

105
2EJ



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
COORDINACION DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**OPINION PUBLICA. LA REFORMA POLITICA
EN EL DISTRITO FEDERAL**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A
EUGENIA SORIA LOPEZ

DIRECTORA DE TESIS: MTRA. ERENDIRA URBINA URBINA

MEXICO, D.F.

1995

FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

**A LA MAESTRA ERÉNDIRA URBINA URBINA
POR SU PACIENCIA Y APOYO PARA LA
REALIZACIÓN DE ESTA TESIS**

A LOS MAESTROS:

**JULIO AMADOR
PABLO CABAÑAS
LEONARDO FIGUEIRAS
ANALIA FISHER**

AGRADECIMIENTOS

**A CARMEN Y VÍCTOR POR SU
COMPRESIÓN Y APOYO**

**A ALBERTO
GABRIELA
JAVIER
MANUEL
CARMEN**

Í N D I C E

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. GENERALIDADES DE LA OPINIÓN PÚBLICA	3
1. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA HISTORIA	4
2. CARACTERÍSTICAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA	40
3. HACIA UN CONCEPTO DE OPINIÓN PÚBLICA	50
CAPÍTULO II. GÉNESIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA	54
1. ETAPAS DE FORMACIÓN	55
2. CLIMA DE OPINIÓN	63
3. CORRIENTES DE OPINIÓN	64
4. OPINIÓN PÚBLICA LATENTE	65
5. GRUPOS	69
6. LÍDERES DE OPINION	78
CAPÍTULO III. LA REFORMA POLÍTICA EN EL DISTRITO FEDERAL	82
1. ETAPAS DE LA REFORMA POLÍTICA EN EL DISTRITO FEDERAL	83
2. CLIMA DE OPINIÓN	101
3. CORRIENTES DE OPINIÓN	102

4. OPINIÓN PÚBLICA LATENTE	103
5. GRUPOS	104
6. LÍDERES DE OPINIÓN	106
CONCLUSIONES	108
NOTAS	116
BIBLIOGRAFÍA	121
HEMEROGRAFÍA	125
ANEXO	126

I N T R O D U C C I Ó N

La opinión pública es quizá uno de los fenómenos de estudio más interesantes en la actualidad, no sólo en materia de comunicación sino también en otros ámbitos. Su presencia en el terreno político, social, psicológico, económico e histórico, le dan tal riqueza y posibilidades de acercamiento que cada uno de ellos implica un reto.

Adentrarse y profundizar en un tema de comunicación política como la opinión pública obliga a enfrentar serios obstáculos no sólo por sus limitantes teóricas, metodológicas y prácticas, sino por su naturaleza misma.

Es prácticamente imposible establecer qué es la opinión pública. Se ha optado por usarla de la manera más apegada a lo que se quiere obtener de ella. Esto es, tomarla como herramienta útil para encuestas, en un sondeo, en una teorización, para saber que fases sigue, cómo se manifiesta, quién la compone. Es ésta la esencia misma de la opinión pública: multiplicidad, dinamismo y ambivalencia.

El análisis realizado en este trabajo consta de cuatro partes. La primera parte es una revisión teórica e histórica acerca de la evolución de la opinión pública desde una perspectiva multivariada, no lineal, que busca interrelacionar elementos característicos que fundamentan la conceptualización de la opinión pública.

La segunda parte presenta el proceso de formación de la opinión pública, etapa por etapa, esto es, segmentación de cada paso que sigue un hecho para constituirse en materia de opinión pública.

La tercera parte está vinculada con las etapas de formación pero ligado directamente a un hecho real. El tema elegido es la Reforma Política en el Distrito Federal, éste permite conocer, paso a paso, cómo actúa un hecho o tema de opinión pública. Esta parte consiste en una contrastación (teoría/hecho) que pretende clarificar los elementos circundantes al hecho.

El seguimiento se realizó con base en un medio de comunicación: la prensa escrita. *La Jornada* es el periódico diario donde se tomó la información emanada de los trabajos que implicó la Reforma Política. Este anexo es una síntesis de un año cinco meses de información, constituye la cuarta parte del trabajo.

Es además, producto de una elección de más de quinientas notas de información, sin embargo, se espera que esta síntesis permita conocer las etapas seguidas por la Reforma Política en el Distrito Federal.

Con el conjunto de los anteriores apartados creemos que se logra aglutinar elementos explicativos de lo que encierra la opinión pública, de ninguna manera únicos o totales, son sólo una visión particular sobre un fenómeno de grandes alcances.

C A P Í T U L O I

GENERALIDADES DE LA OPINIÓN PÚBLICA

1. LA OPINIÓN PÚBLICA EN LA HISTORIA

El hombre no es una criatura alada; y desde el comienzo de los tiempos quienquiera que haya ignorado esta simple verdad nos ha llevado siempre al borde del precipicio, para explicarnos después, cuando hemos caído, que deberíamos haber sabido volar. Pero existe una forma totalmente distinta de considerar la opinión pública: como pauta de actitudes y como abanico de demandas básicas.

G. Sartori

La opinión pública no cuenta con una teoría establecida, por eso se dice que existen tantas definiciones como autores en el tema. No existe una teoría con sustancia práctica que explique su verdadera relevancia en el mundo actual. Es un cuerpo conceptual en formación que requiere de constantes aportaciones, carece además, de una metodología establecida.

Los orígenes del concepto de opinión pública lo podemos ubicar desde los tiempos más remotos. Conformado de varios elementos y premisas, dotado de sentido impreciso, diferentes nombres y conceptualizaciones, la opinión pública requiere de un franco acercamiento a la relación que tiene con las sociedades modernas. Para llegar a entender de manera puntual este concepto ambivalente revisemos su evolución.

Existe una tendencia teórica interesante basada en la perspectiva histórica-sociológica que analiza la evolución de la opinión pública como parte de la filosofía política. El tratamiento sociológico (y politológico) se enmarca en el proceso histórico de la evolución de las relaciones sociales y políticas, que incluye, la relación opinión pública-Estado.

Jürgen Habermas en su obra *Historia y crítica de la opinión pública*, hace un diagnóstico de la sociedad industrial constituida por el Estado social, desde la visión histórico-genética; esto es, la evolución histórica de la publicidad burguesa concebida dentro de la era del capitalismo.

Lo que engloba históricamente la publicidad burguesa, Domènech lo resume de la siguiente manera: "Con el desarrollo histórico de la cultura material burguesa tiene lugar la progresiva emancipación del tráfico económico entre los hombres respecto de las ataduras del poder político público. En esa esfera tradicionalmente privada del tejido económico va abriéndose paso un ámbito social [...] que reúne los comunes intereses de los sujetos privados [...]".¹

La conceptualización del término opinión pública Habermas la llama publicidad (*Öffentlichkeit*), es lo que comúnmente llamamos vida social pública, esfera pública, público, lo público e incluso, opinión pública. La publicidad burguesa es definida como una categoría típica de la época, no puede separarse de la irrupción de la sociedad burguesa en la era del capital.

Este teórico alemán sostiene que la publicidad es inherente a la sociedad burguesa y a la época en la que se dan las relaciones mercantiles y el trabajo social. Existen dos elementos vitales que explican dicha evolución: la esfera de lo público y el ámbito de lo privado, aunque ambos surgen mucho antes.

Ya en los tiempos de la ciudad-estado griega la vida de la polis estaba separada de la esfera de la casa, la vida pública se desarrollaba en el *agora*. En la Grecia Antigua donde la opinión común de los individuos se formaba en las relaciones personales, directas entre éstos; las discusiones y

conversaciones sobre cuestiones políticas y sociales caracterizaron a la filosofía griega.

El método filosófico de Sócrates fue la conversación y el diálogo. Discutía en la plaza pública, "disputaba con sus amigos, no tanto para rebatir sus opiniones, cuanto para indagar la verdad".²

Platón, filósofo idealista y político ateniense fue el más importante pensador de su tiempo, influyó en el concepto de Estado, estableció la diferencia entre conocimiento y opinión. Fue formador de la opinión porque logró transformar el juicio de la apariencia de las cosas en contemplación de la esencia inmutable de éstas.

Durante esta época el orden político estaba basado en la economía esclavista de forma patrimonial, los ciudadanos participaban en la vida pública en tanto dependían de su autonomía como señores de su casa. La esfera privada estaba ligada a la casa y ésta, a la disposición sobre la fuerza de trabajo; a pesar de que la vida se ocultaba en la casa también existía la polis, los individuos podían tratar con iguales, existía la conversación entre ciudadanos.

De hecho, existían lugares donde lo público podía expresarse: el teatro, los gimnasios, los simposios o cenáculos, las olimpiadas y las academias (la más importante fundada por Platón). "En una palabra: se trataba del teatro y del diálogo, creando oportunidades para dialogar sobre los problemas comunitarios en forma colectiva".³

Cabe destacar que la concepción histórico-ideal que se tiene de la opinión pública se viene arrastrando bajo el patrón de los clásicos, esta fuerza normativa ha llegado hasta nuestros días.

Durante la Edad Media las categorías público y privado se miran bajo la perspectiva del derecho romano, y con ella la publicidad se entiende como *res publica* -cosa pública-.

A los romanos los caracterizó la consolidación de un sistema democrático, por ello lograron leyes y derechos para su sociedad. En el Senado sostenían debates sobre política exterior y entablaban discusiones pragmáticas referentes a las guerras y la expansión de su imperio. El foro romano permitía la discusión de asuntos públicos de interés general. En Roma no surgen grandes pensadores como en Grecia; sin embargo, los asuntos públicos son característicos de la sociedad romana.

Es en la Edad Media donde surgen, bajo los términos jurídicos de dicha sociedad, dos nociones: *publicus-privatus*: "[...] una organización económica del trabajo social hace de la casa del señor el elemento central de todas las relaciones de dominio; no obstante la posición del señor de la casa en el proceso productivo no es comparable con el poder de disposición <privado> del [...] *pater familias*".⁴

Es importante señalar que a pesar de esta duplicidad de campos, no se distinguen con claridad uno del otro, se mezclan en una unidad, están ligadas a la tierra y al derecho privado.

Los días del dominio feudal transcurrieron bajo la mirada de los derechos particulares, inmunidades y privilegios, Habermas dice que no se puede documentar (con criterios institucionales) una publicidad con ámbito propio, no existe separación de lo privado; en cambio, persiste una publicidad representativa. Esta tiene una peculiaridad esencial, el *status*.

El *status* le da jerarquía al señor feudal, en realidad él es neutral en cuanto a lo público y lo privado, sin embargo, encarna ese poder elevado, es el representante (majestad, señor, fama, dignidad, honor) del dominio ante el pueblo.

Este segundo momento de la evolución de la publicidad es vital pues la publicidad representativa está ligada al atributo personal: cargos, insignias, forma de presentarse, gestos, retórica. Este patrón proliferó en la alta Edad Media en un "sistema de virtudes cortesanas".

Cabe destacar que esta forma representativa está vigente hoy, la iglesia sigue siendo ese punto de sobrevivencia de la publicidad representativa, además se mueve en la esfera privada pues el ciudadano común está excluido en dicha representación.

Los últimos resabios de la representación cortesana se da en el siglo XV en las cortes francesa y borgoñona, aunque esta forma de publicidad surgió, bajo otros parámetros, en la aristocracia urbana italiana (tempranamente capitalista). Florencia fue la cuna de ésta, luego París y Londres harían lo propio.

El Renacimiento (siglo XV-XVI) fue el periodo de transición a la época moderna. Evolucionó la escritura y las ideas político-sociales transformaron el pensamiento en aquel tiempo. El humanismo (movimiento de renovación cultural) estableció las bases para que el hombre empezara a educarse, las escuelas se erigieron como el nuevo centro del conocimiento y discusión de ideologías y creencias.

La asimilación del humanismo en la incipiente cultura burguesa permitió conservar todo el arraigo y potencial de la vida cortesana, a la cual se integraba un nuevo mundo ilustrado humanista. Por el año de 1400, se introdujeron a la corte los educadores de príncipes, la vida cortesana empezaba a modificarse.

La transformación de cortegiano -caballero cristiano- a un cortesano humanista instruido (antecedente del *gentleman* inglés

antiguo y del *honnête homme* francés) es un síntoma de la nueva sociedad cuyo núcleo será la corte del soberano. El tono de la publicidad representativa (ya entrado el Renacimiento) se basaba en la vida cortesana protegida y escindida del mundo exterior. Las fiestas, el teatro y la danza se retiran de las plazas públicas para concentrarse en los jardines y, de las calles a los salones del palacio. A pesar de esta situación, el pueblo no estaba completamente excluido, se reunía en la calle expectante de las festividades aunque los banquetes burgueses sí fueron de carácter privado.

La época de Luis XIV puede resumirse como la etapa culminante de la publicidad representativa pues se dio una total concentración cortesana. De hecho, la sociedad aristocrática no tuvo dominio propio, ni señorío feudal que representar, dependía del monarca.

Una vez concluida esta fase, se puede empezar a hablar de una sociedad separada del Estado, se parten lo público y lo privado (en el sentido moderno). En palabras de Böckelmann esto significa una disociación del Estado y la sociedad en un doble movimiento: a la estatización de la sociedad le corresponde la socialización del Estado.

Ambas partes entran en nueva dinámica. "La sociedad y el Estado se limitan a una "esfera social repolitizada" [...] la cual ya no es concebible mediante la diferenciación entre "público" (= estatal) y "privado" (en su sentido más amplio)".⁵ Agrega que es el momento en el que la opinión pública inicia la discusión de sus propias condiciones.

Es además, el momento en el que el Estado interviene en la esfera del tráfico mercantil y en la esfera del trabajo social ya que las agrupaciones y asociaciones de individuos actúan como fuerzas políticas, el Estado es ya una potencia económica

antiguo y del *honnête homme* francés) es un síntoma de la nueva sociedad cuyo núcleo será la corte del soberano. El tono de la publicidad representativa (ya entrado el Renacimiento) se basaba en la vida cortesana protegida y escindida del mundo exterior. Las fiestas, el teatro y la danza se retiran de las plazas públicas para concentrarse en los jardines y, de las calles a los salones del palacio. A pesar de esta situación, el pueblo no estaba completamente excluido, se reunía en la calle expectante de las festividades aunque los banquetes burgueses sí fueron de carácter privado.

La época de Luis XIV puede resumirse como la etapa culminante de la publicidad representativa pues se dio una total concentración cortesana. De hecho, la sociedad aristocrática no tuvo dominio propio, ni señorío feudal que representar, dependía del monarca.

Una vez concluida esta fase, se puede empezar a hablar de una sociedad separada del Estado, se parten lo público y lo privado (en el sentido moderno). En palabras de Böckelmann esto significa una disociación del Estado y la sociedad en un doble movimiento: a la estatización de la sociedad le corresponde la socialización del Estado.

Ambas partes entran en nueva dinámica. "La sociedad y el Estado se limitan a una "esfera social repolitizada" [...] la cual ya no es concebible mediante la diferenciación entre "público" (= estatal) y "privado" (en su sentido más amplio)".⁵ Agrega que es el momento en el que la opinión pública inicia la discusión de sus propias condiciones.

Es además, el momento en el que el Estado interviene en la esfera del tráfico mercantil y en la esfera del trabajo social ya que las agrupaciones y asociaciones de individuos actúan como fuerzas políticas, el Estado es ya una potencia económica

que no va a excluirse de la circulación económica; por el contrario, el Estado asegura a partir de ahora una participación global: normas jurídicas, leyes laborales y sociales, lineamientos económicos, apoyos en diversos sectores, participación en servicios públicos.

La constante representación de intereses privados/personales imposibilita que los asuntos colectivos sean discutidos en público. El ámbito privado es arrastrado hacia el terreno de la sociedad.

Es importante mencionar que este proceso paulatino de escisión afectó directamente a la familia. La institución familiar es materialmente borrada de la escena, pierde su relevancia como fundamento primario de producción social. El grupo familiar ya no es imprescindible, también pierde la responsabilidad como modelo educativo y de comportamiento social, ya no se le superpone como institución transmisora de tradiciones, valores y cultura, se le despoja y desprivatiza.

Es notable que las tendencias derivadas de la publicidad representativa perduren hasta en siglo XVIII. Son los poderes feudales (iglesia, soberanía y jerarquía señorial) quienes están vinculados a aquella y que se disolverán, por un lado en elementos privados, y por otro, públicos.

La posición de la iglesia evoluciona en la época de la Reforma. En 1517, Martín Lutero, monje agustino, fue conductor de la opinión. Provocó alegato político y crítica religiosa respecto del documento *Las 95 tesis* (denuncia sobre la venta de indulgencias por parte de la iglesia), éstas circularon en hojas impresas y manuscritas. Lutero utilizó las cartas y el púlpito para propagar sus ideas.⁶

La relevancia de Lutero en hacer pública su inconformidad tuvo tal influencia sobre la opinión pública que de inmediato

la iglesia confrontó serios problemas y tuvo la necesidad de tomar medidas para contrarrestar el poder de influencia de las ideas del reformador.

Sin embargo, la iglesia modificó el vínculo con la autoridad divina: la religión se consolidó como asunto privado. Así, la iglesia es la primera esfera de autonomía privada desde que tenemos memoria histórica.

Como señalábamos líneas arriba, la concentración del poder soberano se hace visible con la ruptura del presupuesto público y la separación de bienes domésticos privados del señor feudal. Con la burocracia y el cuerpo militar las instituciones del poder público se diferencian aún más de la privatizada corte.

Con la introducción de poderes estatales los elementos señoriales se convierten en órganos del poder público (luego en Parlamento), evolucionan hasta la esfera de <sociedad burguesa>, claramente contrapuesta al Estado.

El desarrollo del temprano capitalismo financiero y comercial del siglo XIII en las ciudades del norte de Italia y su expansión hacia la Europa nórdica y occidental, permitieron la consolidación de los primeros mercados (Brujas, Lieja, Gante). La expansión de rutas comerciales introdujeron una nueva dinámica en el orden social.

Aun cuando el temprano capitalismo fuera conservador, económica y políticamente, el marco de las relaciones estaba en franca evolución. El tráfico de mercancías y noticias creado por el comercio a larga distancia trajo consigo un serie de transformaciones.

Las ciudades italianas se situaban en el arroyo de la circulación, cerca de los ríos, de tal manera que el comercio marítimo impulsó la apertura de nuevas rutas hacia nuevos centros. Flandes e Italia fueron los focos de comercio; se

establecieron las ferias como lugar de atención a comerciantes. "La afluencia de los mercaderes en los lugares favorables provocó a su vez la de los artesanos. La concentración industrial es un fenómeno tan antiguo como la concentración comercial, y es posible observarlo, en la región flamenca, con una precisión particular".⁷

El mercado y el intercambio fueron los motores de desarrollo mercantil, el crecimiento económico dependió del control político sobre el campo. El desplazamiento de recursos naturales y humanos hacia las ciudades provocó el gran auge del comercio mundial, éstas fueron centros de operación.

Al respecto Dobb apunta: "Todo indica que estas medidas más ambiciosas eran producto, no tanto del interés colectivo de la ciudad, como del interés de clase de un sector acomodado de mercaderes mayoristas que, desde tiempo atrás, habían logrado el exclusivo control del gobierno urbano".⁸

Es también el tiempo en que las bolsas, letras de ferias, letras de cambio (el papel-valor), surgen como necesidades financieras que aceleran la política mercantil. Asimismo, se consolidan organizaciones burocráticas y el tráfico de noticias juega un papel importante; no podemos hablar de prensa como tal, sino de correspondencias privadas organizadas en forma profesional por mercaderes y comerciantes de noticias.

Aquí tenemos puntos específicos y clarificadores de la época: los elementos que forman el marco de tráfico tempranamente capitalista, del tráfico de mercancías y noticias, demuestra por primera vez su potencia revolucionaria en la fase del mercantilismo, fase en las que se forman las economías nacionales y territoriales al mismo tiempo que el Estado moderno.

A partir del siglo XVI, el ascenso político y económico de Inglaterra se deja ver; las compañías se organizan, dentro de esta nueva etapa capitalista, exploran y abren nuevos mercados (internos y externos). Estos dan pauta para hablar de nación: el Estado moderno entra en escena.

El papel del Estado es vital pues el soberano está bajo la nueva disociación entre bienes domésticos y bienes estatales. Otros sujetos tienen el control de la autoridad, esta mediatización de las autoridades estamentales obliga a tomar a la publicidad como esfera del poder público.

Ya los atributos de la corte representativa resultan obsoletos, una sola persona no representa lo que antes, es ahora un aparato monopólico que utiliza de manera legítima el poder (y la violencia). El dominio señorial no existe más; en cambio, se introducen los órganos del orden público (policía, ejército), éstos someten bajo su dominio al pueblo.

El surgimiento del Estado como forma de reglamentación jurídica de las libertades personales tiene su fundamento en el principio del razonamiento de carácter universal, la libertad individual. Dicha libertad estará, a partir de aquí, relacionada con un asunto fundamental: las decisiones de orden político que el Estado asume como su responsabilidad y de las cuales los individuos no quieren estar ausentes.

Al respecto tenemos: "Con ello hemos llegado al punto central de por qué la opinión pública pudo entenderse como la única respuesta institucional al problema de la formación de la decisión política de Estado [...] la opinión pública era el

ejercicio de la reflexión de los individuos libres sobre su asociación y existencia universal como seres libres".⁹

Retomando el hilo histórico, cabe mencionar que a partir de la expansión comercial, el nuevo colonialismo actúa en provecho de las economías mercantiles internas, es también momento de hablar de la sociedad burguesa. Las actividades económico-domésticas aparecen a la luz de la publicidad, ahora es pública y distinguible a los ojos de todos.

En el campo económico se pone en marcha el proceso de privatización de la producción. Las condiciones productivas se realizan fuera del hogar, la actividad económica privada está sometida a la supervisión y directrices de carácter público, por vez primera son de interés general.

No cabe duda que el orden político y social se reestructura a raíz de la fase mercantil del capitalismo, la esfera privada de la sociedad burguesa se coordina con los órganos del poder público entablando nueva relación administrativa. Además, los campos político y económico son ahora los lugares de reconocimiento de las libertades individuales. Es decir, el individuo asume su carácter como ser social, gracias a la dinámica de la vida política y económica el individuo es y vale como tal.

A mediados del siglo XVI los descubrimientos e inventos alteraron la actividad de las sociedades, el hombre cambiaba radicalmente. Ideologías más acordes con la modernidad apoyaban la creación de nuevas disciplinas. De Galileo a Newton se desarrollaron varios inventos: telescopio, microscopio, reloj de péndulo, imprenta de tipos móviles (ésta favoreció la circulación de obras literarias y científicas, además de las

noticias) brújula, pólvora y papel. Todos éstos marcaron el ingreso a una nueva época que dotaría de sentido a la época moderna.

Un original sistema económico de la libre competencia, el capitalismo surgía en las nacientes sociedades industrializadas. Este fue un factor importante en la dinámica social de las décadas siguientes. Este sistema cambiaría el estado de las relaciones entre los propietarios de capitales y poseedores de la fuerza de trabajo:

"Los capitalistas acrecentaron enormemente su capital. Ese capital era producto del trabajo, que este antiguo campesinado, ahora en proceso de proletarización, se veía obligado a vender al capitalista. El proletariado se fue creando a través de la separación que los antiguos productores de la sociedad feudal (campesinos y artesanos) tuvieron de sus medios de trabajo. Conforme iba aumentando el capital producido por el trabajo de los primeros asalariados, los capitalistas fueron consolidando su poder económico".¹⁰

Este sistema de reproducción introdujo transformaciones, los individuos se vieron en la necesidad de adaptar su vida a un régimen económico influyente en las decisiones políticas, el capitalismo moderno trastrocó las fibras más sensibles de los grupos sociales.

Es importante hacer especial mención del papel que jugó, primero la noticia manuscrita y, luego la impresa, pues la mercantilización de noticias constituyó un acontecimiento de época. Cabe destacar que la imprenta en 1440, reinención de Juan Gutenberg de los tipos móviles o sueltos (invento chino del año 1010), propagó la difusión de la noticia impresa a gran escala, hecho que revolucionó las relaciones sociales durante este periodo de actividad cultural, intelectual y política.

"La noticia manuscrita es objeto enseguida de una verdadera industria, ejercida por profesionales que se encargan de informar a los jefes de las familias nobles".¹¹ Aunque este tipo de noticia nació en Inglaterra, durante el siglo XV cobró mayor relevancia en Italia y Alemania, pues eran países de mayor agitación político-social; Italia se había establecido como centro de desarrollo comercial, intelectual y cultural; sus ciudades albergaban a las influyentes aristocracias, clerics y una pujante burguesía.

Varios fueron los centros de distribución mercantil, entre ellos figuraron Roma, Milán, Nápoles, Génova, Hamburgo, Viena, Londres, Lyon y Bruselas. La labor de copiar a mano las noticias, y luego distribuir las, corrió a cargo de una agencia veneciana.

Los grandes acontecimientos mundiales, el gusto en las letras y las artes hicieron necesaria la difusión de todo cuanto podía repercutir sobre las altas clases italianas, surgieron así los mercaderes de noticias, vendedores de información. Los comerciantes y navegantes se interesaron en informaciones procedentes del exterior, además de las surgidas al interior, con ello lograron acaparar los mercados de su conveniencia.

Es preciso hacer notar que sin la existencia de la noticia manuscrita no se hubiera abierto el camino a la noticia impresa y ésta, a su vez, al periodismo moderno. La opinión pública difícilmente hubiera tenido un medio de expresión importante como lo fue la prensa de aquellos días.

A pesar de que Italia estuvo siempre a la vanguardia de la copia de noticias, en Francia surgió el primer periódico en forma, en 1631 la *Gazette de France* fue fundada por Renaudot.

Debemos apuntar que el tráfico de noticias se desarrolló no sólo como necesidad del tráfico mercantil, sino las noticias por sí mismas constituyeron una mercancía, obedecieron a las leyes del mercado, los periódicos y la prensa ingresaban con éxito a la esfera comercial. "Con todo, el interés de las nuevas autoridades por utilizar la prensa de acuerdo con los objetivos de la administración se había entre tanto robustecido. En la medida en que ese instrumento le servía para dar a conocer órdenes y disposiciones, se convirtieron los destinatarios propiamente por vez primera en <público>".¹² De hecho, el público es uno de los mejores rasgos de la época moderna "sólo ha podido comenzar a aparecer a partir de la invención de la imprenta".¹³

La línea de los periódicos políticos fue la de informar acerca de las actividades de la realeza, las fiestas y visitas de personalidades, apegadas todas ellas a la forma de publicidad representativa. Aparecieron especificaciones del soberano para el bien de los súbditos, la prensa estaba supeditada a los deseos de la administración, se hizo de manera sistemática, su servidora.

Como señalamos líneas arriba, en Francia surgió la Gaceta, inspiradora de la Gazette of London (1665), con ello las informaciones y anuncios se convirtieron en instrumentos oficiales del gobierno. A pesar de la difusión existente, las noticias no llegaban al hombre común, sólo los 'estamentos ilustrados' gozaban de dicho privilegio.

Este público lo formaba esa nueva oapa burguesa que había surgido a la par del aparato de Estado moderno, albergaba en su seno a los funcionarios de la administración real (por lo que respecta al continente europeo), juristas, médicos, curas,

profesores, oficiales; cuyos rangos estaban por encima de maestros, escribanos y pueblo.

Esta capa burguesa, señala Habermas, es la verdadera sostenedora del público, el cual es un público de lectores. Es el público de la nascente publicidad burguesa. Esta publicidad se desarrolló en la medida en que el interés público de la esfera privada de la sociedad burguesa deja de ser percibido exclusivamente por la autoridad, y comienza a ser tomado en consideración como algo propio por los mismos súbditos.

Lo anterior es, de alguna forma, producto de la evolución de la participación social. Durante los siglos XVII y XVIII la filosofía social racionalista sustenta y difunde la concepción de que en toda sociedad han de coexistir reglas, obligaciones y valores que hagan de ellas núcleos de convivencia y libertad.

La relación sociedad-publicidad burguesa aparece como una suma de opiniones individuales que ya han alcanzado estado público. Se gesta además una especie de mercado de intercambio de opiniones e ideas.

La prensa se convierte en asunto público, a fines del siglo XVII entran en circulación las revistas de comentario, de instrucción y de análisis; sin embargo, el razonamiento está vinculado a las reglas. Las personas privadas aún no pueden emitir un juicio público, especialmente sobre leyes, reglas y directivas del soberano. El público inicia un proceso de legitimación ante el poder estatal.

La publicidad burguesa equivale a ese entorno donde las personas privadas se reúnen en calidad de público, ellas establecen las reglas generales del tráfico mercantil y del trabajo social en forma privada, en ese campo deciden actuar.

El elemento fundamental para comprender el desarrollo de la publicidad es: el raciocinio. La razón no permite el dominio,

tampoco en la economía del tráfico mercantil donde los burgueses son personas privadas que no dominan en lo político pero lo empiezan a hacer en lo económico. Así, la exigencia de poder de éstos frente al poder público no es la de repartírselo, sino la de acatarlo.

Nos encontramos ante la existencia real de un raciocinio público, entendimiento y comprensión de las reglas del poder, además sobreviene un reconocimiento de las funciones de la opinión pública en una sociedad que se funda sobre la idea del hombre como ser racional plenamente capaz de alcanzar por sí mismo la verdad en el orden político y social.

El raciocinio público no fue solamente un proceso de acatar ordenamientos sino que también fue un proceso de autoilustración de las personas privadas. Esto implicó distanciamiento entre la sociedad cortesano-aristocrática y la corte; que no es otra cosa que la separación de la figura del monarca frente al moderno aparato estatal.

La publicidad burguesa marca la ruptura entre dos entes diferentes; por un lado, el Estado (o esfera pública, ámbito público, poder público) y, por otro, la sociedad (o ámbito privado, sociedad burguesa, ámbito social). La existencia de la publicidad burguesa se origina en la esfera privada pues se trata de publicidad de personas privadas.

A mediados del siglo XVII surgen las nociones de público: en Inglaterra, *public*; en Francia, *le public*; en Alemania surge, entrado el siglo XVIII, *publikum*. Los juicios emitidos públicamente empiezan a tener publicidad, es a finales de este siglo en Inglaterra donde se usa *publicity*, mientras que en Francia, *publicité*. En Alemania, *publicidad* (*öffentlichkeit*) adquirió forma crítica como opinión pública.

El término *le public* se refería a los lectores, espectadores y destinatarios, esto es, los pertenecientes a la corte, la aristocracia urbana y la parte alta de la burguesía. Corte y ciudad eran los escenarios. Sin embargo, con Luis XVI la ciudad pierde terreno, pues las recepciones en Versalles retoman el carácter de reunión privada. La forma de los festejos cambió de manera tal que, la destrucción de la vida cortesana se debió a la trascendencia de los salones del siglo XVIII, herencia espiritual de la corte.

En Inglaterra las cosas fueron distintas. La corte no dominaba la ciudad como en el caso francés. La época de los Estuardos y los dirigentes de los años siguientes optaron por el fortalecimiento de las nuevas instituciones, se consolidaban *ville* y *town*. La corte isabelina se redujo a residencia, presentaciones y recibimientos de la familia real.

Cabe señalar que el periodo comprendido entre 1680 y 1730 florecieron los lugares de reunión, centros de crítica política y literaria, gente cultivada proveniente de la sociedad aristocrática y de la alta burguesía intelectual se reunían en los cafés. Esto ocurrió tanto en Francia como en Inglaterra; el desplazamiento que sufrieron ambas aristocracias y la nobleza francesa fue notorio.

La expansión del raciocinio público fue relevante: las mujeres inglesas que no eran recibidas en cafés ni salones iniciaron una serie de movilizaciones, aunque continuaron desatendidas, el café abrió sus puertas a importantes y cuantiosas capas medias, artesanos, tenderos acaudalados y pequeños propietarios.

Francia y sus salones fueron distintos, la burguesía estaba prácticamente excluida de la dirigencia, tanto estatal como eclesiástica; pero abarcaba posiciones de privilegio en la

economía, esto derivó en una especie de común alienamiento entre la nobleza, la burguesía bancaria y burocrática y los intelectuales. El salón mantenía el monopolio en las primeras publicaciones, era la tribuna pública más reconocida.

Entre las obras literarias (antecedidas por las cartas, diarios y correo epistolar), la novela psicológica autobiográfica fue característica en aquellos tiempos; su procedencia burguesa y la relación autor-obra-público se extiende y se crea el público lector. Las personas privadas razonan sobre lo leído y lo discuten públicamente. Habermas llama publicidad literaria a la relación entre el público y el hecho de entablar discusión.

La publicidad literaria estuvo íntimamente ligada a una forma especial de publicidad, la política. Su eficacia se deja ver durante el siglo XVIII gracias a que adquirió una dimensión polémica, la racionalidad pública alcanzó un carácter público de las personas privadas. Ese "hombre privado" era el burgués que encarnaba dos papeles: propietario de bienes y hombre entre los hombres (*bourgeois* y *homme*).

Alemania ocupó lugar importante, aunque no contó con ciudades con bases sólidas para erradicar la publicidad representativa de la corte, sí existieron reuniones dialogantes (*tischgesellschaften*, siglo XVII); de menor concurrencia que los salones y cafés, poca actividad política pero gran peso de los burgueses académicamente ilustrados.

Los alemanes tuvieron distintas relaciones sociales. Éstas se encontraban por arriba de las jerarquías, coincidían burgueses y nobles, la igualdad se sostenía fuera del ámbito estatal. Las personas privadas en forma de público eran anónimas; la publicidad burguesa alemana se caracterizó por el secreto (logias, ligas, sociedades secretas), la razón no pudo

ser asunto del dominio público. La razón tuvo que descubrirse en etapas sucesivas.

En la nación germana del siglo XVIII, las reuniones dialogantes se consolidaron; salones y cafés se organizaron sobre la base de discusiones permanentes entre personas privadas pero con un trato social que implicaba un status similar, se impuso un trato de igualdad, hombres iguales y privados. Este público excluía la influencia y poder de funcionarios públicos, no dependían ni económica ni políticamente del poder estatal (diferente de ingleses y franceses).

Un aspecto vital fue que el público dejó tras sí la idea de ser un ente cerrado, se convirtió en un amplio conjunto de personas privadas que discutían cuestiones de interés general. Esto no es otra cosa que la institucionalización del público como grupo o la nueva forma de representación burguesa.

Para entender mejor el sentido de las esferas pública y privada debemos incluir el concepto de dialéctica, lo público y lo privado se presuponen mutuamente, conservan una íntima relación en todo su desarrollo. "El sistema burgués unifica y divide a la vez la esfera privada y la pública".¹⁴

Es preciso mencionar que el gran público, a comienzos del XVIII, en Inglaterra era predominantemente iletrado, con pocas oportunidades para adquirir literatura, pero ese público difuso que empezaba a formarse se convertirá luego en lo que se ha llamado masa. Es a fines de este siglo cuando se inicia la distribución de obras, los editores inician un trabajo formal.

Por su parte, el teatro es una tribuna en crecimiento, en Francia e Inglaterra en el siglo XVII empieza a despuntar el pueblo-plebe (criados, soldados, aprendices) que asiste en

calidad de espectador, en Alemania el teatro cortesano y de palacio se hace público.

Asimismo, la música cuenta (fines siglo XVIII) con público, pero se ligó durante más tiempo a una función social de carácter cortesano y eclesiástico. Los músicos eran contratados por la corte o la iglesia, el público apenas podía escuchar música afuera de los recintos religiosos. El concierto se convirtió en mercancía y así el arte fue objeto de libre elección y gusto cambiante, la cultura entró al ámbito de la comercialización.

La publicidad política surge en Inglaterra en el cambio del siglo XVII al XVIII las fuerzas que buscaban influir en decisiones del poder estatal apelaron al público espectador. Con el establecimiento de la Asamblea de Estamentos pudo surgir y consolidarse el Parlamento moderno. Es precisamente en este país donde el público participa en los problemas generales. La esfera del ámbito social empieza a consolidar la ambivalencia de dos fuerzas: la pública y la privada.

El continuo enfrentamiento entre hacendados y adinerados intensificó la pugna entre intereses del capital financiero y comercial e intereses de expansión del capital manufacturero e industrial. Este antagonismo fue típico en las primeras fases del capitalismo industrial, los hombres establecidos en el mercado y los nuevos comerciantes e industriales caracterizaron a la Inglaterra posrevolucionaria que vio el inicio de un público pensante.

Tres hechos marcaron esta evolución: la fundación del Banco de Inglaterra (1694), es la entrada a una nueva etapa del capital que consolidó un sistema basado en el tráfico comercial; la abolición de la censura (1695) aceleró el desarrollo de la publicidad, el razonamiento de la prensa

condujo a toma de decisiones políticas que incluyó una nueva tribuna del público y; la parlamentarización del poder estatal a finales del siglo XVIII inició la lucha político-partidaria.

Ya habíamos tocado el papel de la prensa, sin embargo, la transformación del poder público intensificó el nivel de disputa entre Estado y prensa. Ésta centró su participación social en la crítica política, los diarios hablaban del debate parlamentario. En 1738 sobrevino la exclusión de la publicidad de las discusiones del Parlamento; por vez primera los periodistas tuvieron un lugar en la tribuna: "[...] durante casi un siglo habían entrado ilegalmente. Pero sólo con la reconstrucción del Parlamento, tras el incendio de 1834, fueron instaladas tribunas para los informadores (dos años después de que el primer *Reformbill* [Proyecto de ley de reforma] convirtiera al Parlamento, durante tanto tiempo criticado por la opinión pública, en un órgano de ésta)".¹⁵

Es importante mencionar que de aquí se desprende una nueva relación del Parlamento con la publicidad: las discusiones parlamentarias se convierten en asunto público y las controversias políticas llegaron al gran público a través de la literatura y la prensa.

Los puntos de disputa entre los partidarios de la oposición y el gobierno estuvieron, a partir de ese momento, mediados por la participación del público. De hecho, éste creó sus propias instituciones: *public meetings*, *political associations*, se organizaron fuera del Parlamento en comités locales.

Es el tiempo en que se reconoce al público como personaje crítico, se habla por vez primera de *public opinion*. El absolutismo parlamentario empieza a ceder su soberanía: "Tampoco se habla ya de *sense of people*, ni menos de la *opinion vulgar* o *common*. *Public opinion* se dice ahora; ella se forma en

la discusión pública, luego de que el público, por medio de la educación y la información, haya sido puesto en condiciones de formarse una opinión fundada".¹⁶

Refiriéndonos al caso francés, es en el siglo XVIII cuando surge el público políticamente raciocinante' aquí no existió un periodismo político antes de la Revolución, no contaba con organización ni representación sólidas. Las organizaciones que realmente podían pesar pertenecían a elites de la burguesía. En la sociedad francesa existió diferencia más clara entre burguesía, nobleza aristocrática y corona; cada una tenía un status específico, cada sector era distinguible tanto en lo económico y lo social, como en lo político.

En la primera mitad del siglo, los filósofos son los encargados de hacer política, hasta fines de éste surgen clubs del tipo de asociación masculina; los propios filósofos se convierten en economistas: los fisiócratas se reúnen, Quesneay, Mirabot y Turgot. Éste y Melesherbes son llamados al gobierno (1774) como primeros exponentes de la opinión pública. Son exponentes del público razonante, con ellos se engendra la opinión verdadera -legalidad de la sociedad burguesa frente a las medidas del Estado-, aunque contradictorios porque fueron partidarios del dominio ilimitado de la propiedad privada y la libre competencia.

Un ministro de finanzas francés, Jacques Necker, destacó gracias a su insistencia en conseguir que la publicidad política abriera camino en el sistema absolutista; dio conocimiento público del balance de la economía nacional, discutió en detalle el origen de la opinión pública y aseguró que es un asunto relacionado directamente con el Estado.

¹⁶Habermas usa el término raciocinante para referirse al público que tiene capacidad de razonar, público razonante usaremos aquí.

Pretendió llamar la atención respecto de la autoridad que poseía la opinión pública y su creciente poder en la sociedad.

De 1773 a 1804 destacó en su cargo público porque se vinculaba con las finanzas, éste lo obligó a analizar el lazo existente entre relaciones públicas y el crédito público. Encontró que la formación de la opinión pública se daba en los salones franceses y que las opiniones de la burguesía fueron decisivas en su influencia.

La opinión burguesa constituía, según él, la propia opinión pública. El advenimiento de ésta y el reconocimiento de su importancia estaban relacionados, Necker escribió: "la opinión pública refuerza o debilita todas las instituciones humanas".¹⁷ Necker hizo notar el grado de maduración de la publicidad burguesa, aseguró que en Francia existía un tribunal ante el cual todos los hombres estaban obligados a comparecer: la opinión pública.

Otra de las diferencias entre el caso francés y el inglés fue la Revolución. Ésta creó en Francia en poco tiempo lo que en Inglaterra duró cien años, las instituciones que requería el público razonante: partidos de club, prensa diaria y la Constitución se erigieron como la autoconciencia del hombre pensante.

Por su parte, Alemania tuvo actividad parlamentaria parecida a la francesa pero efímera, las circunstancias germanas fueron diferentes a las inglesas especialmente por las barreras estamentales conservadas por el absolutismo continental. Existió gran lejanía entre la burguesía y la nobleza y entre la burguesía y el pueblo (población rural, jornaleros, pequeños propietarios, arrendatarios); capas bajas, ajornalados, soldados y criados. Volk -pueblo- cubre el significado que tuvo *peuple* durante todo el siglo XVIII.

La sociedad alemana se transformó, los burgueses de antes, ciudadanos, comerciantes y artesanos, dejan de ser considerados burguesía por los propios burgueses, el criterio se basó en la instrucción pues éstos pertenecan a estamentos instruidos, académicos, sabios, juristas, funcionarios y médicos.

Sin embargo, la posición fue completamente diferente a la de los franceses pues la nobleza seguía supeditada a la corte lo cual provocó la imposibilidad de constituir una esfera de la sociedad separada de las funciones políticas y económicas; asimismo, no existió la coyuntura cultural para dar nacimiento al público razonante.

Este público se establece hasta que se introducen socialmente las tertulias privadas de los burgueses y el florecimiento de las salas de lectura. Esas asociaciones, que elegían su directiva de acuerdo con estatutos resolvían las cuestiones en disputa por vía parlamentaria y servían exclusivamente a las necesidades de las personas privadas burguesas que formaban el público razonante.

Con todos los hechos expuestos anteriormente podemos establecer que la publicidad burguesa debe ser entendida como parte de la evolución de la sociedad burguesa, en el marco de esa productiva e intensa época donde el tráfico mercantil y el trabajo social se emanciparon de la dirección estatal.

El siglo XVIII determinó el fin de una época y el inicio de otra, los problemas planteados durante ese siglo no hallaron solución en el marco del régimen imperante; forzaron al cambio social, la decadencia del antiguo régimen tuvo su punto culminante en la Francia posrevolucionaria.

La situación social francesa se caracterizó por el rápido ascenso de la burguesía que deseaba consolidar su poderío económico con el político. Esta tendencia unificadora no fue

bien vista por la nobleza; la aristocracia ocupaba el primer escalón en el orden político pues la burguesía (aunque dominaba en lo económico) carecía de suficiente participación política para incidir en el gobierno de la sociedad.

Esta sociedad exigía libertad de expresión y mayor justicia en la repartición de los bienes, era una sociedad en franca evolución, sobre todo en referencia con las ideas políticas. Un hecho incuestionable habría de alterar la dinámica social y política imperante: la aparición de las masas. Éstas ponen en entredicho la representación y dirección estatal y su decisión política; demandaban igualdad en la sociedad civil de mercado y, evidentemente, no pretendían estar al margen ni aisladas de los procesos legislativos y gubernamentales.

Es así como los nuevos sujetos políticos, tanto la masa como sus organizaciones, intervienen en un complejo sistema político donde los reclamos de igualdad, derecho y libertad serán el contenido histórico a seguir.

Ante los cuestionamientos filosóficos y políticos de la época, surgen diversas corrientes de pensamiento y con ellas, individuos como Montesquieu, Voltaire y Juan Jacobo Rousseau, sentaron las bases para sacudir a una sociedad clasista que no permitía el debate.

Rousseau en su primera discusión referente a la *volonté générale* llegó a la conclusión que "la voluntad general es también la más justa".¹⁸ Esta expresión puede equipararse con la voluntad colectiva, llamada después opinión pública.

En su obra *El contrato social*, rinde tributo al poder de la voluntad: "Frecuentemente surge una gran diferencia entre la voluntad de todos y la voluntad general: ésta sólo atiende al interés común, aquella al interés privado, siendo en resumen una suma de voluntades particulares; pero suprimid de estas

mismas voluntades las más y las menos que se destruyen entre sí, y quedará por suma de las diferencias la voluntad general".¹⁹

Otro aspecto que abordó en cuanto al poder fue el despotismo, éste descansaba sobre la voluntad, la regla despótica es servil aun cuando se base en la opinión y se depende del prejuicio de aquellos a los que se rige a través del prejuicio.

El valor de sus aportaciones como teórico político es el uso que hace de *l'opinion publique* como instrumento directamente relacionado con los asuntos de poder, del Estado que gobierna y cómo gobierna. Él constataba que aquel individuo dedicado al negocio de dar leyes a las personas debe saber cómo gobernar las opiniones y así poder regir las pasiones de todos los hombres.

Se dice que él fue el primer pensador político en usar el término opinión pública en la política moderna, pues consideraba que todo gobierno descansa en la opinión más que en la ley o la coerción. Aunque no se le considera el padre de la opinión pública moderna ya que no habló de ella de manera sistemática, sólo lo hizo en el sentido tradicional o predemocrático, quería democracia sin discusión pública.

Respecto de lo anterior tenemos lo siguiente: "Locke, Montesquieu y Rousseau, Kant y Hegel, con la categoría opinión pública, no explicaron la aparición y desarrollo de esa práctica política de la burguesía, pero sí la sancionaron, justificándola como institución propia y necesaria del ordenamiento jurídico del Estado".²⁰

Es preciso señalar que antes del siglo XVIII la opinión pública no tuvo gran relevancia en los asuntos del poder, entrada la revolución intelectual se le toma en cuenta como

asunto de Estado porque anteriormente el pueblo no tenía injerencia en decisiones políticas. De hecho, opinión pública - equivalió a opinión del pueblo, término instituido como resultado de la reflexión común y pública sobre fundamentos del orden social. El concepto encerraba, en aquellos tiempos, una doble autoridad: la del público y la del soberano. El ejercicio del poder necesitaba del control de la opinión pública.

En los albores del siglo XIX el término empezó a cobrar fuerza y resonancia en círculos ilustrados. Otros filósofos europeos mencionaron en su oportunidad el papel de la opinión pública. Hobbes declaró: "[...] dicen cierta y propiamente que el mundo está gobernado por la opinión. Esta opinión es opinión privada, está rodeada de secreto y es clandestina".²¹

John Locke pensaba que: "[...] la opinión es un criterio, dentro de una trilogía, con que el hombre juzga sus actos. Dicha terna está formada por la ley divina, la ley civil y la ley de la opinión [...]".²²

Uno más de los pensadores trascendentales, David Hume, argüía que todos los gobiernos, de cualquier forma despóticos, se basan en la opinión. "Es sólo en la opinión donde el gobierno es fundado, y esta máxima se extiende al gobierno más despótico y militar, así como al más libre y popular".²³

Cabe destacar que el presupuesto sociológico de la publicidad se fundamenta en la autonomía privada que se logra gracias a las relaciones sociales entre los poseedores de las mercancías en la libre competencia. Según Kant ("uso público de la razón"),²⁴ el modelo liberal de la publicidad se construyó bajo un orden natural: el de la sociedad burguesa. Este filósofo aseguró que la opinión pública es la conciencia burguesa, la publicidad es el principio de la mediación entre política y moral.

Aquí abrimos un paréntesis para hablar de los presupuestos teóricos de Marx que conllevan una visión dialéctica. Si bien es cierto que la publicidad burguesa se desarrolló en la esfera del capitalismo, su transformación y decadencia también ocurrió en ella.

Marx partió de una idea: la revolución política conformó al Estado político como un asunto general, esto es, un Estado real que tuvo que disolver los estamentos, corporaciones, gremios y privilegios. Esta transformación política abolió el carácter político de la sociedad civil, desmembró a la sociedad civil en partes pequeñas, en individuos.

Trató irónicamente a la publicidad política porque los propietarios privados razonantes que se creen hombres privados no son tales. No son independientes, al contrario. La integración a la vida civil no fue otra cosa que la integración a la comunidad como esfera de los asuntos generales del pueblo. Llamó a la opinión pública falsa conciencia porque "se oculta a sí misma su carácter de máscara del interés de clase burgués".²⁵

Dentro de la dinámica contradictoria del sistema capitalista, Marx observa que sobreviene una pérdida en la equiparación entre propietarios y hombres, la causa es la lucha frontal que sostienen con la clase trabajadora asalariada. El interés de los propietarios en mantener el tráfico mercantil y el trabajo social deja de ser un interés privado para degradarse a interés particular. La libertad y los derechos humanos del hombre se convierten en una falacia; así la separación sociedad/Estado coincide con la ruptura del hombre en hombre público y hombre privado.

A propósito de esto, la disolución de las relaciones feudales de dominio en el medio del público razonante es propio

rompimiento del dominio político en general; esto es, la separación entre los ámbitos público y privado.

Cabe mencionar que las aportaciones de Marx y otros teóricos se realizaron luego de vivir, observar y analizar una etapa relevante del desarrollo sociohistórico de la humanidad. Esta larga y fructífera etapa logró la consolidación del capitalismo industrial, una nueva doctrina económica, social y filosófica sustentó a la sociedad burguesa.

El liberalismo fue una etapa económica, política y social (XVI-XVIII) importante en la estructura del capitalismo; consolidó la ruptura del orden social ante en viejo orden feudal, marcó además, el inicio de las relaciones capitalistas de producción, el auge del comercio mundial, el aumento de la producción agrícola, inventos técnicos y científicos. Los hombres iniciaron diferentes actividades (libertad individual y de trabajo), el juego de las leyes del mercado (lucro, ganancia y acumulación) marcaron el devenir social.

A partir de este periodo histórico, el librecambio comercial (*laissez faire*) apuntaba hacia la riqueza, sustentada en la producción de mercancías. Hemos de agregar que a esta etapa (alcanzó el siglo XIX) la rigió un principio fundamental: el hombre tiene la capacidad de lograr su libertad mediante la utilización de la razón.

En las décadas que siguieron al liberalismo, se gestó un capitalismo 'organizado' que no tardó en disolver el vínculo entre publicidad y esfera privada, no cabe duda que la dinámica de la publicidad burguesa sufrió cambio: entre más se incrustó la publicidad en la esfera social, más perdió su fuerza política (dependencia de las cosas públicas al control del público crítico).

El desarrollo del capitalismo fue incontenible, la industria y los monopolios marcaron la competencia comercial; las grandes empresas sustituyeron a los pequeños productores de mercancías y, sobre todo, el poder ya no podía tener en sus manos a todos, la burguesía perdió poder y control.

El Estado ejerció el poder, tanto en las viejas funciones, policía, fuerzas armadas, justicia y política fiscal; como en otras nuevas, protección, reparación y control económico. Estas son nuevas tareas sociales del Estado, además se encargó de prestar servicios, antes en manos privadas.

La intervención estatal transformó los cimientos más sensibles de la sociedad del siglo XIX, otras circunstancias regularon las normas y reglas sociales y jurídicas; diferentes formas de derechos privado; la autonomía estuvo supeditada al poder estatal. Y lo más importante: no existía ya una esfera completamente privada, ni un ámbito íntegramente público.

A principios del siglo XIX, surgieron importantes elementos que hicieron de la sociedad un conjunto diferente. Con la destrucción progresiva de la publicidad burguesa, se amplió el público política y socialmente participante. Los círculos de lectores y los clubs; la prensa introdujo la participación de amplias capas sociales. El consumo cultural marcaría parte de este siglo y completamente el siguiente.

Habermas termina su análisis con la irrupción de las masas en el ámbito público, la familia como centro de control privado es borrado por completo de la escena privada y los hombres están bajo la batuta de Estado social que racionaliza y ejerce el poder político, jurídico y social.

La liquidación de la publicidad burguesa sobreviene entre la segunda mitad del siglo XIX y a comienzos del siglo XX, la constante y creciente centralización del poder y de los

capitales desencadenan irreversibles transformaciones políticas, sociales y económicas. Las anteriores dimensiones del tráfico mercantil y el trabajo productivo son eliminadas. El proceso de centralización de capitales a gran escala se pone en marcha.

Para completar esta revisión histórica mencionamos que en los últimos años del siglo XIX el problema que implicaba entender la opinión pública fue abordado de manera comprensiva por Carl von Gersdorf (1846). Analizó la historia de la evolución de la opinión pública y su importancia en relación con la ley y la soberanía. Fue también la era en que los hombres de Estado, políticos y algunos académicos, Woodrow Wilson, A.F. Bentley y Lord Bryce (en Estados Unidos), se dieron cuenta de la importancia de la opinión popular en un Estado democrático.

James Bryce, dijo que la opinión pública era cualquier visión o visiones que son sostenidas por alguna mayoría aparente de ciudadanos. Posteriormente, se unieron a la discusión estudiantes de leyes y jurisprudencia: Taylor, Austin, Esmein y Dicey (Inglaterra), elaboraron un análisis en cuanto a la relación entre opinión pública, leyes e instituciones políticas.

Aclaremos que estos elementos ya no responden de manera alguna a los planteamientos de Jürgen Habermas, en cambio, están inscritos en la forma tradicional de la evolución del concepto de opinión pública durante el siglo XX.

Varios más se refirieron al tema, sin embargo, se habla de opinión pública moderna a partir de dos autores: Lawrence Lowell (*Public Opinion and Popular Government*, 1913) y Walter Lipmann (*Public Opinion*, 1922).

Uno de los principios básicos que manejó Lowell es el siguiente: "La mayoría no es suficiente y la unanimidad no es requerida, pero la opinión debe ser tal que mientras la minoría no la pueda compartir, se siente aislada, por convicción, no por temor de aceptarla; y si la democracia es completa la sumisión de la minoría debe darse sin queja".²⁶

Debemos destacar que la época de los años veinte se concentró en el estudio de la opinión pública bajo la batuta de psicólogos, sociólogos, historiadores y filósofos debido, principalmente, al interés que despertaron temas como: "[...] influencia de la industrialización, urbanización y democratización gracias al crecimiento y el carácter de la opinión pública [...] la relación de opinión pública y los procedimientos de gobiernos democráticos; el papel de la opinión en teorías de poder político".²⁷

De Villanueva señala que "la escuela norteamericana estudió el fenómeno enfocándose más en buscar una solución psicológica al problema, a diferencia de la escuela francesa, la italiana y la corriente sociológica que se basaron más en conocerla y estudiarla como un fenómeno eminentemente social".²⁸

No es gratuito que sean los norteamericanos los primeros investigadores y encuestadores de asuntos referentes a la opinión pública. La razón de que hayan visualizado el fenómeno antes que otros se debe al desarrollo, evolución y trascendencia de los medios de comunicación en su país (habían ya grandes públicos). La prensa ocupaba un lugar preponderante.

Al concluir la Primera Guerra Mundial el foco de atención era la propaganda política y su influencia en las sociedades. Sociológicamente se tomaba a la opinión pública como un medio de control social; en el terreno psicológico interesaba conocer

Uno de los principios básicos que manejó Lowell es el siguiente: "La mayoría no es suficiente y la unanimidad no es requerida, pero la opinión debe ser tal que mientras la minoría no la pueda compartir, se siente aislada, por convicción, no por temor de aceptarla; y si la democracia es completa la sumisión de la minoría debe darse sin queja".²⁶

Debemos destacar que la época de los años veinte se concentró en el estudio de la opinión pública bajo la batuta de psicólogos, sociólogos, historiadores y filósofos debido, principalmente, al interés que despertaron temas como: "[...] influencia de la industrialización, urbanización y democratización gracias al crecimiento y el carácter de la opinión pública [...] la relación de opinión pública y los procedimientos de gobiernos democráticos; el papel de la opinión en teorías de poder político".²⁷

De Villanueva señala que "la escuela norteamericana estudió el fenómeno enfocándose más en buscar una solución psicológica al problema, a diferencia de la escuela francesa, la italiana y la corriente sociológica que se basaron más en conocerla y estudiarla como un fenómeno eminentemente social".²⁸

No es gratuito que sean los norteamericanos los primeros investigadores y encuestadores de asuntos referentes a la opinión pública. La razón de que hayan visualizado el fenómeno antes que otros se debe al desarrollo, evolución y trascendencia de los medios de comunicación en su país (habían ya grandes públicos). La prensa ocupaba un lugar preponderante.

Al concluir la Primera Guerra Mundial el foco de atención era la propaganda política y su influencia en las sociedades. Sociológicamente se tomaba a la opinión pública como un medio de control social; en el terreno psicológico interesaba conocer

la opinión pero únicamente la individual, el auge del estudio de los grupos fue posterior.

A partir de entonces no sólo se habla de propaganda política sino de propaganda en sus diversas manifestaciones, interesaba específicamente cómo ganarse el soporte de la opinión pública; de ahí surgieron innumerables grupos que iniciaron el uso de cuestionarios y encuestas, datos estadísticos empezaban a manejarse en el ámbito de la investigación en materia de comunicación.

Las encuestas de opinión caracterizaron aquellos años, se buscaba conocer la conducta, percepción y actitud del votante, por lo general en periodos previos a las elecciones. Los investigadores, solicitados y apoyados por directores de campañas presidenciales, buscaban obtener datos precisos de cómo o cuál era la inclinación del ciudadano que iba a sufragar a favor de tal o cual candidato a la presidencia.

Es así como el estudio de la opinión pública se ha encerrado más en datos y estadísticas que proporcionan los estudios a grandes públicos (efectos de los medios de comunicación) y no en un análisis significativo de lo que el fenómeno representa para el funcionamiento de la sociedad, de sus relaciones de poder y de decisión.

Ya se mencionaba que la sociedad norteamericana desarrolló de manera gradual la investigación en materia de comunicación, esto ocurrió gracias al trabajo de varios intelectuales que organizaron un cuerpo teórico sólido en el estudio de las preferencias y actitudes de los grandes públicos.

El punto de partida de la investigación en comunicación de masas fue el trabajo que desarrollaron Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, *The People's Choice* (1948), es la síntesis del estudio sobre la repercusión de la campaña electoral de 1940

en Erie, Ohio; y el otro, *Voting. A Study of Opinion Formation During a Presidential Campaign* (1954), investigación realizada en Elmira, Nueva York en 1948, para conocer las actitudes y decisiones electorales del público.

Moragas comenta el panorama: "[...] Lazarsfeld como fundamentador (en) el desarrollo de la ciencia de la Opinión Pública que se desarrolla también en Estados Unidos desde la aplicación de las técnicas de encuestas y sondeos iniciadas por Gallup y con el desarrollo de los estudios de opinión a partir de 1937".²⁹

Continuar con la revisión histórica a partir de la década de los cuarenta obliga a resumir la tarea de la opinión pública, no sólo en este periodo sino en los años siguientes. Es necesario mencionar que el desarrollo sustancial de los medios de comunicación, especialmente en la sociedad estadounidense, revolucionó diversos campos de la investigación. No sólo el del periodismo, también el de la comunicación, la psicología social, la historia y otros más.

Como mencionábamos líneas arriba, a partir de los veinte se inicia luego, en los treinta se consolida la demoscopia. Ésta predominó gracias a los grandes públicos, nacidos de la rápida evolución tanto de la prensa como de la radio, el cine y la incipiente investigación en el campo televisivo, las audiencias se incrementaron en dichos medios. Fue así como los cuestionarios, encuestas y sondeos se convirtieron en herramientas fundamentales de la *public opinion research*.

Todo campo de conocimiento se enriquece gracias a las

aportaciones de sus investigadores, la opinión pública no es la excepción. En los años de consolidación de la investigación en comunicación de masas el acuerdo teórico-conceptual en la definición, formación y manifestación de la opinión pública arrojó dos posiciones: una posición clásica y una posición empírica.

La posición clásica (también llamada escuela clásica o tradición clásica), tenía como propósito aclarar el fenómeno, sus alcances y problemas de manifestación. Esta corriente de pensamiento surge de los esfuerzos intelectuales de escritores, que al involucrarse en diversas temáticas, tropezaron con el tema de la opinión pública. Los precursores de esta perspectiva fueron, en primer término, Platón, Locke y Rousseau y, luego, Walter Lippmann, Tonnies y Bauer.

En cuanto a la posición empírica, ésta toma como base experiencias sociológicas (contrapuestas al clasicismo), plantea la renovación en la investigación en opinión pública. Su apoyo principal es la observación y la experimentación -de los procesos mentales-, su fundamento es eminentemente la experimentación psicológica.

"La escuela empírica sostiene, en efecto, con énfasis especial, que es preciso dirigir las nuevas investigaciones por el derrotero de las actitudes y reacciones de respuestas de grupos en sus relaciones con el gobierno, en tanto pueda comprobarse experimentalmente dicha relación y arrojar ella algunos efectos concretos".³⁰

El método empleado por los empiristas fue el de recurrir a fuentes de información directa y acumular elementos de análisis (artículos, libretos, cintas, programas de televisión) y estudiar de cerca a los grupos sociales. Los representantes de esta corriente empírica contemporánea son: Schmidtchen, Noelle y Hennis, entre otros.

De no mencionar lo siguiente podríamos establecer una visión errónea: ambas corrientes han hecho de la investigación en opinión pública lo que es hoy, los clásicos al no tomar en cuenta elementos prácticos valiosos, caen en planteamientos que no conducen a aclarar el fenómeno; los empiristas pueden pecar de ser casuistas pues dan el aspecto de que la ciencia social tiene parámetros parecidos a los de la ciencia natural.

La pregunta siguiente es casi obligada: ¿cómo podemos reconciliar ambas posiciones? No podemos restar ningún mérito a una y otra, el planteamiento actual puede ser una posición intermedia; es decir, responder a la necesidad de interrelacionar los estudios sobre opinión pública.

Recordemos que en el campo de los fenómenos sociales la existencia de leyes universales y conceptos universales no existen. En cuanto a opinión pública se refiere, ni existe un método único ni una concepción única; de hecho, no existe opinión pública de manera tangible, se le etiqueta como un fenómeno social, psicológico y político que no está definido con claridad.

Justamente este es parte del reto que encierra el presente escrito: saber cuáles son los elementos que la constituyen, cómo se forma la opinión pública, cómo se manifiesta y cuál es su papel dentro de las sociedades actuales.

2. CARACTERÍSTICAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

La opinión pública no es ni puede ser algo permanente e invariable, sino muy temporal y versátil, depende ésta de múltiples factores, de circunstancias muy complejas, inaprehensibles en su totalidad.

R. Rivadeneira

La opinión pública es uno de los fenómenos que forman parte del proceso comunicativo bajo el cual todas las sociedades establecen relaciones de convivencia y entendimiento. Para comprender este fenómeno es pertinente conocer sus peculiaridades y con ello tratar de elaborar una conceptualización.

Podríamos hacer una larga enumeración de aspectos que caracterizan a la opinión pública, sin embargo, para apegarnos a la idea fundamental de este trabajo, mencionamos las más relevantes pues existen diferencias en cuanto a un modelo o patrón único.

La opinión pública es un fenómeno eminentemente psicológico, social (y político), esto se debe a que en él intervienen factores racionales o lógicos, pero sobre todo "pesan los de carácter afectivo y emotivo".³¹ El comportamiento de los grupos, su disposición mental a opinar y a actuar son elementos subjetivos que no podemos desligar de su naturaleza. "Es el resultado de factores tanto racionales como irracionales".³²

Evidentemente, todo proceso comunicativo requiere de individuos que le den origen, por tanto, la opinión pública,

requiere de uno o varios grupos sociales que expresen, discutan, dialoguen y decidan la forma de dinámica a desarrollar. Al ser un fenómeno de orden social cuenta, por necesidad, con uno o varios individuos que lo originan. Cossio dice que "no hay duda que la opinión pública requiere un grupo social como ámbito de aparición".³³

Toda expresión social emana de los individuos que integran una sociedad. La interacción de grupos de una sociedad se efectúa bajo ciertos lineamientos. Es indispensable la presencia de un tema trascendente, un hecho que afecte positiva o negativamente las relaciones del conjunto social.

Cabe señalar que la importancia o trascendencia del hecho la establece la comunidad misma. Es común que un suceso nuevo o muy reciente incite a la expresión de ideas, por lo general un hecho pasado no genera tanto interés en la opinión pública, salvo que altere las relaciones sociales (ejemplo de ello puede ser la reciente polémica en cuanto al asunto de los archivos relacionados con el Movimiento Estudiantil de 1968). Entonces, estamos ciertos de que la opinión pública siempre le va a concernir a una sociedad o diversos grupos sociales que la integran.

Bajo las anteriores pautas, puede surgir un cuestionamiento: ¿quién o quiénes forman ese grupo social que manifiesta una inquietud a raíz de un problema que le afecta? Una de las grandes dificultades en cuanto a saber quién es el público de la opinión pública es la imposibilidad de decir éste o aquél es

el grupo que encabeza o resume, o en su caso, es el grupo social de la opinión pública.

A continuación trataremos de esclarecer este aspecto. Retomamos a Cossio ya que profundiza al respecto. Muchos autores han señalado que todo el público integra la opinión pública, otros señalan a grupos específicos (instituciones, empresarios, partidos políticos); sin embargo creemos que esto tampoco es totalmente acertado.

Este autor inicia su análisis con la diferenciación entre opinión pública y opinión del público, aquella no es, de ninguna manera, igual a ésta. La opinión popular o del público se da en cualquier situación colectiva y es, por ende, un proceso cuantitativo de adición de individuos (electorado, espectadores).

El punto que ambas partes tienen en común es que requieren de una situación colectiva, "[...] pero la opinión pública no es popularidad, sino algo que pretende influir en la opinión del público y que normalmente influye en ella [...] la opinión del público penetra en la opinión pública, se enriquece como un germen en un proceso de maduración". 34

Como podemos ver, son dos procesos diferentes: la opinión pública puede influir en la opinión del público y viceversa. No debemos confundirlas. La primera, viene de un pasado y se proyecta a futuro, tiene dimensión histórica y, la segunda, es asunto pasajero que dura poco tiempo.

Cossio habla de cuatro los estratos de individuos implicados en la opinión pública:³⁵

1º. *La creación original.* Ha de existir siempre una personalidad creadora, la conozcamos o no, sea genial o no. Dicha creación marca la línea divisoria entre lo que anteriormente no era y lo que ahora sí es novedad.

2º. *La vocación intelectualizada.* Este grupo de personas, ya numerosas y bien conocidas en su círculo de acción, viven de la difusión del hecho de interés. Lo promueven constantemente (en libros, revistas, prensa, cátedras, conversaciones, en el club, en el café). Son los entendidos que sienten una vocación y que a ella están entregados.

Además de su papel de difusor inicial (grupo o individuo); mejora, pule, esclarece e incrementa diariamente los elementos que rodean el hecho de interés. Por ello, resulta ser un grupo de "entendidos" los componentes de este estrato.

3º. *La comprensión objetiva.* Este es un público que tiene otras peculiaridades (definitivamente no son los entendidos). El tercer estrato está integrado por los no entendidos pero que conocen el hecho o tema de interés (por ejemplo: en un concierto de música serán los críticos y los que comentan al respecto en un café) y, aquellas personas que participan en el hecho sólo por moda o "por quedar bien", es para ellas una distinción de posición (status).

El tercer estrato es insustituible porque en él se guarda el valor colectivo de la opinión pública, en este nivel se maneja la verdad objetiva ("no la fascinación"). Es el filtro entre los anteriores estratos y el cuarto estrato.

4º. *La comprensión subjetiva.* El hombre masa. Es aquel individuo que forma parte del "rebaño" sin conciencia o que ve los hechos subjetivamente. Es el personaje común y corriente que adopta actitudes y sentimientos personales y se deja conducir por ellos (dimensiones subjetivas de cada sensibilidad). "El hombre masa se erige en el juez de la verdad".

Cossio finaliza su análisis con la reiteración de que hay individuos que forman parte de un estrato pero, a su vez, integran otro, específicamente sucede con el "hombre masa".

Cuando toquemos el punto de grupos de poder estos estratos aparecerán implicados y podrá ser más claro el actuar de cada uno en la formación y manifestación de la opinión pública y de qué manera participan en ella.

Otro aspecto vital que caracteriza el tema en cuestión es que un acontecimiento o situación no es suficiente para dar origen a la opinión pública, "se requiere de un enlace entre el fenómeno y el público; esto es, requiere de la noticia o la información".³⁶

De Villanueva establece que "la eficacia de la opinión pública está en razón de su expresión, que se realiza en los medios de comunicación".³⁷ Si no existe la propagación de un hecho, difícilmente influye en el ánimo de los individuos.

Cabe agregar que la opinión pública es un fenómeno típico de las sociedades de masas y, son las masas las protagonistas e involucradas de los conflictos sociales pero no de la propia opinión pública. La masa tiende a plegarse a la opinión

pública, cuando ésta se interesa en la masa; pero esto es muy diferente a pretender que aquella representa a las masas o a la comunidad.

La opinión pública tiene que abarcar el terreno de la información, la propagación del tema de opinión está vinculado con los voceros, sean individuales (líder de opinión) o grupales (organizaciones, medios de comunicación). Sin voceros, el círculo de personas atentos a los acontecimientos no podría mantener su atención.

La dinámica y transformación de la sociedad es un punto equiparable con la opinión pública, ésta cambia y se transforma constantemente gracias a la interrelación de varias fuerzas sociales. La inestabilidad responde al interés y nivel de discusión que alcanza un hecho dentro de la sociedad, por ello se complica tanto saber cuándo y cómo surge el mencionado fenómeno.

Por su parte, Nixon establece: "es algo que cambia a veces despacio, a veces rápidamente, pero que no se estabiliza; es dinámica".³⁸ La versatilidad y descomposición son elementos de difícil localización pero de ellos depende el surgimiento de una opinión. Sauvy nos dice que "no tiene cambio brusco, se necesita un hecho verdaderamente importante para que cambie".³⁹

La opinión pública responde a la estructura de un proceso orgánico y no sólo a un estado de concordancia en cuanto a un tema dado; además, dicha concordancia es una acción efímera, es de corta vida. Es en definitiva, un hecho perentorio, efímero y

de poca duración; aunque por otro lado, puede perdurar en el tiempo según sean las circunstancias o las condiciones sociales imperantes.

No podemos dejar de mencionar que las alteraciones que sufre se deben, en parte, a la intervención de diversos factores; desde los políticos, esferas de poder que asumen una u otra decisión y por ello alteran el ritmo del fenómeno, hasta los de orden social (actuación de los medios de comunicación, grupos de interés, líderes de opinión) o económico (facciones que defiendan una posición de privilegio).

El mundo político (círculos de poder) es el medio de arraigo de la opinión pública porque "se ofrece relacionada con el poder y casi siempre pendiente de intervenir en la actuación de los rectores del mando".⁴⁰ Para que ésta pese en el actuar social y político ha de tener la posibilidad de influir real y eficazmente en los centros de gestión, de organización y distribución de las decisiones políticas de un país.

El anterior es uno de los detalles más sobresalientes dado que en nuestros días este ente abstracto, intangible e imperceptible está incrustado en diversas esferas del poder y en la toma de decisiones. Se dice que en toda democracia moderna no se puede gobernar sin el consentimiento de la opinión pública.

La acción de la opinión pública tiene dos direcciones fundamentales: presionar directamente sobre esferas administrativas y gubernamentales y; hacer campañas sobre la opinión pública, presentando sus intereses como interés general

(para ganar fracciones neutras). Expresar un interés común (entiéndase toda la sociedad) es una falacia porque no siempre responde a intereses generales; en cambio, sí a particulares, por ello su juicio es impersonal o a veces anónimo, pero se expresa como si representara a todos. Con esto podemos reafirmar la tesis de que no todo el público es la opinión pública.

Sí es una opinión calificada y autorizada ya que existe una pluralidad de grupos influyentes que con sus ideas, demandas o requerimientos provocan divergencias. Toda opinión (por ser subjetiva) engendra divergencias y divisiones. Además causa efectos (a distintos niveles) sobre la situación en cuestión, esto crea una o varias corrientes de opinión porque, según el mismo Rivadeneira: "(no) es un cuerpo unificado de opiniones (cuerpo heterogéneo de personas ligadas por situaciones mutables) tienen que ver con la organización y distribución del poder".⁴¹ Recordemos que la opinión permanece en tanto es creíble y persistente.

Asimismo, tiene una intensidad, un grado de aceptación o rechazo y una dirección que depende de la inclinación a favor o en contra de una posición a elegir. Rovigatti escribe: "No puede haber opinión pública, como es obvio, si faltan convergencias conscientes de opiniones acordes y de actitudes acordes en torno a un determinado objeto vinculado a objetos, situaciones temporales y formas determinadas".⁴²

Cabe agregar que la opinión pública no siempre es mayoritaria, incluye también a las minorías y muchas veces

éstas influyen de manera eficaz en la vida de la sociedad y del Estado. Es un poder social que depende de diversas estructuras que apoyan su actuación en un sistema, es un elemento estabilizador entre el pueblo y el gobierno.

La implantación de la relación grupos sociales-gobierno implica constante flujo informativo, la retroalimentación entre ambos convierte a cada parte en emisor y receptor; de ahí que, el proceso comunicativo está activo siempre que exista un tema a debatir.

Podríamos seguir anotando puntos característicos relativos al fenómeno que nos ocupa, sin embargo, creemos que los anteriores son los más relevantes y, por tanto, nos pueden dar la pauta para enunciar un concepto acorde con los planteamientos de este trabajo.

En relación con los temas que competen a la opinión pública, tenemos que han de ser de tal magnitud y trascendencia que no sean considerados como algo pasajero, sin importancia o, en su caso, como una moda.

Al respecto, Luhmann, establece un planteamiento sólido y no tratado por la corriente teórica tradicional ni la empírica. A qué tema podemos considerarlo como tal, de qué depende que un tema sea o no materia de la opinión pública. Define dichos temas como "temas de comunicación".⁴³

Este autor establece dos diferencias fundamentales: una, la diferencia entre temas y opiniones; dos, distinción entre reglas de atención y reglas de decisión. Ambas están contenidas

en el mundo de la comunicación política, que a su vez, condiciona la existencia de la opinión pública.

Un tema de opinión pública, según Luhmann, no sólo implica interés y aceptabilidad, sino necesariamente, "(la) aceptabilidad general del tema está relacionado con los roles políticos institucionalizados en un momento dado del sistema político, y concretamente, con las formas de la organización de la producción y distribución de bienes y servicios [...] con las formas de la organización de las exigencias universales de la convivencia social".⁴⁴

Con lo anterior, podemos considerar como temas de opinión aquellos relacionados con la justicia, las elecciones, el empleo, la seguridad social, la salud, la beneficencia, la paz. Pero ante todos éstos se superpone un tema institucionalizado: el referente a la decisión política.

La decisión política abarca hasta el rincón más pequeño de la vida política y social, podemos afirmar que en este presupuesto, reside indudablemente la ambivalencia de la opinión pública. Luhmann termina su análisis con la siguiente afirmación: "la opinión es importante para la comunicación política pero no decisiva para la toma de decisiones".⁴⁵

En el tema de opinión pública que abordamos, podremos efectuar la caracterización pertinente de un hecho que, indudablemente, arrojará diversos elementos de interés en el marco de la conceptualización de la opinión pública.

3. HACIA UN CONCEPTO DE OPINIÓN PÚBLICA.

Si se diera alguien a la tarea de hacer una lista de términos que requieren particularmente un esclarecimiento, se le concedería a la opinión pública un lugar prominente. Un acuerdo en lo relativo al uso de la frase es casi imposible.

Schmidtchen

Ya hemos mencionado acerca de la imposibilidad de dar una sola definición del fenómeno en cuestión, de hecho, han transcurrido cientos de años y aún no se conoce un concepto único, no pretendemos hacer de nuestra conceptualización una noción única, más bien necesitamos un concepto útil. Como bien sabemos ahora, no es posible contar con una clara y fluida definición, sino más bien necesitamos establecer una aceptación formal.

El desarrollo del término opinión pública lo hemos situado como parte de la evolución e interrelación de un complejo de elementos teóricos e históricos de las sociedades modernas. A partir de este momento tomaremos a la opinión pública como concepto práctico y utilitario; es decir, le daremos una dimensión práctica para entender mejor su funcionamiento. Consideramos que una aceptación teórica formal en el ámbito mexicano no se ha dado, especialmente porque los teóricos de la opinión pública no han abordado su estudio de manera puntual y profunda.

El problema de conceptualización requiere de la intervención de teóricos e investigadores de varias ramas de disciplinas sociales para realizar una formulación lo más apegada posible a

la realidad que rodea dicho tema. Es un todo de procesos que se influyen mutuamente.

La ciencia de la comunicación necesita del auxilio de filósofos, antropólogos y sociólogos que intenten esclarecer el origen de esta manifestación del individuo; igualmente, los psicólogos sociales y, los propios comunicólogos, deben ir en busca de el por qué de las reacciones ante estímulos que provocan determinadas conductas en las interrelaciones grupales y sociales que guarda esta manifestación colectiva.

Lanzar una definición respecto del tema que nos ocupa puede resultar arbitrario, insensato y quizá inadecuado; más adelante, en el apartado de Formación, trataremos de dar una visión global que nos permita establecer diferentes niveles constitutivos y que, de alguna manera, justifique nuestra definición.

Podríamos partir de la descomposición del término opinión pública como muchos autores lo hicieron. Opinión es la expresión de una actitud o expresión de una idea, concepto o parecer. Pública se refiere a lo que todos saben, algo notorio o patente, lo que los individuos conocen.

A pesar de la separación de elementos, el hecho de unirlos no nos da la dimensión real del fenómeno, la conceptualización queda trunca; es decir, no logramos acercarnos a lo buscado. Ello se debe principalmente a que es algo más que un comportamiento o actitud del conocimiento del público. Es un todo de procesos, es un cuerpo integrado por seres humanos,

grupos sociales, organizaciones e instituciones que debaten sobre uno o varios puntos de interés.

Contamos con dos elementos vitales para entender su accionar. Por un lado, está siempre en relación con la sociedad como instrumento de presión y, por otro, siempre se mantendrá vinculado al gobierno (y al Estado) como instrumento de decisión.

En este apartado ya no daremos cuenta de todas las concepciones que se han hecho; sin embargo, creemos que el análisis que hace Aguilar Villanueva del trabajo de Niklas Luhmann (*Politische Planung*, 1971) es de suma clarificación en este asunto conceptual.

Luhmann realiza la descomposición y recomposición del término opinión pública como concepto básico de la filosofía política moderna. Asegura que dicho concepto (en su acepción clásica) encierra "demasiada unidad" que presupone un sujeto colectivo capaz de pensar; en contraposición, la opinión pública asume la función de un mecanismo de dirección del sistema político.

A manera de conceptualización Luhmann añade: "la opinión pública no puede dominar y ni siquiera sustituir al detentador del poder. No le puede prescribir el modo con el cual él debe ejercer el poder. Su relación con el ejercicio del poder no es una relación de causa y efecto, sino de estructura y proceso. Su función no consiste en lograr afirmar la voluntad -la voluntad popular, esa ficción del pensamiento causal elemental- sino en el dar orden a las operaciones de selección".⁴⁶

De esta manera podemos decir que la resignificación clásica no se realiza en el terreno del dominio político sino en el campo de la selección de una decisión, o lo que él llama comunicación política. Dicho terreno trata lo jurídico y lo político.

La construcción de un concepto tan mencionado cotidianamente nos hace pensar en que debemos incluir como elementos formativos todos aquellos que se dice acerca de ella. Esto resulta imposible. Nuestra conceptualización ha de conformarse de dos partes sustanciales: la opinión pública como fenómeno y la opinión pública como cuerpo/ente/ser.

En cuanto a lo primero, la opinión pública es un fenómeno psicológico, social y político que nace gracias a la existencia de un hecho de interés común que, al ser conocido y difundido, propicia discusión de grupos sociales. Con respecto de lo segundo, es una fuerza social anónima, un poder social sin forma física tangible y reconocible que influye en la toma de decisiones del gobierno de una sociedad.

Consideramos que con lo anterior podemos situar con mayor claridad a la opinión pública como proceso, en el siguiente apartado se muestran las etapas por las que pasa un tema de opinión pública.

C A P Í T U L O I I

G É N E S I S D E L A O P I N I Ó N P Ú B L I C A

1. ETAPAS DE FORMACIÓN

La formación de la opinión pública debe ser etiquetada como un proceso.

L. Lowell

La formación de un fenómeno tan complicado como la opinión pública requiere entender varios elementos y etapas en su composición. Sabemos que por su formación es producto de opiniones, primero individuales, luego colectivas, sobre asuntos de interés social (que exigen de solución), que tienen su origen en las relaciones sociales y, específicamente, en la comunicación humana.

Rivadeneira⁴⁷ resume la opinión pública como un proceso de comunicación: existe un emisor que introduce información en el sistema de clima de opinión y ésta se transforma en opinión pública. La opinión pública sale del sistema como poder social (que provoca una cadena de reacciones); el poder social provoca presión psicosocial y, a su vez, un cambio o comportamiento. Los efectos producidos por la entrada y salida de información son lo que hace tan ambivalente a este fenómeno.

El propio Rivadeneira realiza el análisis sobre la formación de la opinión pública. Se basa específicamente, en la experiencia teórica y práctica del caso mexicano, por ello tomamos sus aportaciones como pauta de explicación en este apartado. Apunta que son varios los factores a considerar como marco en el surgimiento de nuestro objeto de estudio:

a. Una estructura social determinada (cualquiera).

b. La historia de dicha estructura. Es indispensable conocer los orígenes, las condiciones estructurales y organizativas en sus diversos ámbitos: cultural, económico, social y político.

c. Modo en que se organiza el Estado y la forma de las relaciones de producción de la riqueza (sistema de reproducción o producción económica).

d. Forma de las relaciones de poder del Estado y la sociedad (sistema político y de toma de decisiones).

Otros factores formativos a tomar en cuenta son la afiliación política, el nivel económico y la localización geográfica. Definitivamente influye el nivel cultural y económico de los grupos, la libertad de organización y expresión que a éstos se les permite y la calidad de los líderes.

Aunque sean aspectos aparentemente secundarios, un punto interesante es el de la libertad de expresión. Se dice que si en una sociedad no se permite la expresión libre, no existe la expresión de la opinión pública.

Es necesario tomar en cuenta dichos factores para el surgimiento del fenómeno, porque se tiene que conocer cómo se maneja un conjunto amplio de grupos sociales, cuáles son sus costumbres, tradiciones, actitudes, ideologías y reacciones; saber el tipo de relaciones establecidas en su interior, tanto económicas como políticas y conocer los instrumentos empleados en la forma de regirse (legalidad/normatividad).

A pesar de los múltiples enfoques de diversas corrientes teóricas, podemos establecer tres elementos fundamentales para que la opinión pública pueda formarse:

- un hecho o suceso;
- que éste despierte interés social;
- existencia y participación de una pluralidad de personas.

Cuando no ocurre algo relevante para la sociedad, la expresión de la opinión pública no tiene sentido. Por ello es indispensable contar con un hecho o suceso que sea interesante y, más aún, que encierre un problema de difícil resolución.

La divergencia en cuanto a cuáles y cuántas son las etapas que recorre un fenómeno de opinión pública también ha sido motivo de atención, podríamos enunciar numerosas etapas; sin embargo, dadas las condiciones del caso mexicano, sólo consideramos las siguientes:

PRIMERA ETAPA:

Un hecho, suceso u objeto conocido y difundido (a través de los medios de comunicación) provoca controversia e incita a la aprobación o disprobación social.

Es vital aclarar que cuando surge el suceso y éste se difunde, inicia un proceso complejo en el cual intervienen diversos actores: grupos que expresan una opinión, climas o momentos de tensión, discusión y constante reflujo de información.

Con la aparición del suceso que afecta a la sociedad o al conjunto social, con seguridad se espera una reacción, la opinión es la respuesta a un estímulo, su formación depende en gran medida de la difusión o conocimiento que los grupos sociales hagan de él.

La gente habla en el seno de grupos primarios, de aquello que constituye un problema. Y en las discusiones van descartando los aspectos que consideran accesorios. "La opinión arranca de las actitudes individuales pero se alza sobre el comportamiento de los grupos".⁴⁸

Sabemos que la opinión pública nace en el seno de la sociedad como expresión de hombres colectivos, la opinión pública está condicionada por el modo de ser de la sociedad y las formas y vías de expresión de ella. La función de opinar es una función social por excelencia.

"El suceso o acontecimiento debe ser difundido y luego ampliado por los medios de comunicación",⁴⁹ sin los medios no se lograría el alcance o magnitud del hecho. Los medios son influencias trascendentes en el proceso de toma de decisiones, difícilmente podemos decir que uno u otro es de mayor o menor influencia, cada uno tiene sus propias características y forma de manifestarse. Se cree que la prensa es la más influyente, pero en esta era de tecnología se dice que la televisión ocupa un lugar prominente.

Sin duda, podemos aseverar que los medios provocan un impacto simultáneo o reforzador, es decir, la prensa interviene, la radio también y la televisión no se queda fuera.

Todos permiten que el público se informe más rápido a través de ellos que en la difusión directa (comunicación cara a cara).

Cabe mencionar que los medios no actúan sólo en esta etapa, lo hacen en otras pues, de lo contrario, cómo se podrían conocer las manifestaciones previas a la adopción de un criterio final de parte de la opinión pública.

SEGUNDA ETAPA:

Discusión de interpretaciones o intercambio de opiniones (debates en y entre grupos), reacción de grupos políticos y económicos, de líderes y grupos de poder que defienden sus intereses.

Las reacciones de los grupos están directamente vinculadas con sus intereses, éstos en ocasiones se hacen perceptibles en la dimensión que adquiere el suceso de la opinión pública.

La significación del acontecimiento depende, en gran medida, de la discusión pública, pues a partir de ella, emergen las posiciones de los contendientes.

TERCERA ETAPA:

Significación del acontecimiento, problematización del hecho o importancia de éste, que implica discusión pública y/o debates abiertos.

Cabe destacar que entre la tercera y la cuarta etapa se da un clima (o momento) de opinión o de tensión, no podemos

afirmar que sólo exista en esta etapa, puede presentarse en otras; depende de lo álgido que resulte la discusión y manifestación pública. Dicho clima de opinión tiene diversas peculiaridades que van de acuerdo con el asunto en cuestión.

Una vez conocido el hecho, éste tiene que llegar a un clima de tensión que producirá aclamación o rechazo. Además es necesario que el acontecimiento sobreviva en un clima propicio, de lo contrario, el hecho finaliza en ese momento.

CUARTA ETAPA:

Confrontación de puntos de vista para integrar elementos de coincidencia.

La confrontación de puntos de vista es cambiante y complicada porque puede existir una opinión que sea coincidente, pero puede surgir una contraria. En esta etapa es común que emerjan corrientes de opinión que tienen una pretensión muy clara: establecer un "adelanto en las soluciones o planes posibles [...] (y) alcanzar cierto grado de consenso".⁵⁰

QUINTA ETAPA:

Surgimiento de distintas posiciones de grupos de poder, los líderes y sus grupos negocian posiciones y puntos de vista.

Es común la intervención de grupos, camarillas, asociaciones u organizaciones, éstas adoptan una posición que está sujeta a

negociación (dependiendo del asunto y los intereses involucrados).

Se establecen varios enfoques o ideas que los dirigentes, representantes y/o líderes de grupos negocian, puede o no haber un primer consenso o quizá logren encontrar anexiones o simpatías de otros individuos o grupos.

Dichas anexiones o puntos a negociar no todas las veces se hacen públicas, es decir, son arreglos establecidos entre líderes pero que por razones políticas, económicas o de otra índole de ninguna manera se dan a conocer al resto de la sociedad.

SEXTA ETAPA:

Presentación de alternativas (positivas, neutrales, negativas), propuestas simplificadas o soluciones.

Las alternativas de propuestas llegan a un clima de tensión (propicio o no) en la adopción final de un criterio pero que es un primer acercamiento o grado de aceptación o rechazo. Puede ocurrir que dichas alternativas encuentren punto de resistencia externa al grupo que encabeza las soluciones o posibles acuerdos.

SEPTIMA ETAPA:

Adopción de una solución o acuerdo (mayoritario o minoritario).

La adopción de una posición (o tendencia) frente a otras, puede o no ser un evento mayoritario, es posible que la discusión y la división de opiniones sea minoritaria; de hecho, se dice que la opinión pública responde a un grupo pequeño de individuos.

OCTAVA ETAPA:

Conocimiento o difusión del criterio propuesto (o impuesto) por la opinión pública.

Sabemos que la opinión pública, al surgir y luego al consolidarse, no es un proceso estático, es en cambio, dinámico y altamente inestable. Puede surgir de un momento a otro y de igual manera desaparecer el interés que había generado. Es en realidad el resultado de un conjunto de factores dinámicos, de ahí que, sea tan difícil de establecer cómo se manifiesta, qué reacciones produce y cómo se comporta ante algún asunto social relevante.

González Llaca señala que la última etapa del proceso es la manifestación de la opinión pública.⁵¹ Se ha dicho que el criterio final adoptado por la opinión pública se difunde en los medios y, puede ser objeto de innumerables controversias, incluso puede motivar el enfrentamiento de ideas y opiniones, de tal suerte, puede iniciar otro fenómeno de opinión.

A pesar del anterior señalamiento, es necesario precisar que el criterio adoptado por la opinión pública (como cuerpo social o grupo) no se conoce enteramente; es decir, no se difunde,

queda como algo "en el aire". No se ubica el medio que difunde tal criterio y el medio dónde se difunde.

2. CLIMA DE OPINION

El clima de opinión es considerado como el momento de conjugación de criterios, actitudes, normas, reacciones y en general, la respuesta a estímulos sociales.

Los hechos sociales trascendentes, consistentes y valederos para la conformación del clima de opinión deben siempre despertar inquietudes en el conjunto social, en las sociedades; esto es, como forma de consenso momentáneo, perdurable o permanente.

Todo clima de opinión representa un complejo conjunto de factores políticos, sociales, psíquicos, económicos e históricos que interactúan todos entre sí, y dan como resultado la adopción de una actitud o un sentir generalizado en ocasiones dividido y fragmentado. Intervienen además, normas y sistemas de valores que rigen la manera de ser y de actuar de los grupos.

Un clima de opinión puede ser favorable o contrario al asunto en discusión, por ejemplo, si un hecho político levanta grandes comentarios y actitudes de grupos, líderes o corporaciones, indudablemente van a dar origen a un momento de tensión, incluso de incertidumbre en cuanto a lo que vaya a suceder con el hecho en cuestión.

Citamos nuevamente a Rivadeneira: (es un) "complejo mecanismo de factores de todo orden habidos en la convivencia social y que, en forma de mensajes, generan un estado psicosocial previo a la expresión y divulgación de reacciones públicas en proceso de retroalimentación".⁵²

3. CORRIENTES DE OPINION

Las corrientes de opinión nacen como consecuencia de hechos nuevos, algunas veces primarios y otros, secundarios. Sin embargo, se les puede considerar como la maduración de una idea, discreta, subterránea, que luego es manifestada. Se cree que toda corriente debe ser sostenida por uno o varios grupos de peso en la resolución final de la opinión pública, aunque, la coherencia no es condición necesaria para la existencia de una corriente.

Surgen dentro de los diversos grupos sociales como forma particular de expresarse. A menudo las corrientes se enfrentan y se oponen, no son de ninguna manera el reflejo de consenso o acuerdo entre aquellos. Son cambiantes y fluctuantes en razón, especialmente, de la política.

Existen corrientes de opinión de diversa índole, las hay desde los asuntos más cotidianos y caseros, hasta los que involucran expresiones u opiniones a nivel mundial, ejemplo de ello es cuando una corriente de opinión se manifiesta en contra de una potencia extranjera con la cual el gobierno tiene dificultades, pero con la que no quiere romper totalmente.

Las corrientes son elementos de equilibrio en asuntos de política, se les toma en cuenta si éstas son influyentes (grupos de poder las pueden representar), de lo contrario, pueden pasarlas por alto, ello depende de la relevancia del asunto a tratar. En ocasiones no forman varias corrientes.

La actuación de las corrientes es un enfrentamiento de puntos a favor y puntos en contra de una o varias opiniones, en la cual pretenden establecer cada cual su primacía. "Uno de los dos campos, cuando comprende que el momento le es favorable refuerza su voz, mientras que el otro debilita la suya [...] De esta forma, gracias al juego de los debilitamientos y reforzamientos, y a la toma de posición de personas u organismos neutros en cuestión, o poco activos, se desprende una corriente de opinión que se manifiesta en una acción en tal o cual sentido".⁵³

4. OPINION PUBLICA LATENTE

Establecer cuál es la opinión pública en estado latente implica conocer el momento y la forma de surgimiento, además de su consolidación, para luego ser activada y salir del estado de latencia.

Dicho estado latente es un tipo de opinión que engendra preocupación y atención en la práctica política y del gobierno porque a partir de ella puede surgir algún tipo de problemática o controversia política o social.

Por lo regular, el estado latente suele relacionarse con la opinión pública en cuestiones de procesos políticos, en específico, en la forma de gobernar y decidir los destinos de las sociedades (democracia), esto no es gratuito ya que son los ciudadanos, los grupos e instituciones quienes, con sus valores, juicios y actitudes, dotan de sentido dicho proceso. Las acciones que realizan, en una forma u otra, los beneficiará o perjudicará. Se dice que es guía y proporciona directrices de las actitudes que la gente tiene en cuanto a un asunto pero que no siempre son expresadas. Doob sostiene que la opinión latente es la "opinión pública no expresada, es el momento en que esas actitudes aún no han sido cristalizadas o cuando no han sido evocadas o no están afectando el comportamiento".⁵⁴

Por su parte, Hennessy sostiene que el estado de latencia equivale a la opinión pública potencial, agrega: "Es importante que describa una situación en la que un número considerable de individuos mantienen una actitud o predisposiciones generales que, eventualmente, puedan cristalizar en opiniones en torno de un asunto determinado".⁵⁵

La opinión pública latente se relaciona íntimamente con los grupos, esto se debe esencialmente a que ciertos grupos están pendientes del asunto en cuestión para luego actuar conforme lo dicten sus intereses.

La importancia del estado latente reside en el derrotero que tome la decisión última de la opinión pública, es una forma de decir "ya casi existe un pronunciamiento", mientras éste no

ocurra, la latencia sigue incitando a una serie de especulaciones.

De hecho, la activación de la opinión latente es un hecho casi imperceptible, es rápido y no siempre es la estimación de la dirección del sentimiento de una mayoría; por el contrario, involucra a distintos sectores (muchas veces minoritarios) de opinión influyente.

Dos aspectos rodean a la opinión latente para que sea activada:

1. El acontecimiento tendrá activación por medio de una mayor circulación de información (difusión-expansión informativa de los medios de comunicación).

Ya hemos mencionado la actuación de los medios de comunicación en relación con la opinión pública, sin embargo, la información es un derecho social de todos los individuos, es recurso esencial de beneficio al grueso de la sociedad.

El conocimiento de los hechos por parte de los conjuntos sociales ha sido posible, en parte, gracias a la prensa, la radio, la televisión y el cine, aunque sabemos que la generación de información no depende de éstos sino de los propios individuos en sociedad. Hoy día la obtención de información resulta un evento sencillo, pero de indudables repercusiones: desinformación, manejo de información que responde a intereses comerciales (lucrativos) y no obtención de la realidad de los hechos.

Estamos ciertos en afirmar que sin la difusión de información la opinión latente tiene dificultades en ser

activada, pero a su vez, puede sufrir de infiltraciones ajenas al asunto de interés.

Un elemento importante en cuestión de medios de comunicación es la que señala Lemert,⁵⁶ actualmente los medios producen cambios en dos renglones, en el de participación y en el poder de decisión, tanto el público como los grupos están influenciados por la información, ésta tiende a inducir la participación de ambas partes, es un factor de movilización.

Es evidente que la difusión y propagación de las características, condiciones y factores de un asunto no residen en la omnipotencia de los medios de comunicación, para ello debe cumplir otro requisito.

2. El asunto debe tener la capacidad, por sí mismo, de despertar la atención pública. Si no logra este cometido, de ninguna manera activará el estado latente.

El asunto en cuestión varía en la amplitud y en la forma de relacionarse con normas y principios sustentados por el público, ciertas acciones quizá despiertan atención en cierto público y otras pueden afectar creencias o valores de otros individuos.

Cabe suponer que una acción conflictiva difundida ampliamente provocará controversia si llega a captar la atención pública, otra sin importancia, lo contrario. La activación de la opinión latente tiene que ver directamente con la forma de reacción del público, este pequeño lapso es lo que ocurre en la etapa de discusión o debate de posiciones antes de

emitir una resolución u opinión final, es decir, la expresión manifestada públicamente.

No podemos dejar de mencionar que la opinión latente (y la opinión pública) se relacionan con el concepto de tolerancia, hay algunas acciones que merecen escasa atención porque plantean cuestiones dentro de lo permisible fijado por los grupos sociales, u otros, que por su naturaleza, afectan al grueso de una sociedad. Si se traspasa el límite tolerado entonces las reacciones no se hacen esperar.

No siempre está presente cuando inicia el proceso de formación, se va constituyendo poco a poco, se relaciona con el clima de opinión que produce el hecho. Se dice que a raíz del clima (favorable, desfavorable o indiferente) surge la opinión latente que, luego de navegar por diferentes ámbitos, es activada conforme a la resolución manifestada.

5. GRUPOS

La descripción, clasificación o tipología que establezcamos respecto de los diferentes grupos pueden resultar excesivas o parciales. La intención no es ésta, en cambio, nos limitaremos a tocar lo referente a dos elementos esenciales: por un lado, lo relacionado con el público general (el público, los públicos, lo público) y, por otro, los grupos de interés, de presión, de opinión, de poder y sus respectivas actuaciones en el proceso de la opinión pública como fenómeno psicosocial y político.

Partimos de la existencia de diversos grupos sociales, desde los más sencillos, hasta los más diversificados. Según la idea de varios teóricos, el grupo es un conjunto de individuos cuantificables que comparten un interés y se reúnen en un espacio.

A partir de aquí podemos decir que un grupo social cuenta con otros elementos distintivos: se encuentran relacionados o identificados por la comunicación recíproca, ligados por intereses comunes o compatibles y no es una mera aglomeración de individuos o un fenómeno de acumulación de personas sin relación comunicativa.

Varias concentraciones de individuos no cumplen con los requisitos indispensables, hablamos de organización y comunión en torno de un hecho. Ejemplo de ello es la muchedumbre: "[...] la reunión, en un mismo lugar, de individuos que experimentan estímulos similares, tienen más o menos los mismos intereses y tienden a reaccionar de manera parecida".⁵⁷ La masa es una gran cantidad de personas reunidas, anónimas, sin objetivos comunes, desorganizada y muy heterogénea.

La opinión pública difícilmente abarca la muchedumbre, la multitud o la masa porque al no estar ligadas por una situación de real interés (no un espectáculo o reunión partidaria) no están organizadas ni dirigidas y son inestables. El público y los grupos cuentan con características diferentes, son conjuntos con mayor grado de coherencia.

El público es un conjunto no tan numeroso como la masa, es ordenado (activo o pasivo), está pendiente de un sujeto o

acontecimiento que polariza su atención de un modo voluntario. El punto común que lo reúne es un hecho o meta que comparten sus integrantes, sin duda, es más heterogéneo que un grupo social.

El análisis de los conjuntos de individuos a lo largo de los años ha variado, de tal manera, existen sinnumero de perspectivas. Aquí retomamos interesantes planteamientos de C. Wright Mills.⁵⁸

Sostiene que la transformación del público en masa ha sido una tendencia de las sociedades modernas, resultante de la decadencia de las asociaciones voluntarias como verdadero instrumento del público. En las sociedades de masas no existen asociaciones intermedias, sólo se cuenta con la polarización: familia o comunidades/corporaciones.

Los pequeños círculos en donde la gente hablaba entre sí y donde las fuerzas mayores de los movimientos sociales y de los partidos políticos se formaban, han dejado de existir. Desplazaron al público del poder de la decisión activa.

Para diferenciar al público de la masa, establece cuatro dimensiones: proporción entre los individuos que exponen la opinión y quienes la reciben; el monopolio absoluto de la comunicación (información en manos de pocos); relación entre la formación de opiniones y su aplicación en la acción social y; el grado en que la autoridad penetra en el público.

Mills dice que el público está conformado por aquellos individuos que expresan tantas opiniones como las reciben, tienen capacidad de replicar dichas opiniones y encuentran

salida en una acción efectiva; operan de manera más o menos autónoma, independientes de instituciones autoritarias.

En cambio, la masa contiene menor número de individuos que expresan opiniones que aquellos que las reciben porque la comunidad de públicos se convierte en colección abstracta de personas. No existe replica, ni rápida ni eficaz; su acción está controlada por la autoridad, no es independiente y no tiene autonomía en la discusión de opiniones.

El vehículo o medio de comunicación de un público es precisamente la discusión, para la masa, es el medio de comunicación oficial.

En cuanto a lo público, tenemos la afirmación de que se trata de todo aquello que es de interés para la sociedad y lo conoce públicamente cualquier individuo. No sólo le compete a ella, también al Estado y al gobierno.

Lo relevante aquí es la o las opiniones de los diversos públicos o grupos porque son éstas las que cohesionan su actuación e inclinación por uno u otro argumento. Un público puede opinar una cosa pero otro, una distinta y alguno de ellos quizá tiene mayor poder de decisión.

Para conocer el proceso que sigue la opinión pública es necesario establecer la forma en que se conducen los grupos de presión, también conocidos como grupos de decisión, éstos tienden a influir sobre círculos y camarillas que deciden el destino de la sociedad.

El término grupo de presión data de las campañas de prensa de 1918-1920 en Estados Unidos de América, destinadas a señalar

la influencia oculta de ciertos grupos económica y políticamente poderosos.

Al grupo de presión se le puede definir como se define a otros: pocos integrantes, organizados y con reglas e intereses u objetivos comunes. Aunque, para ser de presión, siempre intenta presionar e influir en las decisiones del gobierno sin buscar ejercer él mismo los poderes formales.

El grupo de presión se caracteriza por su integración dinámica en la realidad política como fuerza de acción: "Los grupos de presión son considerados generalmente, no sólo como fenómenos naturales cuyas actividades deben ser incluidas en toda relación completa de política, democrática <y de otros tipos>, sino también como componentes virtualmente necesarios de todo sistema libre y democrático".⁵⁹

La razón de existir de un grupo de presión es influir en las decisiones gubernamentales o de resoluciones que tomen grupos representativos de la sociedad. Ya mencionamos que dicho grupo se constituye con fines políticos, su objetivo es conseguir la promulgación o por el contrario, la no aplicación de una decisión. Los grupos de presión intentan pesar sobre el mando político, pero no asumen responsabilidad política directa.

Una equivocación usual rodea al grupo de presión, se le confunded con un partido político. Son distintos en ideología, composición social y organización interior. El primero puede transformarse en el segundo; siempre y cuando haga pública su intención de conservar el poder para sí, es decir, asumir la responsabilidad de dirigir o encabezar una institución.

Duverger sostiene que los partidos quieren conquistar el poder, los grupos de presión actúan sobre el poder, pero siempre desde el exterior, agrega: "[...] los partidos hacen elegir diputados y senadores, hacen entrar ministros en el Gobierno. Los grupos de presión influyen en los parlamentarios, en los ministros, pero ningún parlamentario, ningún ministro les representa oficialmente ni se reclama de ellos abiertamente".⁶⁰

Con respecto de la acción de los grupos de presión, Eckstein ratifica que "la falta de *consensus* en una sociedad hará que casi todos los grupos se unan con las organizaciones plenamente politizadas o intenten constituirse ellos mismos en tales organizaciones, a menos que, decidan apartarse de la escena política, ésta no será asunto suyo o lo será de una manera cabal".⁶¹

Todo grupo que se considera de presión tiene una línea partidaria, aunque no lo exprese públicamente, detenta posiciones políticas (y económicas) valiosas y cuenta con portavoces oficiales (profesionales). Siempre van a presionar para obtener sus demandas (reconocimiento de su poder), asimismo, en su oportunidad representan corrientes de opinión.

La efectividad de estos grupos está en razón de la atención que les preste el gobierno, están expuestos a ser influidos y persuadidos por él. Con lo siguiente nos podemos dar una idea más amplia: "Los grupos obtienen buena parte de su influencia y sus 'status' de su capacidad de oponerse a los gobiernos, mientras que en los rasgos sobresalientes que distinguen a los

diferentes sistemas políticos se cuentan: a qué se oponen, qué grupos y qué medios".⁶²

La creación de dichos grupos responde, en gran medida, a las relaciones sociales y políticas que el gobierno establece para regular asuntos de orden público. La efectividad de los grupos de presión está en función de los recursos y fuentes de poder y de control con respecto de quienes toman decisiones (puede ser el caso de diputados y senadores).

Se ha manifestado que la eficacia de los grupos está basada en el control que tienen sobre los medios de producción, su distribución e intercambio en el ámbito social, aunque esto no es condición necesaria para afirmar el grado de eficacia que tienen.

Cabe destacar que existen diferentes capacidades de presión. Existen grupos con alta capacidad: amplio número de miembros, adheridos al grupo, elevada capacidad financiera, buena organización. Ejemplo de ello pueden ser las organizaciones patronales o de comerciantes, cámaras de comercio, asociaciones bancarias. También se cuenta con los de mediana capacidad, carecen de uno o varios de los anteriores elementos pero tienen poder: agrupaciones agrícolas, sindicatos, alianzas de profesionales. Los de baja capacidad simplemente desaparecen de la escena en poco tiempo, ejemplo de ello puede ser una organización formada al vapor (oportunista, coyuntural).

Además de la capacidad de presión existe la de representación. El objetivo que persigue un grupo se tomará en cuenta para lograr simpatías, adhesiones o resistencias (de la

opinión pública) de los demás grupos de presión. Existen grupos aceptados por la comunidad política y social, por ejemplo, una central de trabajadores ante los partidos políticos u otros aceptados o no por la comunidad intelectual, cultural o artística.

Otro de los términos empleados es el grupo de interés, se les toma comúnmente como sinónimo de grupo de presión; sin embargo, un elemento es fundamental: no todos los grupos de interés son grupos de presión.

En cuanto a los grupos de interés: "[...] grupo que sobre la base de una o más actitudes compartidas formula ciertas pretensiones sobre otros grupos de la sociedad".⁶³ Una de las peculiaridades del grupo de interés es que no tiene fronteras claras porque cuando son atendidos se convierten en grupo de poder (tal es el caso de los sindicatos). Todo grupo elige su destino, presionar o no sobre el aparato decisonal, lo que hace el grupo de interés es organizarse para la consecución de sus fines y lograrlos por la vía gubernamental.

Los grupos de interés pueden ser comerciales, eclesiásticos, empresariales o laborales (por su naturaleza, ningún gobierno puede ignorarlos); seccionales, portavoces o funcionales. Por lo regular, hablan en nombre de una sección o de un interés reconocible en la sociedad (en nombre de inquilinos, contribuyentes, damnificados). Estos grupos integran y difieren sus necesidades sociales al campo político.

La diferencia entre el de interés y el de presión es que el primero, es considerado tal cuando toma conciencia del hecho,

expresa o no su interés e intención al respecto; al de presión se le etiqueta como tal cuando entra en acción política. El primero, podríamos decir, es una especie de fuerza en reposo (latente); el segundo, es activo y politiza sus intereses.

En cuanto a los grupos de poder, se dice que ellos sí ejercen no sólo su calidad de presión sino también de poder, evidentemente su espacio de acción es la política, ésta les da poder en el terreno de las decisiones. Son los que hacen valer su poder de influencia en decisiones gubernamentales.

Con respecto de lo anterior, Sauvy escribe: "No obstante la división de fuerzas que constituyen la opinión no es nunca suficiente para garantizar el equilibrio satisfactorio y benévolo que prevé la ley de la mayoría. Algunos individuos son bastante poderosos como para poder, si no imponer su punto de vista, al menos actuar sobre la opinión misma".⁶⁴

Tenemos que aclarar algo: a pesar del interés, la presión o el poder, los medios de comunicación no son omnipotentes, han de interrelacionarse varios factores para que los grupos logren sus objetivos. A pesar del poder que tienen algunos de ellos, en más de una ocasión encontrarán dificultades para crear en su totalidad una o varias opiniones.

Pareciera ser que debemos nuestra atención principal al grupo de opinión, aunque, su punto distintivo es la forma en que se expresan públicamente. Lo anterior implica contar con una tribuna específica donde el grupo de opinión exprese sus ideas. Puede ser dueño de un medio de comunicación, por ejemplo una asociación bursátil cuenta con una estación de radiofónica.

"Algunos grupos y colectividades (grupos profesionales, cámaras de comercio, sindicatos, asociaciones y ligas diversas, etc.) están representados por hombres que disponen de medios de expresión más o menos amplios. En ocasiones son grupos restringidos o incluso, simples individuos que disponen de medios de expresión más o menos poderosos: periódicos principalmente, en algunos países emisoras de radio, etc. El conjunto de estas voces constituye la opinión pública, cuando es relativamente coherente".⁶⁵

6. LÍDERES DE OPINIÓN

Mucho se ha discutido en cuanto al papel que tienen los líderes de opinión en el proceso de la opinión pública, se les ha otorgado el carácter de dirigentes u orientadores de ésta; además, responsables directos de cómo se conduce y manifiesta.

Si bien es cierto, tienen un lugar significativo, sin embargo, han sido motivo de sobrevaloración: "Los rasgos que los estudiosos del liderazgo han delimitado hasta ahora son tan formales que son inútiles y no reveladores, o, si son específicos, varían tanto como los grupos dirigidos por líderes".⁶⁶

Para los propósitos de este trabajo, hablaremos del líder de opinión y de las particularidades que le rodean, independientemente de las características esenciales establecidas por los teóricos.

En términos generales el liderazgo es la relación entre el líder y el seguidor, el primero ejerce mayor influencia sobre

el segundo; ha de tener gran capacidad de manejo de grupo (o de individuos), de manipular conciencias, de conocer varios temas y de ser intuitivo. Para condensar su influencia en los grupos, ha de ser carismático, evidentemente, sin esta esencial característica no muchos los seguirán o aceptarán. Su espontaneidad está a toda prueba:

Entre las características más representativas de los líderes de opinión son: capacidad, inteligencia, facilidad de palabra, originalidad y criterio; responsabilidad social, este punto es vital. Los líderes deben ser personajes que orienten a la sociedad; deben participar socialmente y propiciar el interés de los individuos en las cuestiones que les afecten.

Contamos con otro aspecto relevante: "Para ser llamado líder, un hombre debe desear que otros acepten su guía, y la dirección de la conducta del seguidor debe estar de acuerdo con el rumbo del líder. Cuando el seguidor acepta el 'derecho' del líder a influir sobre su conducta, atribuimos al líder no solamente su poder, sino 'poder legitimado o autoridad'".⁶⁷

La autoridad ejercida por un líder se la gana, por lo regular, con base en las constantes declaraciones o apariciones que tenga en los medios de comunicación, en presentaciones públicas, reuniones informales o por la comunicación boca a boca de un individuo a otro. Su popularidad muchas veces gravita, no tanto en la eficiencia sino más bien en la persistencia.

Este fenómeno es común en la actualidad. La presencia constante y la permanencia insistente con que nos muestran

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

personajes de toda índole, en definitiva influye en aceptación o rechazo que se tenga de un líder.

Existen líderes con mayor grado de compenetración, es decir, cuando la comunidad le otorga su apoyo y admiración espontánea (líder natural) y realzan su figura personal por encima de todo cuestionamiento. También hay líderes artificiales, designados por nombramiento oficial (o jerárquico) pero carecen de aceptación.

Un fenómeno muy curioso ocurre con el líder de opinión, no es aquel que acarrea masas, no es reconocido por todo mundo; sin embargo, sí es aquel que puede orientar o informar a alguien que no sabe lo que ocurre en la sociedad, independientemente de su interés personal, su afiliación política y sus creencias.

También se caracterizan por ser aquellos individuos con mayores contactos, cuentan con mayor sensibilidad frente a los acontecimientos, tienen capacidad crítica y facilidad de expresión. Podemos decir que sobresalen sobre el resto de los componentes de los grupos, sus opiniones son las que generalmente prevalecen.

Es importante destacar que los "líderes de opinión" no siempre encabezan un grupo, pueden estar implicados con los medios, con grupos de poder, con asociaciones o ser independientes; o en su caso, ser un connotado dirigente político, el líder tiene que ser una figura reconocida y aceptada.

El trabajo fundamental de los líderes es encauzar la opinión de los grandes sectores de población y convertirse en los primeros que pueden plantear y precisar un problema real que afecta al conjunto social. Si logran hacer lo anterior, entonces siembran la primera semilla de la influencia y la dirección.

Podemos resumir este apartado con lo siguiente: "[...] el papel destacado de los líderes descansa en que aquellos son los que verbalizan las aspiraciones y sentimientos vagos de los grupos, convirtiendo tales aspiraciones y sentimientos colectivos indeterminados en opinión claramente expresada y por tanto, traducida en propósitos definidos".⁶⁸

C A P Í T U L O I I I

LA REFORMA POLÍTICA EN EL DISTRITO FEDERAL

1. ETAPAS DE LA REFORMA POLÍTICA EN EL DISTRITO FEDERAL

Para ubicar el medio político y social donde se originó y desarrolló la Reforma Política, consideramos pertinente mencionar algunos de los factores que caracterizan al Distrito Federal.

Sabemos que la ciudad de México, como capital del país, tiene ciertas peculiaridades sociales, culturales, políticas y económicas. Es el Distrito Federal un lugar de arraigo, donde las tradiciones y las costumbres son parte de la vida social de su población y se manifiestan cotidianamente en diversos ámbitos.

La sociedad que conforma la población de esta ciudad es de amplio espectro. Coexisten en ella desde aquellos ciudadanos originarios que se preocupan, luchan y logran mejorar su lugar de origen; aquellos que llegaron de otras localidades y se han establecido por años y han hecho de la ciudad su casa permanente y; aquellos que la habitan temporalmente, la sufren y no pueden adaptarse.

En este renglón social encontramos situaciones diversas. Podemos afirmar que la población capitalina tiene formas de vida tan variadas, como grupos sociales la integran, de ahí la dificultad de ubicar cada una de ellas.

Al incursionar en el terreno político podemos establecer que la ciudad de México es vista por muchos mexicanos como centro del país. De hecho, el centralismo es una de sus características: en política, centro del poder Federal y del

Congreso de la Unión; en economía, centro financiero, de distribución de recursos; en educación, numerosas y reconocidas instituciones educativas; en cultura, gran cantidad de eventos, difusión e información de mayor alcance.

Esto, además de ser evidente, ha resultado contraproducente tanto para la ciudad como para el resto del país. El centralismo ha sido, en ocasiones, sinónimo de toma de decisiones verticales y arbitrarias. En el Distrito Federal se deciden los rumbos de la nación, pero además, es donde se detiene el desarrollo de procesos fundamentales para el resto de las entidades.

Elemento fundamental en la vida de la ciudad es su organización. Al constituirse como la ciudad más poblada del mundo de inmediato salta a la vista la enorme cantidad de problemas que tiene para funcionar adecuadamente. A finales de la década de los ochenta la ciudad atravesó por una situación difícil pues la calidad de vida de los sectores más desprotegidos disminuyó y las condiciones generales de la ciudad se agudizaron.

La gama de dificultades es amplia, entre ellas se encuentra la de la organización social. En una ciudad tan grande como esta es difícil contar con amplios sectores interesados y dedicados a transformar sus condiciones de vida. Es una sociedad heterogénea, individualista y, en ocasiones apática, es difícil resolver problemas. No son demasiados los grupos sociales sólidos y participativos como se requiere en esta ciudad, una de las razones es la marcada diferencia de

condiciones y oportunidades de vida; si podemos llamarlas clases, existen desde las más altas y pudientes, hasta las que con dificultades sobreviven.

En materia de organización política, estrechamente vinculada a la social, los grupos sociales y políticos han dejado de lado la lucha por los intereses fundamentales de esta ciudad. No existe organización vecinal o de barrio fuerte, sólida y participativa. Aquí cada quien busca vivir mejor sin pensar en los demás, ni en el presente y futuro de la ciudad.

Sin embargo, si miramos en el otro lado, vemos que así como existe apatía, existe participación; se dice que a nivel nacional es la sociedad más politizada, mejor informada, mejor instruida y educada. Siempre que la tomemos como conjunto, podremos observar sus grandes aciertos y sus grandes desventajas.

Podríamos seguir hablando de la sociedad capitalina, pero dado lo complicado y profundo del tema, consideramos necesario evidenciar sólo ciertas características y hablar un poco del marco nacional que rodea a la capital del país.

En el marco de la urgente necesidad de satisfacer demandas del pueblo, la participación social es cada día más evidente. Lograr justicia social y democracia es un largo camino, la construcción de ambas se realiza día con día. El Estado como cuerpo de control político y social es uno de los actores principales en la vida nacional que, junto con el gobierno y la población, tienen que luchar por obtener la democracia que esta sociedad requiere.

Uno de los lineamientos fundamentales en la vida de México es el presidencialismo, Meyer afirma lo siguiente: [...] la institución central del sistema político mexicano sigue siendo la presidencia de la República, y si ese sistema de autoritarismo mexicano y, por tanto, el obstáculo principal - aunque no único - para su democratización, es también la presidencia".⁶⁹

Otro fenómeno político relevante es la existencia de lucha dispar entre partidos políticos. Durante más de cincuenta años nuestro país ha estado bajo la sombra y el gobierno de una misma organización, el Partido Revolucionario Institucional (PRI). Dicho partido está fundido en un aparato estatal (tanto con la administración federal como con la de los estados) tan fuerte y rígido que, al pasar de los años, ha aceptado pocos cambios en su estructura.

De esta forma el partido oficial ha cedido poco el control político y va a seguir con esa mecánica en los años por venir y, en referencia con el tema de la Reforma Política veremos que sus prácticas se apegan al verticalismo político que lo ha caracterizado siempre.

Es en este camino de búsqueda de mejores formas de gobierno y de vida donde encontramos un hecho relevante en la vida política y social de la ciudad de México. La Reforma Política se vio como un horizonte en donde gobierno y población podrían dirimir sus diferencias en favor de una ciudad mejor.

La iniciativa de Reforma Política en el Distrito Federal ha recorrido diversas etapas. La primera ocasión de su mención fue

cuando Manuel Camacho Solís asumió la jefatura del Departamento del Distrito Federal (DDF) al inicio de la administración salinista (1988). El jefe del DDF capitalino se comprometió a realizar una transformación política y administrativa real para democratizar la ciudad de México.

El tema de la reforma estaba incluido en la agenda de discusión entre el jefe del Departamento y la Asamblea de Representantes del Distrito Federal (ARDF) que a raíz de las demandas que arrojaron las elecciones de agosto de 1988 debía cumplir éste.

La Asamblea de Representantes surge como respuesta a la falta de un órgano interlocutor entre sociedad y gobierno. En octubre de 1988 se integra la I Asamblea con 66 miembros electos por votación directa por ciudadanos del Distrito Federal, su renovación es cada tres años. Dicho organismo de representación ciudadana fue creado en 1986, sólo con facultades para dictar bandos, ordenanzas y reglamentos.

Fue hasta abril de 1991 cuando el jefe del DDF llamó a las diversas fuerzas políticas y sociales a organizar foros de debate público para llegar, a través del consenso, a una reforma política para la ciudad. El inicio formal de los trabajos se efectuó el 21 de abril de 1992, en su comparecencia ante la Asamblea de Representantes, éste anunció una propuesta de plan de reforma.

La Reforma Política en el Distrito Federal tuvo el siguiente desarrollo:

PRIMERA ETAPA

Propuesta de plan de reforma del jefe del Departamento del Distrito Federal (DDF) (regente capitalino) en su comparecencia durante el segundo periodo de sesiones de la Asamblea de Representantes del Distrito Federal (21 de abril de 1992).

La propuesta general inicial que dio a conocer el regente previo a su comparecencia ante ARDF consistió en que el Distrito Federal (DF) seguiría siendo capital de la República, sede de los poderes federales pero con gobierno autónomo.

A partir de este momento Manuel Camacho Solís inició trabajos para preparar la iniciativa de reformas al gobierno capitalino, para ello, se realizaron reuniones de trabajo con las comisiones del DF de la Cámara de Diputados y del Senado de la República, la ARDF y dirigentes de los partidos políticos para formalizar programas de trabajo. Así, una vez logrado el consenso de las fuerzas políticas, se estableció un periodo de 120 días para elaborar el estatuto de gobierno autónomo de la ciudad. Una vez concluidos estos trabajos, el siguiente paso (en un lapso de seis meses) sería elaborar iniciativas de reformas legales al régimen de gobierno de la ciudad de México, con la participación de los actores antes mencionados. El cumplimiento de estos tiempos permitiría someter a consideración ante los órganos competentes la iniciativa de reforma, para que entrara en vigor en 1994.

Cabe señalar que el jefe del DDF no ofreció iniciativa concreta, es decir, no vertió un plan de reforma oficial, lo dejaría para el fin del proceso.

En esta primera etapa de formación, sólo se conoce el hecho. No entran en escena otros elementos, es hasta la siguiente etapa donde empezamos a reconocer a los involucrados (ver Anexo, Primera Etapa).

SEGUNDA ETAPA

Inicio de interpretaciones diversas.

Las primeras interpretaciones en torno del hecho se hacen de manera inmediata, esto hace notar que el hecho es de interés y que además está en juego una decisión política que afectará o beneficiará a una sociedad, condiciones necesarias para que éste sea considerado un hecho de opinión pública.

Aun cuando el hecho sea de reciente nacimiento, podemos notar que las opiniones y puntos de vista serán fundamentales en su desarrollo. Todavía no podemos observar la incorporación de otros elementos.

Esta etapa es punta de lanza en el alcance de la Reforma Política. Las primeras reacciones observadas fueron hechas por reconocidos líderes políticos y funcionarios del gobierno: la reacción del Partido de la Revolución Democrática (PRD) encabezada por Cuauhtémoc Cárdenas, Heberto Castillo y Porfirio Muñoz Ledo, establece la creación del estado 32 (estado de Anáhuac); Ignacio Pichardo Pagaza, gobernador del estado de

México sostuvo que éste no cederá nada al estado 32. Ambas posiciones son, a partir de ahora, piezas antagónicas en la reforma, aunque no son las únicas.

Debemos apuntar que a lo largo del proceso y a partir de esta etapa veremos numerosas intervenciones de personajes que de alguna manera fungirán como líderes de opinión de los lectores de *La Jornada*, participan con artículos de opinión y columnas.

En esta etapa varios divulgan su punto de vista: Horacio Labastida comenta acerca de la comparecencia del regente; Demetrio Sodi de la Tijera, asambleísta por Partido Revolucionario Institucional (PRI) sostiene la idea de que la reforma debe ser por consenso; José Woldenberg, académico de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), establece la importancia de atender la propuesta; Marco Rascón, líder del PRD en el Distrito Federal, escribe sobre la posición del PRD-DF (ver Anexo, Segunda Etapa).

TERCERA ETAPA

Discusión pública abierta.

La discusión se da a partir de que Manuel Camacho Solís y asambleístas fijan cuatro puntos para la reforma: discusión de opciones de reforma, sin exclusión de ninguna propuesta, agenda abierta en la Mesa de Concertación; reuniones bilaterales del regente con la dirigencia de cada partido para recoger opiniones y métodos para integrar la Mesa; diálogo con los

diputados y senadores, recoger puntos de vista de especialistas, académicos, organizaciones sociales y ciudadanos interesados en la reforma y; el jefe del DDF y representantes de las seis fuerzas políticas de la ARDF llegan al acuerdo de realizar un primer periodo de discusión.

En esta etapa encontramos diversos elementos. En primer lugar, encontramos una serie de manifestaciones, puntos de vista y opiniones que integran la discusión pública abierta. La ideas tienen dueño y por ello, incitan a posteriores reacciones.

De mayo a septiembre 1992, la discusión pública se activa. Tenemos variedad de argumentos: diferentes, encontrados, opuestos y/o similares. Sin embargo creemos que unos cuentan con mayor peso que otros, podemos destacar los del regente, por una razón, su posición es la oficial, la del gobierno; personifica incluso, la del poder Ejecutivo.

Es evidente que en este momento la Reforma Política lleva el lineamiento o la posición oficial del jefe del Departamento y por ello anima a la discusión pública abierta. Cada expresión de éste suscita opiniones diversas que, en la siguiente etapa formarán parte de confrontación de posiciones.

Esta etapa puede tomarse como primera circunstancia de "estira y afloja" de los alcances políticos de la Reforma Política. Cabe destacar que las primeras discusiones se prolongaron varios meses, en gran parte por cuestiones organizativas, de hecho, no se ve un claro fin y, la cuarta etapa no tiene un claro inicio.

También observamos que los integrantes de las fracciones partidistas son los más activos en dicha discusión, esto se debe a que son los partidos políticos los que asumieron un papel dirigente en torno a la concertación sobre la Reforma Política, son éstos (y no siempre en nombre de los ciudadanos) quienes toman en sus manos los procesos políticos, la Reforma Política no es la excepción. Entre otros actores se encuentra el máximo dirigente eclesiástico en nuestro país, asambleas de barrios, movimientos populares.

La organización de la Mesa de Concertación (y de los foros de consulta) permitirá observar en la siguiente etapa una larga serie de intervenciones individuales y grupales en referencia con lo que se quiere lograr para la Reforma Política (ver Anexo, Tercera Etapa).

CUARTA ETAPA

Confrontación de puntos de vista.

En esta etapa se inicia la confrontación de varios puntos de vista, son tres meses de debates sobre la Reforma Política (ver Anexo, Cuarta Etapa).

Aquí podemos destacar que la voz de los líderes partidistas es en nombre del partido, sin embargo, además existieron opiniones de integrantes de los mismos partidos (asambleístas, participantes en comisiones, dirigentes estatales) y de ciudadanos conocidos y reconocidos por la sociedad, de tal suerte, la confrontación de puntos de vista se da en un plano

general pero mirando hacia los cuatro temas centrales de la reforma.

Cabe mencionar que la actuación del regente como parámetro de discusión va desapareciendo poco a poco, aunque su posición sigue siendo fundamental como punto de referencia del proceso global.

La existencia de opiniones contrarias y comunes caracterizan esta etapa. El proceso de opinión pública cobrará importancia dependiendo de la intensidad y relevancia política de las posiciones en juego.

QUINTA ETAPA

Surgimiento de distintas posiciones.

En esta etapa encontramos distintas posturas, a medida que avanza el proceso se consolidan unas, otras pierden fuerza. La posición más destacada es la de realizar el plebiscito; sin embargo, contamos con otras:

- El jefe del Departamento del Distrito Federal llama a lograr una reforma por consenso, mediante la participación de todas las fuerzas políticas. Veíamos anteriormente que la postura oficial es lineamiento fundamental en los trabajos de la Reforma. Su postura permanece hasta el final del proceso.
- Creación del estado 32, desde el inicio, es una inquietud que se torna irremplazable para varios grupos e individuos; de hecho, una de las razones iniciales de la Reforma Política es crear un estado en lugar del Distrito Federal. Más adelante, al ser aceptada la Reforma, veremos que esta posición, a pesar de

tener vigencia, no es llevada a buen término. En contraparte encontramos la postura de preservar intacta la estructura de la ciudad de México.

- Elección del regente y de los demás gobernantes. Esta postura es, sin duda, una de las más conflictivas y difíciles de resolver porque existen dos posturas opuestas: elección directa del regente y nombramiento del regente vía presidencial.

- Otorgar facultades legislativas a la Asamblea de Representantes del Distrito Federal. A esta postura se llegó de manera fácil y clara, no recibió críticas, en ella se resume el apoyo de varias facciones en cuanto a la necesidad de que la Asamblea participe directamente en las leyes del Distrito Federal.

- Cambio de estructura política, económico-administrativa y jurídica del Distrito Federal.

- Integrar un órgano o instancia de coordinación metropolitana.

Las dos últimas posturas también obtuvieron consenso general y fueron vistas de manera positiva, aquí la dificultad es cómo se logrará dicha transformación y quién integrará ese órgano.

Ya hemos mencionado la importancia que tuvo el plebiscito para activar atención hacia la Reforma, esta idea surge gracias a las inquietudes surgidas de anteriores discusiones: creación del estado 32, elección del regente y poder legislativo para la ciudad. Estos tres son factores detonantes para que un grupo de asambleístas convoquen a la ciudadanía a realizar un plebiscito para conocer su opinión en los anteriores rubros.

La realización del plebiscito cambió íntegramente la dinámica en esta etapa. Encontramos dos fenómenos paralelos: posturas en cuanto a la Reforma y posturas en cuanto al plebiscito.

Este arroja una serie de opiniones y puntos de vista que originan la presencia de corrientes de opinión (a favor y en contra); el clima de opinión adquiere intensidades diversas, se percibe el cambio de ambiente, es decir, inicia una fase de tensión, de mayor interés dado que se crean diferentes expectativas, a partir de este momento hasta días previos al plebiscito. La opinión pública está a la espera de los resultados de la consulta popular.

El plebiscito acapara la atención en los meses siguientes, esto es, enero, febrero y marzo de 1993. Aunque la idea surge en diciembre de 1992, es hasta entrado enero cuando cobra mayor vigencia. Conforme transcurren los días, febrero es el mes donde se desata el clima de opinión; inicia la difusión y discusión de nuevas opiniones en torno al plebiscito, el ambiente se torna cada vez más tenso para todos los participantes en la Reforma.

En los primeros días de marzo podemos observar la intensa creación de expectativas. Un par de días previos a la votación, *La Jornada*, en su sección *La Capital*, tiene acaparado el espacio en su difusión sobre el plebiscito; el clima de opinión alcanza su punto máximo.

Una vez transcurrida la votación del plebiscito, el 22 de marzo arroja elementos interesantes. Se observan puntos

relevantes que atañen directamente a la Reforma. No se realizó un análisis profundo de los pro y contra del plebiscito, se limitó a mirar el asunto como algo no tan relevante para ésta.

Entre los resultados tenemos: importante participación de la juventud; consulta ciudadana una vía de elección democrática; probada capacidad de efectuar una votación sin la participación y presión del gobierno; transparencia y civilidad; tomar en cuenta el plebiscito para la Reforma; falta de interés ciudadano en participar en un hecho que le atañe (apenas votaron 331 180),⁷⁰ poca difusión en los medios de comunicación y desinformación de parte de algunos comunicadores; falta de vinculación de los partidos políticos con la ciudadanía (ver Anexo, Quinta Etapa).

En la siguiente fase podemos observar el rumbo que tomó la Reforma Política a raíz de la comparecencia del regente y su propuesta oficial.

SEXTA ETAPA:

Presentación de alternativas (positivas, neutrales o negativas), propuestas simplificadas o soluciones.

Una vez superada la presencia del plebiscito, la atención sobre la Reforma Política se reestablece, pero de manera distinta. Esto se debe a que el proceso ha madurado, se encuentra en su etapa de definición.

Es el tiempo de contar con alternativas claras en cuanto a los logros de la Reforma. Transcurrido el periodo de discusión,

entra a la fase de resolución parcial. Las alternativas son varias; sin embargo, como hemos podido ver, persisten unas de mayor peso e importancia que otras.

Con la comparecencia del regente Camacho Solís (abril de 1993), surge la postura oficial: el responsable del gobierno será nombrado de manera indirecta, por el Presidente de la República, de entre aquellos representantes que obtengan la mayoría en la ciudad (1997); la Asamblea de Representantes será órgano de representación política para 1994 y los Consejos Delegacionales funcionarán en 1995.

La otra alternativa, conocida con anterioridad, es la de la oposición, que en términos generales busca crear el estado 32 y elegir directamente a los gobernantes. Ambas alternativas son una primera postura definitiva de la Reforma Política.

Durante el mes de mayo, la propuesta oficial incorporó otros elementos, en parte por la presión de varias fuerzas políticas que no vieron satisfechas sus demandas es un primer momento. Se llegó a un anteproyecto oficial de Reforma: otorgar facultades legislativas de Congreso a la ARDF; que los delegados sean electos por las dos terceras partes de los assembleístas sobre ternas que propondría el regente por cada demarcación; crear un estatuto jurídico para reglamentar los Consejos Ciudadanos Delegacionales, cuyos integrantes surgirían por elección directa.

A lo anterior se sumaron otras propuestas: Cámara de Diputados tercera opción para designar al regente a partir de 1997, en caso de que la ARDF rechace hasta en dos ocasiones la

propuesta del Presidente de la República; regente durante seis años y en 1995 los habitantes de la capital elegirán por primera vez a los Consejos Ciudadanos; desaparición del Departamento del Distrito Federal (DDF); gobierno propio para la capital; conferir facultades legislativas a la ARDF; ampliación del periodo de asambleístas de tres a seis años; el gobernante será propuesto por el Ejecutivo, de entre los integrantes de la ARDF, misma que podrá ratificarlo o en su caso lo hará el Senado de la República.

Con los anteriores elementos fue aprobado el anteproyecto de reforma en la Mesa de Concertación el 26 de junio. Este se turnaría al Congreso para su discusión, análisis y votación ante el pleno. El problema aquí (como en otras ocasiones) fue la falta de tiempo para el trabajo serio y formal tanto en la Cámara de Diputados como en la de Senadores. El documento llegaría a las cámaras el 12 de julio, dos días antes del término del periodo ordinario de sesiones, poco tiempo real para madurar una decisión política, administrativa y social para la ciudad de México (ver Anexo, Sexta Etapa).

SÉPTIMA ETAPA:

Reacción sobre el acuerdo final de la Reforma Política.

El acuerdo final sobre la Reforma Política del Distrito Federal fue la aprobación en lo general y en lo particular por la Cámara de Diputados; diez cambios de fondo y 17 de forma al

proyecto sobre el gobierno capitalino; votos a favor del PRI, PAN Y PARM; votos en contra del PRD, PPS Y PFCRN.

Se efectuaron modificaciones a doce artículos constitucionales; la ARDF asume funciones legislativas a partir de noviembre de 1994 y en 1997 se nombraría al jefe del DDF de entre los diputados y asambleístas; periodo de asambleístas de tres años.

Las reacciones sobre el acuerdo final fueron tibias, de hecho, no fueron trascendentes. La aprobación de la Reforma Política en el Senado, con los votos favorables del PAN y del PRI y el voto en contra del PRD, fue la última parte de la Reforma Política en el Distrito Federal como hecho de opinión pública en el diario *La Jornada* (ver Anexo, Séptima Etapa).

Es importante destacar que no apareció información posterior (se revisó hasta el 30 de octubre de 1993). Esto reafirma la idea que, una vez aprobada la Reforma Política en el Distrito Federal, no se publicó información al respecto, con ello podemos ver que la iniciativa al ser aprobada provoca la desaparición de la Reforma del escenario político.

OCTAVA ETAPA:

Manifestación de la opinión pública.

El acuerdo final adoptado por la opinión pública no se conoce, es decir, un cuerpo colegiado toma la decisión de aceptar o rechazar la Reforma Política, pero debemos dejar

claro que éste no es la propia manifestación de la opinión pública.

De hecho, a raíz de la determinación final sobre lo que implicará la transformación política de la ciudad de México, la opinión pública no se manifiesta como grupo o cuerpo visible. La resolución se somete a aprobación o disprobación social, además se adopta como reflejo del sentir generalizado.

La actuación de la opinión pública no se ve, no se aprecia de manera visible ni palpable. Adopta en cambio, en ciertos grupos o individuos un papel protagónico. Expliquemos esto: una vez conocida la resolución final de cómo quedó integrada la Reforma Política surgieron ideas y opiniones de líderes, grupos, partidos políticos e intelectuales. Algunos dijeron que la Reforma fue un gran logro del gobierno, otros apuntaron que la Reforma careció de avances reales para la ciudadanía. Estas opiniones se hicieron a título individual o grupal, entonces surge un importante cuestionamiento: ¿cada grupo tiene su opinión, se puede hablar de opiniones públicas o de una real opinión pública?

Existe la tendencia general de reconocer o aceptar una opinión gracias al grado de consenso social adquirido. En el caso que nos ocupa podemos decir que las diversas opiniones afirmaron que se logró un avance en materia de democracia política, pero aún queda mucho por hacer en el Distrito Federal.

Finalmente, podemos afirmar que la actuación de la opinión pública, sea cual sea su representación, se realiza fuera del

medio de comunicación que sirve únicamente como vehículo de circulación de información, su papel como difusor sí puede propiciar un hecho de opinión pública, pero ésta no está contenida en él.

2. CLIMA DE OPINION

El clima de opinión durante la Reforma Política tuvo diversas manifestaciones. El primer momento donde surgió fue cuando se dio a conocer la idea de realizar el plebiscito. De inmediato el interés, no sólo sobre éste sino sobre la Reforma Política, se desató y surgieron paralelamente corrientes de opinión. Señalamos al plebiscito como detonador porque la Reforma por sí sola no propició clima de opinión.

Conforme transcurrieron los días, en vísperas del 21 de marzo, se iniciaron una serie de momentos de mayor intensidad en cuanto a externar ideas, puntos de vista, posiciones y opiniones. Varios grupos políticos, organizaciones e individuos provocaron mayor dinámica en la circulación informativa.

No podemos afirmar que sólo haya existido un clima de opinión durante el proceso de Reforma Política, como mencionamos en el capítulo anterior, el clima de opinión puede presentarse en varias etapas y de forma distinta. Con el plebiscito, indudablemente, el clima de opinión adquiere su máxima expresión; de hecho, produce el mayor momento de atención de todo el proceso.

Cabe destacar que un clima de opinión difícilmente puede provocar la aparición de la opinión pública latente. En este caso, los resultados del plebiscito no condujeron a la existencia de aquélla, logró mayor interés pero no la activación de opinión pública latente.

3. CORRIENTES DE OPINION

La Reforma Política en el Distrito Federal contó con la presencia de corrientes de opinión diversas, en momentos diferentes; esto es, al conocerse la iniciativa de reforma, se consolidó de inmediato una corriente cuya postura se basaba en la demanda de crear el estado 32 y elección del regente. Dicha corriente se mantuvo durante todo el proceso, aunque su presencia vino a menos conforme avanzó la Reforma pues surgieron nuevas ideas y posturas.

Lo anterior muestra que las corrientes pueden sobrevivir en un hecho de opinión pública, aunque también pueden desaparecer. Por ello es importante tomar en cuenta lo que postula una de ellas porque depende mucho de quién o quiénes sean partidarios o no de ella, o en su caso, encabecen dicha iniciativa.

En el hecho que nos ocupa, surgió una corriente opuesta, la no creación del estado 32 y no elección de gobernantes. Esta corriente se convirtió en bandera de algunos individuos, líderes partidistas y funcionarios del gobierno, entre otros. No sólo existieron estas dos corrientes, aunque sí fueron las más representativas. Surgieron otras pero no trascendieron.

Las corrientes pueden surgir cada vez que se conoce un hecho nuevo aun dentro del mismo suceso de opinión pública. Sólo por mencionarlo, la realización del plebisqito hizo surgir otras más.

4. OPINIÓN PÚBLICA LATENTE

Ubicar el momento o lugar de actuación de la opinión pública latente resulta tarea difícil. En el hecho de nuestra atención, podemos ubicarla después de que el regente, Manuel Camacho Solís, dio a conocer públicamente la propuesta oficial de reforma.

Una vez más nos vemos alcanzados por otros elementos. Esta etapa del proceso está conformada por un gran número de reacciones (se esperaba reacción cada vez que se pronunciaba el regente); sin embargo, las opiniones a raíz del pronunciamiento oficial provocaron mayor circulación de posturas e ideas que, en definitiva, interesaron a la sociedad y gracias a ello existió la posibilidad de manifestación de opiniones variadas.

Cabe señalar que la opinión pública latente tiende a confundirse con el clima de opinión, en este proceso podemos diferenciarlas. El clima se dio varias veces, con diferentes intensidades, durante toda la Reforma Política y la opinión pública latente se dio posteriormente a un clima (conocimiento público de la postura oficial); es decir, sólo se dio ese momento, previo a lo que se esperaba como decisión final o

planteamiento de mayor peso en la aprobación de la iniciativa de reforma.

5. GRUPOS

Diversos grupos estuvieron involucrados en la Reforma Política, encontramos opiniones tanto de las Asociaciones de Residentes, Uniones de Colonias Populares, Asociaciones Vecinales, Juntas de Vecinos y Asamblea de Barrios, como de la Asociación Nacional de Abogados Democráticos, Grupo de Economistas Asociados y Academia de Derechos Humanos; además de institutos, fundaciones, confederaciones, académicos e investigadores.

Podríamos seguir con una larga enumeración de participantes, sin embargo, con la única intención de puntualizar sobre los grupos de presión podemos establecer que el hecho de requerir una reforma en el ámbito político, administrativo y social, no contó con la notoria presencia de grupos importantes. No con ello decimos que no hayan influido.

En el ámbito social mexicano, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio (Concanaco) es una organización fuerte y representativa de intereses económicos de largo alcance. Sabemos que este tipo de inversionistas y comerciantes tienen una línea partidaria identificada con el partido de Estado; de ahí que, sus intereses con una transformación política ajena a los propios intereses del gobierno actual de ninguna forma les beneficiaría ni convendría.

Como ya sabemos, existen diferentes intensidades de presión, el anterior grupo tiene suficiente peso como para desestabilizar (principalmente en materia económica) el comercio capitalino (y nacional), así que el gobierno se va con mucha precaución para no contravenir los intereses de aquellos.

Asimismo, existen grupos de menor peso que, aunque se hicieron presentes durante la Reforma, no influyeron en ésta. A las demandas de las asociaciones, uniones de vecinos y grupos de damnificados sin vivienda, las hicieron a un lado.

Por otra parte, los grupos de abogados, juristas y economistas fueron escuchados más por conveniencia o provecho (asesoría o puntos de vista a considerar) para conocer y establecer los alcances jurídicos, económicos y administrativos de la reforma, que como elementos de presión real.

Cabe destacar que los grupos de poder (bancarios, financieros, empresariales, industriales) no estuvieron involucrados directamente en este proceso; ellos actúan e influyen en esferas más altas de decisión, como puede ser la elección misma del regente y de aquellos que dirigen los destinos de la ciudad, incluso del país.

La iglesia jugó un papel menor, de hecho, ni siquiera llegó a caracterizar a un grupo de interés, porque a pesar de hablar en nombre del pueblo no actuó en consecuencia. Se limitó a tomar la bandera política de la democracia sin trabajar para ella.

Un papel totalmente diferente jugaron los partidos políticos que no son ningún tipo de grupo que hemos caracterizado.

Acapararon tiempo y espacio no sólo en los medios de comunicación (en este caso, prensa escrita) sino en los debates sobre la Reforma Política.

6. LÍDERES DE OPINIÓN

Cabe mencionar que el papel de los líderes de opinión, no sólo en *La Jornada* sino de todos los personajes involucrados, se redujo en gran medida a la insistente presencia de los dirigentes y líderes de partidos políticos. Si miramos detenidamente los sucesos, podemos asegurar que desde el momento en que se dio a conocer la iniciativa de reforma para la capital, los máximos representantes de institutos políticos hicieron pública su postura.

De esta manera, en varias ocasiones fueron punto de atención pero no podemos decir que alguno haya encarnado el papel de líder de opinión. Si a caso podemos hablar de la presencia de un líder aislado (líder carismático-sentimental), valga la precisión. Fue Superbarrio quien logró centrar la atención ciudadana (parte del sector popular), este personaje ya tenía arraigo entre damnificados, despojados y lanzados de sus viviendas.

Debemos mencionar que los articulistas, columnistas y caricaturistas de *La Jornada* participaron de manera constante, sin embargo, no consideramos que hayan sido líderes de opinión de gran alcance; esto es, los lectores de dicho diario sí tomaron en cuenta los trabajos de aquellos y pudieron en algún

momento influir en su opinión. Pero este público lector es mínimo, en comparación del alcance de otros medios, no creemos que hayan moldeado la opinión del público.

Otro punto importante es que en nuestro país cada vez son menos los líderes de opinión que logran atraer a numerosos grupos. Sabemos de la existencia de líderes en los medios de comunicación, televisión, radio y prensa; si bien han llegado a dirigir la opinión de la gente, lo han hecho más a fuerza de aparecer en el medio que por la calidad de su discurso. El papel de los medios en asuntos políticos y sociales despierta puntos de controversia, específicamente en cuanto a cumplir su función social: informar.

Con los anteriores puntos, creemos que la resolución final de la Reforma Política dependió de un grupo específico: diputados, senadores, regente, fracciones partidistas, no así de la actuación de líderes de opinión o grupos o individuos pertenecientes al grueso de la sociedad capitalina.

El resultado de la Reforma Política puede ser ubicado como otro más en cuestión de decisión política. Los altos mandatarios definen el destino de una iniciativa de repercusión social; desarrollan, influyen y determinan el asunto en su destino final.

CONCLUSIONES

Los fundamentos para estudiar la opinión pública en el ámbito mexicano deben ser congruentes con la realidad social y política que lo conforman. En nuestro país son característicos los estudios temporales que, muchas veces, responden a una coyuntura específica (por ejemplo, comicios electorales). No se cuenta con una tradición sólida o el respaldo teórico-metodológico adecuado para realizar investigaciones precisas, útiles y trascendentes.

El análisis de un tema social y político como la opinión pública tiene que trascender el espacio de la medición y la cuantificación realizada vía cuestionario, sondeo o encuesta de opinión. La sociedad mexicana ha arraigado y adoptado como suya una forma tradicional del medio estadounidense; dicha forma no siempre es la más adecuada o la más cercana a las dimensiones del ámbito mexicano.

Actualmente se cuenta con otras sendas por las cuales se puede acercarse a la opinión pública. La visión psicosocial analiza el comportamiento de los diversos grupos sociales, a través de ellos se llega a saber y conocer la actuación de la opinión pública como fenómeno social moderno.

Asimismo, existe la vertiente de la mercadotecnia social que cuenta con una especial derivación: la mercadotecnia electoral.⁷¹ Esta es una adaptación de la administración que busca establecer procesos específicos para influir y

persuadir el comportamiento de grandes grupos de población, por medio de una estrategia de intercambio.

Debemos aclarar que no se trata de la venta de un producto, sino el procedimiento profesional para manejar ideas y situaciones que auxiliien a los sujetos sociales en la toma de una postura u opinión trascendental en su vida social y política.

Esta tecnología administrativa está estrechamente vinculada con la publicidad política, que es otro campo a explotar, siempre auxiliada de los medios de comunicación que son los catalizadores y promotores de la opinión pública. La promoción de ideas, su continuo reforzamiento hacen de la publicidad una fuerza enajenadora capaz de crear, estimular, reforzar, imponer pautas y opiniones individuales y grupales.

Dentro de las numerosas inquietudes que dieron origen a este trabajo, se cuenta la de saber desde qué perspectiva se puede abordar el estudio y análisis de la opinión pública de manera que arroje alguna propuesta significativa.

A raíz de múltiples cuestionamientos surge la idea de establecer un procedimiento particular para abordar un tema de opinión pública. Aquí se pretende dar pautas para el seguimiento de un fenómeno cambiante e inestable, de difícil localización y caracterización.

Creemos que un tema de opinión pública puede estudiarse a partir del reconocimiento de un proceso cuyas fases se ubiquen gracias a la existencia de un asunto de relevancia

social y política. Abordar un tema de opinión pública a partir de un hecho, su desarrollo y evolución permite establecer parámetros claros para conocer su dinámica y alcances.

Un hecho relevante (por ejemplo, la Reforma Política en el Distrito Federal) que incita a la atención pública de grupos sociales, permite saber si con la circulación de información y opiniones diversas, éste puede tomarse como un tema de opinión pública.

Si la circulación de información, socialización de opiniones, puntos de vista y declaraciones públicas (y no públicas) hacen del tema de opinión pública un asunto de interés y atención, podemos entonces decir, a primer vista, si es o no susceptible de continuar su desarrollo.

Para situar al hecho de atención como tema de opinión pública, debemos seguir paso a paso su recorrido diario, manifestaciones, declaraciones, trabajos y actividades en torno del hecho. Esto nos lleva a reconocer las fases de discusión pública, confrontación de puntos de vista, surgimiento de posiciones, propuestas, soluciones y alternativas, como pilares del hecho en cuestión.

Gracias a los anteriores elementos podemos reconocer el rumbo de la evolución del hecho y las posteriores implicaciones en la toma de decisiones o posturas políticas trascendentes.

En este trabajo se plantea varios puntos a investigar, uno de ellos es localizar o situar la forma de manifestación

de la opinión pública. Desde el inicio se buscaba localizar un pronunciamiento o enunciado claro y visible de ésta respecto de la Reforma Política; sin embargo, ahora sabemos que esto no ocurre como se plantea en la teoría, la última etapa en la que debía manifestarse la opinión pública en el medio de comunicación, nunca se consumó.

Contamos con varios puntos concluyentes respecto a este trabajo, se trata de una amplia gama, no se pretende que alguno tenga mayor peso que otro pues su origen y desarrollo se dan en condiciones diferentes.

Podemos establecer conclusiones en varios terrenos:

1. El de la opinión pública como proceso político-social.

- En México existe la opinión pública de/en grupos sociales diversos. No existe una opinión pública como voz única de un grupo social mayoritario.

- En el ámbito social y político mexicano actual la opinión pública no es trascendental para la toma de decisiones de alcance nacional.

- Grupos sociales, de poder y de opinión influyen en las decisiones políticas nacionales, pero éstos no representan la opinión pública general.

- No puede sustituir a quien detenta el poder o toma las decisiones.

- La opinión pública en México es vista como una tribuna o instancia a la que se tiene que someter el juicio social de un asunto de repercusión global, pero a final de cuentas su punto de vista no es trascendental.

- La opinión pública surge, evoluciona y se consolida tanto en el ámbito social como en el político. Involucra siempre a los actores sociales.

2. El de la opinión pública como concepto.

- No existe un concepto único de opinión pública.

- La opinión pública como concepto surge en las sociedades modernas, sin embargo, como término de uso común y de diversos calificativos, tiene su origen en la Grecia Antigua.

- Se debe entender el desarrollo histórico de la opinión pública como el resultado de la evolución social y política de la sociedad burguesa, transformada posteriormente en un sistema de relaciones de producción capitalista.

- El concepto de opinión pública (publicidad burguesa) se entiende como un amplio conjunto de elementos interrelacionados.

- Es un proceso orgánico que requiere siempre una estructura social para desarrollarse.

- Tiene ciclos de intensidad y niveles de presión variables.

- Siempre nacerá a partir de un hecho de interés y repercusión pública que implique una decisión política.

- Implica siempre discusión pública y confrontación de opiniones.

- Cuenta con dos facetas: A. Como fenómeno o suceso. B. Como cuerpo/ente/ser sin presencia ni figura física reconocible.

- Es lo que la gente piensa y dice pero que debe ser trascendente e influyente en una decisión final, casi siempre de orden político.

- No cuenta con público definido ni estable.

3. El de la opinión pública y su relación con los medios de comunicación.

- Sólo la circulación y difusión de información emanada de un medio de comunicación puede propiciar un hecho de opinión pública.

- Se manifiesta fuera de los medios de comunicación, en grupos sociales diversos.

- El medio de comunicación es necesario para que el tema de opinión pública logre tener alcance social, pero no es indicativo de que en él se manifieste la opinión pública.

- La prensa escrita es el medio de comunicación donde se puede analizar de manera constante un tema de opinión pública.

4. La opinión pública y su relación con la Reforma Política en el Distrito Federal.

- La Reforma Política en el Distrito Federal es un tema de opinión pública.

- La Reforma Política en el Distrito Federal fue trabajada en dos planos: el trabajo diario en los cuerpos colegiados respectivos y la información diaria surgida en la prensa.

- La Reforma Política en el Distrito Federal provocó opiniones, tanto en el terreno social (interés y seguimiento de grupos varios) como en el terreno político (grupos de poder y decisión política) que influyeron en la decisión final de la Reforma Política como cuerpo de normas administrativas y jurídicas.

- La opinión pública sí se manifestó respecto de la Reforma Política en el Distrito Federal, pero no lo hizo directamente en el periódico diario *La Jornada*.

- La Reforma Política en el Distrito Federal no provocó solamente una opinión, sino varias, encabezadas por grupos políticos y sociales diversos.

N O T A S

CAPÍTULO I. GENERALIDADES DE LA OPINIÓN PÚBLICA

1. Habermas, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. Gustavo Gili. México, 1986, p. 18.
2. Xirau, Ramón. Introducción a la filosofía. UNAM. México, 1982, p. 38.
3. Cossio, Carlos. La opinión pública. Paidós. Buenos Aires, p.26.
4. Habermas, Jürgen. op. cit., p. 45.
5. Böckelmann, F. Formaciones y funciones sociales de la opinión pública. Gustavo Gili. México, 1983, p. 16.
6. Rivadeneira Prada, R. La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio. Trillas. México, 1986, pp. 77 y 78.
7. Pirenne, Henri. Historia económica y social de la Edad Media. FCE. México, 1989, p. 37.
8. Dobb, Maurice. Estudios sobre el desarrollo del capitalismo. Siglo XXI. México, 1979, p. 125.
9. Aguilar Villanueva, Luis F. "Una reconstrucción del concepto de opinión pública", en: Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, año XXXII, Nueva Época, octubre-noviembre-diciembre. No. 130. FCPYS-UNAM. México, 1987, p. 105.
10. Molina y Vedia, Silvia. Manual de opinión pública. FCPYS-UNAM. México, 1982, p. 15.
11. Weill, George. El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa periódica. UTEHA. México, 1962, p. 4.

12. Habermas, Jürgen. *op. cit.*, p. 59.
13. Tarde, Gabriel. *La opinión y la multitud*. Taurus. Madrid, 1986, p. 43.
14. Böckelmann, F. *op. cit.*, p. 13.
15. Habermas, Jürgen. *op. cit.*, p. 98.
16. *Ibidem.*, p. 103.
17. Berelson, Bernard y Janowitz, Morris. *Reader in Public Opinion and Communication*. The Free Press, 1953, p. 6.
18. Childs, Harwood L. *An Introduction to Public Opinion*. John Wiley and Sons. Nueva York, 1959, p. 36.
19. Rousseau, J.J. *El contrato social*. Editores Mexicanos Unidos. México, 1990, pp. 63 y 64.
20. Aguilar Villanueva, Luis F. *op. cit.*, p. 98.
21. Childs, H. L. *op. cit.*, p. 35.
22. Rivadeneira Prada, R. *op. cit.*, p. 81.
23. Childs, H. L. *op. cit.*, p. 35.
24. Habermas, Jürgen. *op. cit.*, p. 139.
25. *Ibidem.*, p. 155.
26. Albig, William. *Modern public opinion*. McGraw Hill. Nueva York, 1960, p. 6.
27. Berelson, Bernard y Janowitz, Morris. *op. cit.*, p. 1.
28. De Villanueva, J. P. *La dinámica y el valor de la opinión pública*. Universidad de Navarra. Pamplona, 1963, p. 44.
29. Moragas, Miguel de (ed.). *Sociología de la comunicación de masas*. III. *Propaganda política y opinión pública*. Gustavo Gili. Barcelona, 1985, p. 13.
30. Rivadeneira Prada, R. *op. cit.*, p. 112.

31. Munné, Frederic. *Psicología social*. CEAC, Barcelona, 1986, p. 160.
32. Young, Kimball. *Psicología Social*. Paidós. Buenos Aires, 1979, p. 507.
33. Cossio, Carlos. *op. cit.*, p. 43.
34. *Ibidem.*, p. 37.
35. *Ibidem.*, pp. 45 y ss.
36. Garza Livas, R. *Psicología social*. Oasis. México, 1971, p. 286.
37. De Villanueva, J. P. *op. cit.*, p. 85.
38. Nixon, Raymond. *Opinión Pública y Periodismo*. CIESPAL, Quito, 1961, p. 61.
39. Sauvy, Alfred. *La opinión pública*. Oikos-Tau. Barcelona, 1971, p. 34.
40. Beneyto Pérez, Juan. *La opinión pública*. Tecnos. Madrid, 1970, p. 38.
41. Rivadeneira Prada, R. *op. cit.*, p. 51.
42. Rovigatti, V. *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*. CIESPAL. Quito, 1981, p. 197.
43. Aguilar Villanueva, Luis F. *op. cit.*, pp. 120 y 121.
44. *Ibidem.*, p. 120.
45. *Ibidem.*, p. 127.
46. *Ibidem.*, p. 115.

CAPÍTULO II. GÉNESIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

47. Rivadeneira Prada, R. *op. cit.*, pp. 43 y ss.
48. Beneyto Pérez, J. *op. cit.*, p. 47.

49. Fauvet, Jean-Christian. *L'opinion Publique. Cronique Sociale de France*. Lyon, France, 1966, p. 32.
50. Young, K. *op. cit.*, p. 501.
51. González Llaca, Edmundo. *La Opinión Pública (bases preliminares para el estudio de la propaganda política)*. FCPYS-UNAM. México, 1977, p. 11.
52. Rivadeneira Prada, R. *op. cit.*, p. 117.
53. Sauvy, A. *op. cit.*, p. 101.
54. Hennessy, Bernard C. *Public opinion*. Duxbury Press. Belmont, California, 1975, p. 8.
55. *Ibidem.*, p. 8.
56. Lemert, James. *Después de todo ... ¿Puede la comunicación masiva cambiar la opinión pública?* Publicigrafics. México, 1983, pp. 34 y ss.
57. Young, K. *op. cit.*, p. 448.
58. Mills, C. W. *La élite del poder*. FCE. México, 1973, pp. 258-301.
59. Moodie, G. C. y Studert-Kennedy, G. *Opiniones, públicos y grupos de presión*. FCE. México, 1975, p. 108.
60. De Celis, Jaqueline. *Los grupos de presión en democracias contemporáneas*. Tecnos. Madrid, 1965, p. 67.
61. *Ibidem.*, p. 79.
62. Moodie, G. C. y Studert-Kennedy, G. *op. cit.*, p. 110.
63. De Celis, Jaqueline. *op. cit.*, p. 77.
64. Sauvy, A. *op. cit.*, p. 14.
65. *Ibidem.*, p. 8.

66. Gerth, Hans y Mills, C. W. *Carácter y estructura social*. Paidós. Barcelona, 1984, p. 374.
67. Garza Livas, R. *op. cit.*, p. 316.
68. *Ibidem.*, p. 320.

CAPÍTULO III. LA REFORMA POLÍTICA EN EL DISTRITO FEDERAL

69. Alcántara, Manuel y Martínez, Antonia (comps.). *México frente al umbral del siglo XXI. Siglo XXI*. Madrid, 1992, p. 131.
70. Gamboa de Buen, Jorge. *op. cit.* pp. 157-158.

CONCLUSIONES

71. Namakforoosh, Mohammad Naghi. *Mercadotecnia electoral. Tácticas y estrategias para el éxito político*. Limusa. México, 1984, pp. 140 y ss.

B I B L I O G R A F Í A

Albig, William. *Modern public opinion* Ed. McGraw Hill. Nueva York, 1960, pp. 518.

Alcántara, Manuel y Martínez, Antonia (comps.). *México frente al umbral del siglo XXI*. Ed. Siglo XXI. Madrid, 1992, pp. 301.

Beneyto Pérez, Juan. *La opinión pública* Ed. Tecnos. Madrid, 1970.

Berelson, Bernard y Janowitz, Morris. *Reader in public opinion and communication*. Ed. The Free Press, s/l, 1953, pp. 611.

Bückelmann, F. *Formaciones y funciones sociales de la opinión pública*. Ed. Gustavo Gili. México, 1983, pp. 304.

Buendía, Manuel. *Los empresarios*. Ed. Océano/Fundación Manuel Buendía. México, 1986, pp. 222.

Cossio, Carlos. *La opinión pública*. Ed. Paidós. Buenos Aires, 1979, pp. 246.

Childs, Harwood L. *An introduction to public opinion*. John Wiley and Sons. Nueva York, 1959, pp. 151.

De Villanueva, Juan Pablo. **La dinámica y el valor de la opinión Pública.** Ed. Universidad de Navarra. Pamplona, 1963, pp. 108.

Dobb, Maurice. **Estudios sobre el desarrollo del capitalismo.** Ed. Siglo XXI. México, 1979.

Fauvet, Jean-Christian. **L'opinion publique.** Ed. Cronique Sociale de France. Lyon, France, 1966, pp. 414.

Gamboa de Buen, Jorge. **Ciudad de México, una visión.** Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1994, pp. 261.

Garza Livas, Rafael. **Psicología social.** Tomo II. Ed. Oasis. Nueva Biblioteca Pedagógica. México, 1971, pp. 414.

Gerth, Hans y Mills, C. W. **Carácter y estructura social.** Ed. Paidós. Barcelona, 1984.

González Llaca, Edmundo. **La opinión pública (bases preliminares para el estudio de la propaganda política).** Serie Estudios 52, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1977.

Habermas, Jürgen. **Historia y crítica de la opinión pública.** Ed. Gustavo Gili. México, 1986, pp. 351.

Hennessey, Bernard C. **Public opinion.** Ed. Duxbury Press. Belmont, California, 1975, pp. 346.

Mills, C. Wright. **La élite del poder.** Ed. Fondo de Cultura Económica. México, 1973, pp. 388.

Molina y Vedia, Silvia. **Manual de opinión pública.** Serie Estudios 52. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM. México, 1982, pp. 113 .

Moragas, Miguel de (ed.). **Sociología de la comunicación de masas. III. Propaganda política y opinión pública.** Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1985, pp. 222.

Munné, Frederic. **Psicología social.** Ed. CEAC. Barcelona, 1986, pp. 174.

Namakforoosh, Mohammad Naghi. **Mercadotecnia electoral. Tácticas y estrategias para el éxito político.** Ed. Limusa. México, 1984, pp. 268.

Nixon, Raymond. **Opinión pública y periodismo.** Ed. CIESPAL. Quito, 1961.

Pirenne, Henri. **Historia económica y social de la Edad Media.** Ed. Fondo de Cultura Económica. Col. Clásicos de Economía. México, 1989, pp. 267.

Rivadeneira Prada, Raúl. **La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio.** Ed. Trillas. México, 1986.

Rovigatti, Vitaliano. **Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública.** Ed. CIESPAL, 1981.

Sartori, Giovanni. **Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo.** Ed. Alianza Universidad. 2a. reimpresión, México, 1991, pp. 305.

Sauvy, Alfred. **La opinión pública.** Ed. Oikos-tau. Barcelona, 1971, pp. 171.

Tarde, Gabriel. **La opinión y la multitud.** Ed. Taurus. Madrid, 1986, pp. 182.

Xirau, Ramón. **Introducción a la filosofía.** UNAM. México, 1982.

Young, Kimball. **Psicología social.** Ed. Paidós. Buenos Aires, 1979, pp. 637.

Young, K. (et al.). **La opinión pública y la propaganda.** Ed. Paidós. México, 1990, pp. 236.

H E M E R O G R A F Í A

Aguilar Villanueva, Luis F. "Una reconstrucción del concepto de opinión pública", en: **Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales**, año XXXII, nueva época, octubre-diciembre No. 130. FCPYS-UNAM, México, 1987.

La Jornada del 15 de abril de 1992 a 30 de octubre de 1993.

A N E X O

A N E X O *

REFORMA POLÍTICA EN EL DISTRITO FEDERAL

PRIMERA ETAPA: 21-22 de abril de 1992.

- Presenta hoy Camacho Solís su plan reforma política para el Distrito Federal.
- La ciudad llegó a sus límites; la solución a los problemas, por consenso: Camacho.
- Al DF soluciones metropolitanas y descentralización.
- Demanda de servicios públicos ante la Asamblea.

SEGUNDA ETAPA: 23 de abril-28 de abril de 1992.

- Insistirá el PRD en el estado 32: Cárdenas. Heberto: no acudiremos a las reuniones con Camacho.
- Edomex no cederá un centímetro si se creara el estado 32: Pichardo Pagaza.
- * Horacio Labastida. El regente y la ciudad.
- * Demetrio Sodi de la Tijera. DF: una reforma por consenso.
- * J. Woldenberg. La propuesta del regente.
- * Marco Rascón. El PRD y la reforma política en el DF.

TERCERA ETAPA: 8 de mayo-6 de octubre de 1992.

- Fijan Camacho y assembleístas cuatro puntos para la reforma.
- Falta el plan del PRI sobre reforma política del DF: PRD
- * Adolfo Sánchez Rebolledo. DF: diálogo y reforma.
- "Viciado de origen", el proceso de reforma política del DF: MNOC (Movimiento Nacional de Organización Ciudadana).

-
- * - Noticia
 - * Artículo
 - ** Editorial
 - *** Desplegado

- Corripio Ahumada, por restituir los derechos a los capitalinos.
- Sin conciliación con los partidos "no habrá reforma", advierte Camacho Solís.
- PAN: en la reforma política hay planteamientos comunes con el DDF.
- Entregó el PPS su propuesta para conformar el estado de Anáhuac.
- Valorar las repercusiones de la reforma política, pidió Camacho.
- El PARM presentó su propuesta. Definir agenda y tiempos, plantea Camacho a partidos.
- PFCRN: la consulta debe ser con ciudadanos y no sólo con partidos.
- Entregó el PRI a Camacho Solís su propuesta de reforma política para el Distrito Federal.
- Proponen partidos ampliar facultades a la Asamblea.
- No habrá supresión de derechos: Camacho.
- * Miguel Angel Granados Chapa. La opción de Camacho.
- Constituyen la Comisión Política partidos y representantes del DDF.
- * Marco Rascón. ¿Quién no está en la Mesa de Concertación?

CUARTA ETAPA: 22 de octubre-22 de diciembre de 1992.

- Se inician el día 26 los debates sobre la reforma política del DF.
- Camacho Solís: ni desorden ni parálisis política en el DF.
- Sistemas parlamentario para el DF, pide Paoli en el foro sobre la reforma política.
- Equilibrar los servicios en la zona metropolitana: Cambio XXI.
- Propone el PAN crear el estado de Anáhuac; no habría conflicto jurídico o político: Vicencio Tovar.
- Soledad Loaeza, por un gobierno propio para el DF.

- Federaciones de Organizaciones Sociales de México, Conrado Madariaga: consejo metropolitano donde la ciudadanía participe con mayoría.
- Asociación de Residentes del Pedregal: mayores facultades a estas organizaciones para fortalecer la democracia.
- Regionalizar órganos de justicia capitalinos, proponen juristas.
- Compareció Camacho Solís ante los diputados. Firme, el compromiso de reforma política.
- Académicos, por democratizar la capital. Requiere el Distrito Federal una reforma política con mayúsculas.
- Preparan assembleístas un plebiscito sobre el estado 32.
- Rojas: la participación ciudadana legitimará el plebiscito.
- El referéndum, fundamental para la reforma política: Demetrio Sodi.
- Inviabile la consulta popular capitalina: Conchello.
- * Pablo Gómez. Plebiscito.
- * Lius Javier Garrido. El plebiscito.
- * Demetrio Sodi de la Tijera. DF: plebiscito ciudadano.
- Respeto a la convocatoria de plebiscito ciudadano; Camacho.
- * Marco Rascón. Plebiscito para el DF.

QUINTA ETAPA: 14 de enero-16 de abril de 1993.

- Propone el PRI la transformación de la regencia en una alcaldía.
- Concentración de la Asamblea de Barrios ante la ARDF. Mitin de apoyo al plebiscito sobre el estado 32.
- *** Plebiscito ciudadano sobre la reforma política del DF. Se invita a los ciudadanos que estén dispuestos a participar en las casillas del Plebiscito el domingo 21 de marzo de 1993... ¡Decide hoy! Comisión Organizadora del Plebiscito.
- * Bernardo Bátiz. Plebiscito para el DF.
- Apoya Cárdenas la realización del referéndum: Amalia García.
- Opina el politólogo Jorge Alcocer. Inviabile, que el DF deje de ser capital de la República.

- Reyes Heróles da relieve al cambio administrativo y presupuestal.

- Jorge Legorreta, especialista en planificación. Las decisiones políticas deben adecuarse al crecimiento urbano.

- Última audiencia sobre reforma política. Ángel Mercado: no habrá reurbanización sin la participación de la sociedad civil.

- Variadas fuerzas civiles en el acto de instalación. Crean consejo para el plebiscito del DF.

** Plebiscito ciudadano, proyecto positivo.

- AN "no moverá un dedo" para promover el plebiscito.

- Cuestiona el PARM la escasa participación en las audiencias. La consulta ciudadana en el DF, primer paso hacia la democratización nacional: Krieger.

- Oposición de Corripio a la consulta popular en el DF.

* Daniel Cazés. Plebiscito para una primavera ciudadana.

- Camacho: no se hará nada que ponga en riesgo la estabilidad.

- Nuevo opositor para el dirigente popular. Superbarrio vs. el Senador No por el plebiscito en el DF.

- Acabó la primera fase de discusión sobre la reforma política en el DF.

*** Academia Mexicana de Derechos Humanos. El plebiscito va, 21 de marzo de 1993.

* Alberto Aziz Nassif. Reforma política y plebiscito ciudadano.

- La Canaco apoya el plebiscito, afirma la asambleísta García.

- Asambleísta D. Sodi: mayor apertura del DDF que del PRI hacia el plebiscito, posturas antidemocráticas de este partido.

- Creación de un consejo de observación del plebiscito, participarán artistas, empresarios, intelectuales, políticos

- Canaco: apoyo despolitizado.

*** Academia Mexicana de Derechos Humanos.

- Instalan el Comité de Observación Ciudadana. El plebiscito, éxito aun antes de efectuarse, dice Cano Escalante.

- Comité de enlace con el plebiscito: Camacho. Bote en mano los asambleístas explicaron el proceso. No manipular la consulta, pide grupo feminista.

- Tres mil observadores del DDF para el plebiscito. El gobierno capitalino financiará la reimpresión de las nuevas boletas.
- * Sergio Aguayo Quezada. Partidos, ciudadanos y plebiscito.
- * Elena Poniatowska. Plebiscito: los jóvenes, carbones ardientes.
- 71.73% desconoce el asunto. PRD: 89.61% de capitalinos a favor del sí en el plebiscito.
- La Iglesia no puede opinar acerca del plebiscito capitalino.
- * Rodolfo F. Peña. La voz de la plebe.
- *** Reglamento de votación del plebiscito ciudadano.
- Apoyan PRD y PARM el plebiscito; para PRI y PPS, mera simulación.
- * Luis Javier Garrido. El sí.
- *** Boleta de votación: Plebiscito ciudadano. Distrito Federal. 21 de marzo de 1993. (Marque Únicamente Sí o No en cada pregunta). 1. ¿Está usted de acuerdo con que el Distrito Federal se convierta en un Estado de la Federación? 2. ¿Está usted de acuerdo con que los gobernantes sean elegidos por voto universal y secreto? 3. ¿Está usted de acuerdo con que el Distrito Federal cuente con un poder Legislativo propio? Vote el 21 de marzo en cualquier casilla. Presente su credencial para votar (con o sin fotografía).
- Claridad sin precedente en el país, dice. La organización de la consulta de cara a la sociedad: Aguilar Zinzer.
- Soledad Loaeza, enfrenta el DF un vacío de instituciones.
- Fueron instaladas casi 3 mil casillas en toda la ciudad. Cuatro millones de votos, respuesta potencial al plebiscito de la capital.
- Fusión de democracia y slam durante el Rock del plebiscito.
- La consulta pone a prueba la antidemocracia.
- Acto de apoyo en Nuevo León a la consulta del Distrito Federal.
- Instalarán dos casillas en Acapulco para que voten los vacacionistas.
- Reiteró que es sólo una propuesta más. Es previsible el triunfo del sí en la consulta: Aguilera.

- Debe haber sensibilidad, dicen dos obispos. Piden consideración oficial al resultado del plebiscito.

- El foro de la reforma tardó meses; el plebiscito, horas.

- Bitácora de una jornada de movilización y organización. Un plebiscito con olor a primavera electoral.

*** ¿Dónde puede votar hoy en el plebiscito? Se podrá votar en las 3,045 casillas instaladas en: estaciones del metro, centros comerciales, mercados públicos, tianguis, mercados sobre ruedas, atrios de las iglesias con culto, parques públicos, parques deportivos, explanadas de delegaciones, hospitales y diversos centros cívicos. ¿Con qué documentos de identificación se puede votar? se puede votar, de preferencia, con su credencial de elector con o sin fotografía, o con la hoja de solicitud de la misma y, en caso de que no cuente con este documento, se podrá presentar la licencia de manejar del Distrito Federal.

* Sergio Aguayo Quezada. Los éxitos del plebiscito.

** Participación cívica en el DF.

- Pide 84.8% de los votantes la elección de gobernantes en el DF.

- No obstante la concurrencia en La Villa, sólo votaron 130 personas.

- En Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta, baja afluencia de votantes.

- En Iztapalapa faltó información en torno a la consulta popular, preguntas constantes antes de sufragar.

- Cecilia Romero y Cuauhtémoc Cárdenas. La consulta debe ser indicador de los alcances de la reforma política.

- Televisa declaró inexistente la consulta. Fluída contabilización de votos a los 50 minutos, el sistema no se cae.

- Camacho: estoy por un sí que lleve a un gobierno propio del DF.

- Alta participación ciudadana en Cuajimalpa y M. Hidalgo.

- Cómputo total de la Fundación Rosenbleuth: 331 mil 180 votantes.

- Aguilera avala el plebiscito por su transparencia y tranquilidad.
- El gobierno debe considerar los resultados del plebiscito: Rascón.
- ** Participación ciudadana y gobierno ciudadano.
- Anuncian assembleístas convocantes. Se entregarán los resultados del plebiscito el próximo 31 de marzo.
- * Luis Rubio. Ya tenemos la cultura del voto, ahora sólo falta la democrática.
- PRD y PAN cuestionaron la posición priísta. Intenso debate sobre la validez del plebiscito.
- El estado 32, básico para el PAN ante la reforma política del DF.
- Aún en consulta, la propuesta del DDF para la reforma: Camacho.

SEXTA ETAPA: 16 de abril-26 de agosto de 1993.

- Presenta hoy Camacho Solís la propuesta oficial sobre la reforma política. No aceptará el PAN que el DF se convierta en alcaldía: Conchello.
- Definición oficial concreta sobre la reforma política, pidió la oposición.
- Propuesta de Camacho Solís ante la ARDF. Designación del gobernante capitalino por el Presidente.
- Critican PAN y PRD la propuesta de Camacho sobre la reforma política.
- * Ifigenia Martínez. La reforma política en el Distrito Federal.
- Acepta AN la propuesta de reforma sólo como una "medida transitoria".
- Elección directa con sistema parlamentario. Presentará el PRD contrapropuesta para la reforma política del DF.
- Advierte Andrés Serra Rojas, profesor emérito de la UNAM. Apartadas del derecho constitucional, las propuestas de reforma presentadas.

- Tendría la ARDF amplias facultades para legislar y nombrar delegados. Está casi listo el anteproyecto de reforma política, señala Camacho.
- Propuesta oficial: los diputados, tercera opción para designar regente.
- Impugna la oposición el proyecto de reforma política para la ciudad de México.
- Hay avances pero es perfectible. Fue aceptado en lo general el anteproyecto de reforma de DF.
- Cambios a diez artículos constitucionales. Firmó Salinas la iniciativa para la reforma política capitalina.
- Abrir la reforma a discusión, piden assembleístas de oposición a Camacho.
- Nueva propuesta. Los legisladores, elegibles para el cargo de regente.

SÉPTIMA ETAPA: 4-11 de septiembre de 1993.

- La reforma política del DF aprobada en lo general y en lo particular. Hondo desacuerdo en torno del Cofipe. Diez cambios de fondo y 17 de forma al proyecto sobre el gobierno capitalino (modificaciones a doce artículos constitucionales, ARDF asume funciones legislativas a partir de noviembre de 1994 y en 1997 se nombraría al jefe del DF de entre los diputados y assembleístas; periodo de assembleístas de tres años).
- Descentralización hacia las delegaciones, propone el PAN.
- * Ignacio Ovalle. Dialogantes del todo o nada.
- Se aprobó en el Senado la reforma política para el Distrito Federal (PAN y PRI votaron a favor, PRD en contra).