respetadas del país y **que** con esta reforma se trasgrede la independencia del IFE, cuestión que es clave para la democracia
- c) La actuación de los consejeros electorales del IFE en las pasadas elecciones del 2 de julio fue calificada como “**buen**”, por lo que **no** están de acuerdo con la sustitución anticipada de los consejeros, puesto que, subrayaron, responde a una cuestión política y se hace por el intercambio de reformas pendientes. (Como es la reforma fiscal).
- d) Se violan el derecho a la libertad de expresión, de opinión, de información, de autoridad electoral ciudadana y de optar por cargos de elección popular.
- e) Se propone un referéndum, y una consulta ciudadana antes de aprobar dicha reforma.

Comentario [oi32]: ¿Cómo es posible mostrar lo oscuro?

Comentario [oi33]: eliminar

Comentario [oi34]: ¿Quién la calificó así?

² <http://www.hechos.tv/26777.htm>



Sergio Sarmiento **dijo** que meditante esta reforma, los partidos políticos toman el control del IFE y que se está convirtiendo en una partidocracia y subrayó: “No podemos permitir que sea secuestrada la ciudadanía, queremos un referéndum por la libertad de expresión”.

Comentario [oi35]: ¿Dónde?

Después de estas declaraciones, al parecer, la Cámara de Senadores no ha hecho modificaciones o ha emitido alguna otra declaración, esto se sabrá en el transcurso de este mes. Empero, no podemos dejar de subrayar la fuerte división de la opinión pública en torno a este tema, pues se escuchan hoy más que nunca voces a favor y en contra debido, principalmente, a los intereses de los más involucrados.

Como conclusión y siguiendo las etapas básicas del proceso de formación de la opinión pública que refiere Young podemos inferir, derivado de la quinta y última etapa que, como bien dice nuestro autor, “en la realidad, en un sistema representativo, la minoría puede naturalmente seguir presionando para obtener una modificación” (Young, 17).

Aunque en el caso de la Reforma Electoral, esta minoría la componen los dos grandes cadenas televisivas del país, su peso mediático no se ha hecho esperar, prueba de ello es el espacio brindado para dar cobertura a todo lo que acontecía en el Senado **entorno** a dicha Reforma.

Comentario [oi36]: separar

“¡Nos van a quitar 30 por ciento del tiempo sin pagar un solo centavo, además de arruinar los *ratings*!” (Rogerio Azcárraga, propietario de Radio Fórmula citado en **La Jornada**, **miércoles 12** de septiembre de 2007)

Comentario [oi37]: itálica

Las cadenas televisivas por medio de sus líderes de opinión han presentado su rechazo con argumentos tales como el restringir la libertad de expresión, violación a las organizaciones autónomas (haciendo así referencia al IFE), bombardeo exhaustivo de propaganda política, arruinar *ratings* en programación y de manera indirecta, lo perjudicial que esto puede ser para los intereses económicos de dichas cadenas.

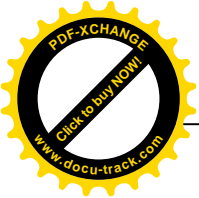
Mientras entre las cadenas mediáticas más grandes del país se critica arduamente dicha Reforma, existen otras posturas favorables, como aquellas que apoyan el terminar con el monopolio que tienen los partidos electorales, “reducción del erario de más de 200 millones de pesos”(La Jornada, 05 septiembre de 2007), la no intervención de intereses ilegales a través del dinero o intervención de terceros en patrocinio de *spots* publicitarios, elevar a rango de norma constitucional las regulaciones para la propaganda gubernamental.

Como menciona Young, la puesta en **practica** de la Ley que en su caso se apruebe, queda fuera del proceso de formación de la opinión y se advierte que los medios de comunicación, principalmente la radio y la televisión, continuaran resonando en pro de sus intereses **particulares**.

Comentario [oi38]: práctica

Comentario [oi39]: Comentario muy extenso pero con graves descuidos y faltas de ortografía 2/5

Comentario [oi40]:



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

El metodo cualitativo, de sentido **comun** de la historia o estudio de caso, metodo no **estadístico** que aunque no es absolutamente objetivo y confiable, proporciona una imagen general del proceso de cambio. Consiste en la selección de una muestra **valida** de **tamaño** considerable de historias de casos, sobre las que se intenta hacer generalizaciones y predicciones. Los resultados muestran el cambio de puntos de vista de las personas sobre un problema **público**. Tambien se basa en informes historicos sobre un cambio de la **opinion** publica, por ejemplo sobre un movimiento sociocultural o una **campana** politica.

- Comentario [oi41]: común
- Comentario [oi42]: estadístico
- Comentario [oi43]: válida
- Comentario [oi44]: tamaño

El metodo cuantitativo, que si bien es **mas** científico es **tambien** mas criticado, se divide en dos enfoques sobre la **formacion** y cambio de las opiniones. El primero llamado cuasi-experimental o de prueba, en el que **psicólogos** y **científicos** sociales confeccionan un tema e intentan mediante **técnicas** registrar y medir los cambios de **opinión**. El segundo se enfoca a la **identificación** y observacion de un cambio real y verídico de la opinion publica, que puede ser:

- Comentario [oi45]: público
- Comentario [oi46]: opinión pública
- Comentario [oi47]: campaña
- Comentario [oi48]: más
- Comentario [oi49]: también
- Comentario [oi50]: formación
- Comentario [oi51]: psicólogos
- Comentario [oi52]: científicos
- Comentario [oi53]: técnicas
- Comentario [oi54]: opinión
- Comentario [oi55]: identificación

- Estudio de las cartas a funcionarios publicos o votos por correspondencia, para identificar diversos puntos de vista.
- Encuestas sistematicas, encuestas de opinion. Que muestra la tendencia de las opiniones acerca de un problema particular, lo que permite intentar predecir la tendencia futura.
- Entrevistas: abierta (Likert). Mediante entrevistas informales se obtiene la opinion definida sobre un tema especifico, ademas de otros datos sobre el entrevistado.
- Metodo de paneles. Es asimismo una **variacion** de la entrevista, utilizando la misma muestra de individuos en mas de una ocasión. Por lo que es confiable estadisticamente ademas de que proporciona evidencia del proceso de modificacion de los puntos de vista.
- Observacion de masas: en el que un entrevistador escucha conversaciones, provoca discusiones o bien orienta deliberadamente una discusión de modo que se pongan de manifiesto puntos de vista o situaciones emocionales.

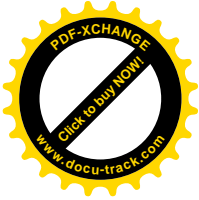
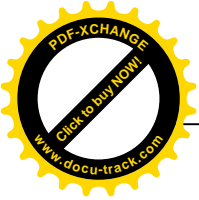
Comentario [oi56]: Demasiadas faltas de ortografía, por cumplir. 3/1

El metodo cuasi-experimental muestra aceptablemente los tipos de incitacion y los metodos de persuacion que operan sobre los cambios de opinion.

3. Diferencias entre opiniones y actitudes.

Las opiniones, según Young, son el punto intermedio entre las simples nociones o impresiones y un conocimiento positivo basado información y hechos veraces. Son creencias acerca de temas específicos, interpretaciones y/o hechos. Las opiniones son de carácter simbólico y verbal. Por otro lado, las actitudes se distinguen de las opiniones en que las primeras se relacionan directamente con la tendencia a actuar y están estrechamente vinculadas a los hábitos y el comportamiento **manifiesto**.

Comentario [oi57]: Correcto: 1/1



Aunque ambos conceptos son distintos, están íntimamente relacionados al momento de conocer la opinión pública de un sector. Por lo general, cuando existe un interés en conocer la opinión de un público, lo que realmente queremos conocer es la “línea” que éste toma a favor o en contra de alguna cuestión. Debido a la distinción entre conceptos, será correcto usar el término “actitudes” cuando un público tenga una carga emocional importante hacia un tema; por el contrario, podremos hacer referencia a “opiniones” a medida que existe menor preocupación hacia cierta cuestión.

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

Iluminismo: El reconocimiento de la existencia de un campo de debates de opiniones contradictorias enfrentadas racionalmente con la pretensión de alcanzar de este modo la verdad.

Se funda sobre la idea del hombre como un ser racional, capaz de explicar un tema por medio del debate libre entre individuos con capacidad de raciocinio. Partiendo de esto, las opiniones resultantes serán en beneficio de la sociedad.

Crítica Marxista: Cada clase social tendría su propia perspectiva, la cual le permite construir su propia cosmovisión, la cual surge de su ubicación dentro de una estructura social. En este punto, la visión del mundo no dependerá de la racionalidad del proceso, sino de la particular posición en que se encuentra, el grupo social al que esa visión corresponde como perspectiva.

Sólo las clases en ascenso logran tener una visión del mundo “verdadera”, debido a que corresponden objetivamente a la realidad histórico-social. Lo contrario a las clases en descenso, su visión del mundo se vuelve “ideológica” su conciencia, “falsa”.

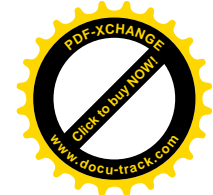
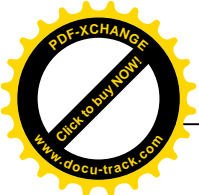
La crítica marxista, antepone la perspectiva de la clase social ante el proceso racional y reflexivo para alcanzar la opinión pública.

Sociología del Conocimiento: La teoría apunta al problema de las ideologías políticas y sociales. Cualquier grupo social dotado de cierta importancia o consistencia dentro de la sociedad global posee una cosmovisión que le es particular. La clase representa, el grupo de mayor significado.

A diferencia de las formulaciones marxistas, aquí no es posible alcanzar la verdad objetiva. Por otra parte, se puede observar una similitud con el marxismo, mientras que en Marx asigna a las clases en ascenso, en Mannheim, el peso recae en los intelectuales, ya que estos serán los que puedan colocarse en una posición superior capaz de colocar en síntesis, la totalidad de las perspectivas posibles.

Teoría de los residuos y derivaciones: Pareto, clasifica todas las acciones humanas en lógicas y no lógicas, donde en cada acción cabe un núcleo. El núcleo se plantea como el impulso o motivo real a terminada acción. Por su parte, el residuo, corresponde a un impulso irracional, más ligado al plano emocional.

Comentario [oi58]: Correcta respuesta, cuidadosa ortografía y redacción 1/1



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

Hay una cita de K. Young que es bastante representativa de cómo todos los medios –los que incluye la lectura como el periódico, la radio y el cine, y los que no ya que son más modernos como la televisión; el internet es el único que se puede salvar de caer en dicha definición por causas que analizaremos más adelante- influyen en la formación de la opinión pública: “Con la invención de la imprenta y más tarde el telégrafo, el teléfono y la radio, la formación de la opinión se hizo claramente **indirecta** y quedó sujeta a una capacidad **cada vez más variada** de influencias”.

En un primer momento de la evolución del proceso de formación de la opinión pública, tenemos que ésta se generaba mediante la conversación y el intercambio de ideas entre un orador y su audiencia; era un proceso directo y deliberativo donde el receptor del mensaje era un elemento activo del proceso. Pero conforme la tecnología fue evolucionando este proceso perdió su bidireccionalidad y se convirtió en uno que no permitía retroalimentación por parte del auditorio, y si la permitía esta era seleccionada (es el caso que plantea el autor que si bien algunos periódicos reciben cartas de sus lectores, los editores deciden, de manera discrecional, que misivas publicar y cuáles no) para que sirvieran como un elemento legitimador de las mismas publicaciones. Lo anterior sucede de igual manera tanto con la radio como con la televisión.

En un principio el Internet era muy similar ya que eran muy pocos los foros donde existía la retroalimentación por parte del auditorio; pero este medio también ha evolucionado, y de hecho se encuentra en un constante proceso innovador. Actualmente el internet cuenta con las herramientas necesarias para convertirlo en un foro abierto y plural, ya que **existe** un sinnúmero de puntos de vista sobre un tema en específico en la red, donde es muy fácil conseguir información del tópico que sea. Es un medio que no discrimina; lo único que se necesita es poder tener acceso a una computadora y un mínimo de conocimiento sobre el funcionamiento de ésta. Lo que se conoce como internet 2.0 está reconfigurando los espacios públicos de deliberación y debate en los cuales se gesta la opinión pública. Si bien todavía no podemos decir que la formación de la opinión pública, gracias al internet, se **de** de manera directa, como en las sociedades primarias o en la democracia griega, -ya que hay muchas personas que no tienen acceso a una computadora o que simplemente tienen acceso pero no participan activamente en los espacios que ésta tecnología ha abierto- si podemos decir que lo es cada vez más, lo cual nos hace pensar que a la mejor en un futuro la idea habermasiana de una democracia deliberativa se pueda dar con ayuda del **internet**.

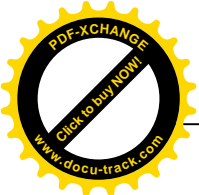
Comentario [oi59]: existen

Comentario [oi60]: dé de

Comentario [oi61]: Buen comentario .9/1

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

Como bien lo señala el autor, en su sentido más general, la propaganda se define como el hecho de producir, generar o modificar ciertos pensamientos o



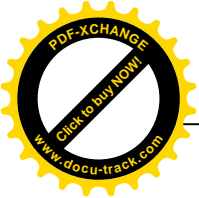
convicciones. De ahí que la psicología en la propaganda actúe como actor fundamental pues es la herramienta más eficaz para entender la forma de pensar del individuo y de poder influir en ella.

En este mismo sentido, la manipulación por medio de palabras, signos o símbolos ha sido el pan de cada día en la historia de la humanidad, y este método se ha valido de diferentes herramientas para lograr su objetivo, como son los slogans, los estereotipos, las leyendas, entre otros. Basta con echarle una mirada a la historia y podremos tener múltiples ejemplos (la zuástica de Hitler; la famosa frase que marca uno de los episodios más violentos en México pero que después de casi 40 años sigue escuchándose en las calles: “2 de octubre, no se olvida”; el grito de algunos inconformes con el proceso electoral del 2006: “voto por voto, casilla por casilla” etc.).

Así pues, la propaganda utiliza métodos y herramientas diversas para lograr sus propósitos, los cuales muchas veces se mantienen ocultos, aunque “tienen muy claro el uso deliberado, planeado y sistemático de símbolos, principalmente mediante la sugestión y otras técnicas psicológicas conexas para, -como ya lo habíamos mencionado-, controlar y alterar las opiniones e ideas, y para modificar las acciones”. (p. 201)

Entre las características psicológicas que subraya el autor se encuentra que la propaganda:

1. Puede ser empleada por un grupo de interés especial en oposición a otro grupo o bien en relación con un público político o consumidor más amplio.
2. Es un procedimiento positivo ya que es contraria a la censura y tiene la ventaja de ser creativa.
3. Su elemento principal es la sugestión, derivada de un análisis sobre:
 - A) el propósito, o el receptor.
 - B) El material o contenido simbólico
 - C) El método especial de sugestión
 - D) La recepción y sus efectos en la modificación de las ideas, actitudes, valores y acciones.
4. Debe insitar el deseo por algún objeto o nuevas experiencias.
5. Debe fomentar los deseos básicos del hombre que lo relacione emocionalmente, sentimentalmente o culturalmente, como pueden ser el amor, el enojo, el miedo, la esperanza, etc. para despertar motivaciones o deseos y promover satisfacción.
6. Debe descansar sobre los argumentos racionales, sin que ello esté peleado con lo que mencionamos en el punto 5.
7. Debe lograr la aceptación sin preocuparse por hacer reflexionar o pensar.
8. Debe utilizar símbolos simples, poco complejos y elaborados.
9. Debe presentarse de tal manera que se pueda absorber velozmente sin necesidad de una reelaboración ya sea del símbolo o del significado.
10. Debe tener repetición sistemática y persistente de cuestiones simples y básicas ya que la repetición es muy efectiva cuando se trata de promover deseos o ideas.



11. Debe utilizar en su lenguaje la forma indirecta (insinuaciones); aunque si ya tiene establecido el deseo básico puede hacer afirmaciones declarativas directas y utilizar la exageración, la acusación sorprendente o la falsedad abierta.

En sí, la propaganda sirve para inducir puntos de vista sobre un grupo específico o un determinado ambiente. En la política se utiliza especialmente para resaltar algún aspecto negativo o positivo de los involucrados.

Aunque este libro tenga muchos años de haberse escrito, se aplica perfectamente al momento histórico por el que atraviesa nuestro país, así como en las campañas electorales, donde cada vez es más frecuente el uso de la propaganda tanto negativa como positiva para fomentar el voto hacia un candidato.

Comentario [oi62]: Muy completa respuesta 1/1

OTRAS FUENTES CONSULTADAS

COMUNICADO DE PRENSA 10 DE SEPTIEMBRE

<http://www.cirt.com.mx/boletines/070910/070910-Boletin%20Prensa.pdf>

APRUEBAN LEGISLADORES EN LO GENERAL LA REFORMA ELECTORAL

<http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2007/09/11/aprueban-comisiones-en-lo-general-reforma-electoral>