



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES

COMUNICACIÓN UTILITARIA DE COYUNTURA

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESPECIALIDAD EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

PRESENTA:

QUETZALCÓATL ESPINAL CORTÉS

ASESOR: EFRAÍN PÉREZ ESPINO

México. Ciudad Universitaria. 2012





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.

A la Universidad Nacional Autónoma de México, que ha sido mi segundo hogar, mi maestra y formadora; no hay palabras que expresen los sentimientos que tengo hacia ella. Gracias.

A mamá, la cual jamás dejo de creer en mí y siempre me ha apoyado. Y aunque lento, te seguiré cumpliendo.

A papá, porque puso una marca intelectual que ha guiado mi vida, además de ser un ejemplo académico importantísimo.

A Tan por apoyarme en los momentos más álgidos, fungiendo como amiga y protectora, eres una persona muy bondadosa con un corazón enorme.

A Citla por... prácticamente por ser mi mejor amiga, confidente y comparsa; Desde pequeños nuestros caminos han estado ligados por una u otra cosa y me alegro que así sea.

A Vic por ser el amor de mi vida, compañera incansable y maestra inquebrantable. ¡Me debía algo la vida que contigo me pagó!

Y a todas esas hermosas personas que han estado conmigo en las buenas y en las malas como Gabo, José Luis, Heidegger, Elva, Hugo, Beto y muchos más.

INDICE

Introducción	1
Capítulo 1	
<i>Estado, Democracia y Conflicto en el Siglo XXI</i>	7
1.1 Estado Democrático	9
1.2 Conflicto, Crisis y Consenso	17
Capítulo 2	
<i>Los Recursos Comunicacionales del Estado Contemporáneo</i>	29
2.1 Poder	31
2.2 Comunicación Política, Opinión Pública y Propaganda	35
Capítulo 3	
<i>Comunicación Utilitaria de Coyuntura</i>	47
3.1 Definición	50
3.2 Caracterización	58
Capítulo 4	
<i>Aplicación, Desarrollo y Resultados de la CUC en México</i>	69
Conclusión	92
Bibliografía	102
Hemerografía	104

INTRODUCCIÓN

Los acontecimientos que marcaron el inicio de este trabajo de investigación y desarrollo radicaron en el uso de las estrategias políticas, mediáticas y propagandísticas que el gobierno de Felipe Calderón aplicó después de las elecciones del 2006, así como el impacto tan eficiente y contundente que mostró en los resultados.

El objetivo de esta tesis se basa en la comprobación y explicación del uso integral de estrategias de comunicación política, propaganda y marketing que en conjunto crearon un nuevo paradigma mediático como herramienta de Estado en momentos de crisis profunda, a la que se le llamó Comunicación Utilitaria de Coyuntura.

La conformación de una estrategia integral que incluye acciones gubernamentales, manipulación de la realidad e impacto audiovisual masivo no surgió en la escena nacional de manera espontánea, sino como consecuencia de una elección irregular que heredó una escasa credibilidad al ganador, por lo que la institución que dota a un gobernante electo de legitimidad simplemente falló.

El contexto político del 2006 forjó un nuevo concepto de sobrevivencia política basado en los medios y el desgaste social. El gobierno calderonista creó un parteaguas donde empleó todos los elementos que tuvo a su alcance para ganar la legitimidad que no obtuvo en las casillas electorales. El costo para México ha sido de alrededor de 60 mil muertes, gastos multimillonarios en armamento y violencia constante en más de la mitad del territorio nacional; todo esto como

consecuencia de la llamada Guerra contra el Narcotráfico, la cual fue creada, impulsada y promovida por el gobierno y los medios de comunicación más poderosos del país.

Dicha confluencia de comunicación, políticas públicas, medios y gobierno tiene como telón de fondo un sistema político que conoció la alternancia seis años atrás; un presidente débil ya que Vicente Fox supo venderse pero careció de capacidad; un entramado de medios de comunicación con fortaleza de sobra para incidir en el país, así como un frente empresarial que tomó partido y financió campañas de desacreditación y propaganda negra, así como una opinión pública creciente y contestataria. Además internacionalmente la Guerra contra el Terrorismo instaurada por el republicano George W. Bush inundo de miedo a la comunidad internacional.

Bajo este panorama es que la Comunicación Utilitaria de Coyuntura emergió con fuerza en la forma de cómo gobernar México, tanto así que su estudio, reflexión y análisis así como el campo de acción se reflejan en este trabajo académico que no soslaya ningún ámbito, y se enfoca en un perfil cualitativo.

Los gobierno mexicanos a los largo de los últimos tres sexenios han explotado satisfactoriamente el poder de la comunicación política. Carlos Salinas, Ernesto Zedillo y Vicente Fox utilizaron el poder mediático para fortalecer programas, crear cortinas de humo, desprestigiar adversarios políticos, encubrir contubernios y un sinfín de acciones que no habrían de llegar a buen puerto sin el impulso de estrategias comunicacionales efectivas.

Comunicación Utilitaria de Coyuntura

Con el tiempo los estrategias gubernamentales se robustecieron para hacer frente a los conflictos sociales con mayor eficacia, pues sus impulsores aprendieron que no sólo bastaba resolver los problemas sino publicitarlos. Con ello los dueños de los medios de comunicación obtuvieron aún más poder ya que ellos eran los mensajeros y el único canal posible para hacerlo, así que en un contexto donde la televisión y el radio públicos son casi nulos, las prebendas, sometimientos e interdependencias construyeron una realidad mexicana que alcanzó el 2006.

La coyuntura política de ese mismo año no empezó con los resultados de las elecciones, sino tiempo atrás cuando elites económicas, gubernamentales y partidistas crearon un clima de crispación social, cuyo objetivo era que el candidato de las izquierdas Andrés Manuel López Obrador no llegara a la presidencia de la república. Fue aquí donde empezó un espiral de propaganda negra y descalificación que ensombreció la elección presidencial y minó la credibilidad institucional del Instituto Federal Electoral ya que éste se mostró débil y tendencioso.

Así que, como era de esperarse, el conflicto explotó días después de la elección cuando se dio a conocer que el ganador sería Calderón Hinojosa por un margen de 0.53%: la nula contundencia del resultado, la fuerte desacreditación del IFE, la polarización social y la ilegitimidad que fue arrastrando el proceso desde meses atrás devino en el surgimiento de un presidente sumamente débil, vulnerable y sometido.

Por lo tanto si la incipiente administración panista quería afianzarse en el poder, debía actuar rápido, operar en distintos frentes e instrumentar una estrategia precisa y contundente, que fue la CUC. Con errores y aciertos la Comunicación Utilitaria de Coyuntura ha sostenido al presidente casi por un sexenio completo, y esta tesis analiza el génesis, crecimiento maduración y degeneración de ésta.

En el primer capítulo se aportan los elementos teóricos de la democracia ya que a finales del siglo pasado se definieron los caminos los principales países, ya que en general gobiernos autocalificados como democráticos simulan estadios de bienestar, pluralidad y progreso, pero inmersos en políticas inequitativas e injustas, donde las necesidades y los requerimientos sociales así como la solución de los mismos son usados como proyección política, siendo éste el principal objetivo por el que los gobernantes se sirven de su pueblo, lo que conlleva el lucro personal o colectivo, y la continuidad en el poder se torna más que indispensable.

El segundo capítulo analiza los recursos que el Estado contemporáneo puede utilizar en cuestión de praxis gubernativa ya que para que las elites mantengan el poder libre de cualquier amenaza o inestabilidad se necesitan aliados y herramientas diversas. En este sentido para promover la enajenación social el papel recae en los medios masivos de comunicación así como en las nuevas tecnologías que fungen como difusores, distribuidores y creadores de modelos o estrategias propagandísticas.

El poder fáctico que implican los mass media muchas veces inclina la balanza de conflictos sociales o políticos en la dirección que mejor convenga a los intereses,

tanto de la iniciativa privada como del gobierno ya que se han enquistado en los espacios donde se deciden e instrumentan las políticas públicas.

Es así como se llega al planteamiento fundamental de este trabajo ya que en el tercer capítulo la Comunicación Utilitaria de Coyuntura (CUC) se conceptualiza como un fenómeno sociopolítico y propagandístico instaurado en los inicios del gobierno de Felipe Calderón y tiene su génesis en los incontables problemas e irregularidades de las elecciones presidenciales, los cuales provocaron que en menos de seis años el IFE se desdibujó a tal grado que perdió total equidad así como la autoridad institucional necesaria para avalar el proceso del 2006 lo que provocó un problema congénito en la nueva administración.

También explica cómo la CUC germinó en medio de fuertes presiones sociales y políticas que generaron dificultades en la gobernabilidad y legitimidad del nuevo primer mandatario. Además plantea las características que la Comunicación Utilitaria de Coyuntura refleja y exhibe dos vertientes bien definidas: las acciones que el gabinete de seguridad puso en marcha, y el despliegue mediático que las justifica y avala.

Claramente enfocada a la búsqueda de aglutinamiento social y el afianzamiento en el poder, la CUC demuestra que es un nuevo fenómeno comunicacional y político en el cual el narcotráfico, el presidente Felipe Calderón y los medios de comunicación son los principales actores.

Además se muestra la configuración de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura, así como la forma que ostenta a través de un modelo de difusión y propaganda y

finalmente la calibración para la sobrevivencia política, enfilada hacia la opinión pública, difundida y justificada por los medios masivos de comunicación.

Por último el capítulo cuarto analiza la praxis de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura en el sexenio de Felipe Calderón ya que debilitado políticamente por las dudas electorales y escasa legitimidad era primordial crear la afinidad social que le asegurara sumar adeptos. Las primeras manifestaciones de la CUC empezaron con el cambio de lenguaje de la presidencia donde los discursos se tornaron más impulsivos e incendiarios, además que Michoacán se convirtió en el mejor escenario para desplegar toda la maquinaria del Estado para lanzar la Guerra Contra el Narcotráfico y se esperaba que dicho despliegue le diera a Calderón y su grupo político la tranquilidad de gobernar el país.

En él se expone cómo el gobierno federal logró su cometido, ya que en primera instancia logró afianzarse en la presidencia, aunque la continuidad de dicha estrategia desencadenó una respuesta poco favorable, que conlleva al desgaste del tejido social y la propia presidencia calderonista.

Por lo tanto con esta investigación se hace patente el uso de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura en los distintos ámbitos y niveles de la política doméstica mexicana, así como la solvencia que ésta ofrece y por lo tanto la insoslayable capacidad de acción y resultados que puede ofrecer.

CAPÍTULO 1

ESTADO, DEMOCRACIA Y CONFLICTO EN EL SIGLO XXI

La última década del siglo XX y la primera del XXI definieron el curso que los principales países seguirán en los próximos 50 años. Gobiernos autodefinidos como democráticos luchan por simular un estadio de bienestar, pluralidad y progreso en un mundo cada día más desigual e injusto donde las necesidades y los requerimientos sociales así como la solución de los mismos son utilizados como moneda de cambio y nunca como resultado del compromiso ético que los políticos deberían tener.

El principal objetivo por el que los gobernantes se sirven de su pueblo es el lucro, personal o colectivo, por lo que la continuidad en el poder se torna más que indispensable y la consolidación sistemática de cualquier grupo político no mirara con malos ojos ninguna estrategia que afiance sus intereses. Guerras inducidas, políticas públicas y económicas en contra del bienestar social, imposiciones legislativas o judiciales son acciones que se aplican en busca de tal fin.

Generalmente los resultados de un mal gobierno producen conflictos y aunque éstos sean inherentes a la sociedad, muchos de ellos tienen la paternidad en las esferas del poder. Es un hecho que los conflictos, creados o no, deben ser direccionados para no desestabilizar al sistema, pero es tal el hartazgo al que puede llegar la sociedad que son semilleros de cambios sociales; aunque no siempre es así. En muchas ocasiones los gobiernos crean los conflictos para

obtener ciertos beneficios y así tratar de evitar una crisis sistémica como veremos más adelante existen ejemplos muy desafortunados.

1.1 Estado Democrático

Hablar de democracia es hablar de ambigüedades tanto en el ámbito teórico como el práctico pues, si bien es cierto que existen cientos de estudios sobre ella, éstos muy pocas veces son consultados por los gobiernos para mejorar su estancia en el poder ya que sólo se analizan a profundidad por el ámbito académico sin que permeen otras esferas, las cuales podrían mejorar cuantitativamente y cualitativamente las condiciones de los ciudadanos.

Al menos en los últimos tres siglos la democracia como forma de gobierno ha imperado en la mayoría de los Estados libres, por lo tanto y dada su importancia, es indispensable adentrarnos un poco en su teorización. Como bien se conoce demos y kratos se funden para darnos el termino de poder del pueblo, es decir que el pueblo (demos) tiene que estar por encima del poder ya que este ultimo emana del primero y se encuentra al servicio de él, lo cual ocurre únicamente etimológicamente hablando ya que la práctica y la concepción actual de ésta es muy diferente.

Entrar a la discusión sobre la concepción y definición de la democracia merece una atención especial que en otro momento se dilucidara sin embargo hay que partir de ciertas bases teóricas. Por un lado es necesario comprender que la democracia no es un concepto univoco ni absoluto ya que se trata de un fenómeno social muy complejo, lo que impide expresarse de él en forma simplista.

Para Norberto Bobbio la democracia es un “método o un conjunto de reglas de procedimiento para la constitución del gobierno y para la formación de las

decisiones políticas (es decir las decisiones vinculatorias para toda la sociedad)”¹, además sostiene una carga no solo instrumental sino ideológica, ya que existe una pretensión generalizada sobre las características que el uso del término “democracia” conlleva; sociedades libres, gobiernos legítimos, gobernantes que responden al pueblos y libres de opresión, como bien lo dice Giovanni Sartori, son parte de un entramado teórico, que la clase política en el poder ha utilizado para reconstruir un término, que si bien en la forma es el mismo, en el fondo dista mucho de que lo sea..²

En nuestros días los mecanismos de elección que tiene la mayoría de naciones son por la vía del voto secreto, legitimador, en muchos casos, directo y el fundamento es el conteo de dichos votos como regla para ganar contiendas y definir vencedores. Por lo tanto la democracia moderna es representativa. En países con millones de habitantes el voto predomina y ha tenido un crecimiento como derecho de forma amplia y ascendente además le ha dado un valor predominante al individuo³

La academia está dividida en cuanto a la visión, reflexión y análisis de la democracia, pero la clase política y los poderes fácticos que mueven al mundo, no. Es difícil dar ciertas garantías al valor y la certeza del voto en las elecciones de cualquier país, pero no es tanto si lo comparamos con el costo que sería dotar, no

¹ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino, “*Diccionario de Política* Tomo I. México, Siglo XXI, 1998, p. 441.

² Giovanni Sartori, “*¿Qué es la Democracia?* México, Editorial Patria, bajo el sello Nueva Imagen, 199 p.41.

³ Enrique Suarez-Iñiguez, *Enfoques sobre la democracia*, México: Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y Editorial Porrúa, p. 22.

digamos de todas, sino sólo de las principales características que necesita la democracia para ser ella misma; según la teoría.

Estamos hablando de la justicia, libertad, equidad, libre acceso a la información, mecanismos de monitoreo gubernamental, formación de consensos y algunas otras que harían de su aplicación una tarea complicada para el gobierno y dañina para ciertos estratos, sobretodo porque afectaría los privilegios de elites, cúpulas o grupos de poder, pero provechosa para la mayoría de la sociedad.

Las clases dominantes se mantienen en el poder por mucho tiempo gracias a su habilidad para aplicar políticas de simulación, cooptación e injerencia a diferentes niveles, tanto gubernamentales, académicas, sociales o económicas; es decir, crean estrategias de influencia para la permanencia en el poder que afecta los mecanismos de control, así como la toma de decisiones en los gobiernos. Por lo tanto muchos países tienen no sólo cotos de poder, bloques económicos o cacicazgos políticos sino también desigualdad de oportunidades además de una mala distribución del capital.

Hablar de democracia no es circunscribirse a los procesos electorales y el valor del voto ya que ésta va mucho más allá, pues “no se trata solo de poner atención en el cómo se elige un gobierno, sino de cómo se gobierna y para quien se gobierna”⁴. Si hablamos que la democracia tiene que cumplir con ciertas características se deberá analizar cuidadosamente el objeto de estudio (país, gobierno, Estado, etc.),

⁴ Ibíd. Enrique Suarez-Iñiguez, p. 22

Son nulos los ejemplos donde se sigue a cabalidad lo escrito en los libros, lo cual significa que, en la praxis, cuando se gana una elección como representante o servidor público la toma de poder constituye el beneficio a unos cuantos y no de la comunidad. Suárez-Iñiguez comenta que no basta ser electo democráticamente sino gobernar democráticamente y sostiene que gobernar de forma democrática no tiene que ver tanto con quien tiene el poder sino a quien se beneficie.

Gobernar democráticamente exige una justa repartición de riqueza, tanto monetaria como social y por supuesto educativa ya que las políticas aplicables de un buen gobierno deben ir direccionadas a cerrar la brecha que existen entre las diferentes clases y no hacerlas más grandes⁵. La ciudadanía tendría que observar dichos movimientos para monitorear el cumplimiento de las funciones que se le han encomendado. Este mecanismo de control (del ciudadano al gobernante) es necesario para ir formando una estructura sólida y transparente.

En este sentido el consenso se suma a las necesidades de un gobierno para constituirse y no es más que un acuerdo social, es decir la aceptación de ciertas reglas o el convenio de ellas. Para David Easton existen tres niveles de consenso, el primero es el social, el segundo es el procedimental y finalmente el político.⁶ Se tomaran las dos últimas ya que son parte fundamental en la teoría democrática y la praxis de ésta. Procedimentalmente se establece cómo se solucionan los conflictos, las elecciones y los mecanismos que puedan afectar al gobierno, pues

⁵ *Ibíd.* Enrique Suarez-Iñiguez, p. 43

⁶ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino, *Diccionario de Política* Tomo I. México, Siglo XXI, 1998, p. 443.

según Sartori, “⁷una sociedad política sin una regla de resolución de los conflictos es una sociedad expuesta a estancarse en cada conflicto”. Por otro lado en el consenso político se incluye a las mayorías con las minorías, por lo que el disenso está implícito y es aquí donde la esencia de la democracia está presente. Lo cual implica gobernar discutiendo. Lo anterior devela que la democracia no es exclusiva de las mayorías, ya que las minorías tienen derechos marcados en las constituciones y el gobierno despacha para todos por igual, pero tampoco debería haber un gobierno de y para las minorías.⁸

Al revisar el aspecto procedimental del gobierno encontramos que en la actualidad los políticos carecen de vocación democrática, característica que radica en la inclinación irrenunciable a la verosimilitud del discurso y los hechos, La democracia al ser un derecho político puede garantizar el esclarecimiento como forma dinámica de la mayor vocación política, sin el simulacro ni el engaño.⁹ El instinto de conservación y afianzamiento político que conlleva la obtención de un cargo público vuelca el sentido de la aplicación de políticas públicas en su contra, debilitando la estructura y así al gobernante.

Aquí encontramos uno de los problemas más grandes de la teoría política: como la democracia moderna (representativa) se constriñe al voto y ésta se basa en mayorías electorales, los políticos buscan ser favorecidos por los ciudadanos para ganar la elección y así llegar al poder. En este punto únicamente buscan legitimar,

⁷ Giovanni Sartori, *¿Qué es la Democracia?*, México, Editorial Patria, Nueva Imagen, 1997, p. 48.

⁸ Enrique Suarez-Iñiguez, *Enfoques...Op. Cit.*, p. 39.

⁹ Otilio Flores Corrales, “Algunas formulaciones del concepto y fenómeno de la democracia,” *Revista de Estudios Políticos 9*, no. 3 (diciembre 2010), p. 103.

no sólo la elección sino a sí mismos, por lo cual sus esfuerzos se centran en convencer como sea a los posibles votantes, ya que la demagogia desborda los discurso en campaña sin atender realmente las necesidades de la sociedad y evitando a toda costa los compromisos con ella.

Reducir sistemáticamente la democracia al voto y al individuo, paradójicamente, ha hecho que el político se desvirtúe porque los lineamientos democráticos afirman que la regla aritmética de mayoría es la que debe predominar, lo que resulta en una lucha encarnizada por el voto y un discurso demagógico.

¿Cuál es la razón por la cual los políticos luchan tan fervientemente, por acceder al poder? Partiendo de una democracia ideal donde el gobernante sirve al pueblo y no se sirve de él, se puede responder que el objetivo es atender los problemas de la sociedad de la mejor manera posible, pero no suele ser así.¹⁰ Actualmente existe una brecha enorme entre la teoría y la praxis moderna, ya que el objetivo predominante de las elites en las estructuras políticas es el enriquecimiento.

Históricamente para acceder al poder se necesita de la convergencia de muchas fuerzas, lo que genera un endeudamiento político. Cuando un personaje logra alcanzar tal fin, acciones, promesas y planes que de éste surjan, se encontrarán empeñados, por lo que viven una simbiosis de intereses. Dicho proceso convierte al pueblo en un medio y no un fin como los teóricos marcan, ya que tal degeneración es enmarcada por la falta de convicción política.¹¹

¹⁰ Enrique Suarez-Iñiguez, *Enfoques...Op. Cit.* p. 44.

¹¹ *Ibíd.* p. 44

Un punto que se debe analizar es la aplicación de la justicia y por supuesto el Estado de derecho. Indudablemente las formas de operación que podemos encontrar en ciertas “democracias” afectan el tejido social y la desigualdad como problema principal mella todo tipo de desarrollo y afecta a la población más vulnerable, especialmente los de escasos recursos. Un principio básico para consolidar la democracia es la justicia, la cual debería dotar al pueblo de ciertos beneficios. Jonh Rawls es implacable al afirmar que la justicia requiere, aparte de una conceptualización, un principio que asigne derechos y obligaciones determinando la distribución correcta de las cargas y beneficios sociales.

Hay dos principios básicos de la justicia, según Rawls: el primero exige la igualdad en la repartición de derechos y obligaciones y el segundo radica en los mecanismos de distribución, tanto de empleo, cargos públicos y por supuesto de la riqueza (sea cual sea, ya que ésta incluye la económica, social, política y por supuesto intelectual). Enrique Suárez-Iñiguez vislumbra un precepto fundamental al respecto.

La política tiene por meta la justicia. La justicia se basa en interpretaciones sobre cómo asignar los derechos y deberes, garantizar libertades y repartir la riqueza y los empleos. La democracia, el gobierno que representa al pueblo y que busca su beneficio, debe luchar por todos los medios posibles para establecer la justicia. En lo que al primer principio se refiere, basta con que se aplique la ley

por igual a todos y garantice el ejercicio pleno de libertades básicas. En lo que al segundo se refiere, necesita establecer mecanismos de distribución de la riqueza que sean eficaces.¹²

Básicamente se necesita seguir y cumplir las leyes, y para que esto suceda en primera instancia se necesita un Estado de Derecho, es decir que nos gobiernen las leyes a todos por igual sin importar posición social, raza, credo, influencia política o económica. En el mismo sentido se necesita cumplir con la estructura jurídica y constitucional que se ha forjado, alejando el fantasma de la decadencia política y la simulación.

Justicia, igualdad, equidad, toma de decisiones, estado de derecho o legalidad son solo algunos tópicos se han tocado; sin embargo no se puede soslayar el aspecto de la democratización del poder. Un Estado democrático debe gozar de una correcta distribución del poder pues si bien encontramos los diferentes poderes (ejecutivo, legislativo y judicial) también hay que considerar el sistema de partidos que es la forma de poner al alcance de los ciudadanos la oportunidad de ser votados.¹³ Finalmente la redistribución tocaría a la opinión pública dándole garantías de libertad y libre pensamiento; es decir, no se concibe un gobierno democrático efectivo aplicando políticas de censura, coerción o sesgo informativo y menos que dichas acciones vayan encaminadas a legitimar procesos públicos o

¹² Ibíd. p. 41

¹³ Ibíd. p. 50

gubernamentales. Es comprensible el uso de los medios para difundir acciones de gobierno, pero es deplorable si se utilizan como herramienta de poder.

Consolidar cualquier proceso democrático es una tarea social demandante, llena de aristas, conflictos e imperfecciones ya que todo influye; la formación antropológica de la sociedad, el nivel académico o la historia reciente cambian las particularidades de cada pueblo pues por más que se trate de crear un manual universal sobre democracia siempre habrá cabos sueltos o características endémicas que tornaran imposible un modelo preciso. Aún así, la democracia hasta nuestros días es la mejor opción y es de suma importancia tratar de acercarnos al ideal teórico. ¿De qué sirven procesos democráticos frente a una población con hambre? ¿La división de poderes contra el avasallamiento de los medios de comunicación? ¿Las elecciones, si los políticos no miran al pueblo que votó por ellos?

1.2 Conflicto, Crisis y Consenso

Las dinámicas sociales carecen de horizontes definidos y cuantificables, por lo tanto las ciencias sociales detentan un nivel de abstracción más pragmático y menos determinista. Actualmente las acciones de ciertos sectores afectan el tejido y la estructura de tal forma que la población más perspicaz busca salidas o soluciones que establezcan un justo equilibrio, lo cual genera los conflictos. Si éstos no se contienen se convertirán en crisis afectando no sólo a los actores implicados sino a todo el sistema circundante: las instituciones, la superestructura

y la sociedad. El gobierno debe buscar soluciones manteniendo la población en equilibrio, buscando consensos con ella y sus acciones. Es indispensable llevar a cabo acciones justas que beneficien a las mayorías, tener sentido de pertenencia y compromiso social.

Una de las interacciones entre individuos es el conflicto ya que la pugna es inherente a la vida misma y el vaivén diario conlleva dicho fenómeno, pero hablando a nivel Estado-Nación el conflicto pierde su simplicidad y necesita una explicación más acabada,¹⁴ Algunas perspectivas matizan, y afirman que un conflicto es “una forma de interacción entre individuos, grupos, organizaciones y colectividades, que implica enfrentamientos por el acceso a recursos escasos y su distribución”.¹⁵ Como dice G. Pasquino, tenemos una confrontación abierta entre dos o más entes en la vida pública de un país que debe ser resuelto por las instancias pertinentes.

Según Alain Touraine y John Stuart Mill, cualquier grupo o sistema social se encuentra en un constante bombardeo de conflictos. Por lo tanto en ninguna sociedad la armonía y el equilibrio son normales, es precisamente lo contrario lo que marca la norma en la sociedad (desequilibrio) y está bien que así sea ya que a partir de los conflictos nacen los cambios y muchas veces se manifiestan mejoras.¹⁶

¹⁴ Luciano H. Elizalde, *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2004, p. 110.

¹⁵ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino...Op. Cit. p. 330.

¹⁶ Alain Touraine, *¿Cómo salir del liberalismo?*, Barcelona, Paidós, 1999, p. 102.

En contraste con esta postura, teóricos como Comte y Durkheim afirman que el conflicto es una perturbación en el sistema el cual goza de una armonía y equilibrio tal que un conflicto es algo malo y se debe de suprimir, o sea, la sociedad tiene un equilibrio gracias a las relaciones armónicas que existen entre los diversos actores sociales, y los conflictos romperían con dicho estatus por lo que es necesario evitarse.

Las dos últimas teorías sobre conflicto son radicalmente opuestas, pero cada una de ellas cabe en la praxis actual de las sociedades democráticas. Se puede aseverar que el conflicto es inherente a la sociedad debido a su naturaleza cambiante, pero se vuelve sintomático cuando el sistema tiene un mal funcionamiento. Las condiciones en las que un conflicto florece van desde el desacuerdo abierto hasta la indignación por desigualdad e injusticia, o búsqueda de libertades.

Dentro de la sociedad contemporánea se encuentran distintos tipos de conflictos, los cuales pueden ser locales, internacionales, étnicos, políticos, sociales, entre otras. Es fundamental distinguir las diferencias entre cada uno, por lo que se deben instrumentar mecanismos para un buen análisis situacional y así encontrar el mejor camino para la resolución del problema.

La tipología del conflicto debe analizarse desde cuatro puntos fundamentales; en primera instancia se encuentra la dimensión resumida como el número de participantes que constituye un conflicto y pueden ser individuales, grupales u organizacionales. Conviene cuantificar el número de implicados ya que indica el

desarrollo de una estrategia de contención. Si es uno o pocos participantes resultará más fácil resolver el conflicto, porque el costo que conlleva la solución generalmente es menor. En contraste, si el número es considerablemente mayor, el problema puede enmarañarse y en el peor de los casos atomizarse, lo que sobrevendría en la multiplicación de los frentes.¹⁷

La segunda reflexión es sobre la intensidad del conflicto y puede medirse según el grado de compromiso de los participantes dice Pasquino, el cual es la disposición de los individuos para mantenerse firmes frente a los embates del adversario y se delimita desde el participante moderado hasta el radical, por lo que la movilidad de cada conflicto depende del tipo de copartícipes. Si la mayoría de los implicados es moderada, la negociación es el camino a la resolución; en cambio, si es un adversario radical encontraremos peticiones no negociables que complicarían en mayor medida la hoja de ruta que habrá de instrumentar.

Habitualmente los grupos radicales son los más proclives a la violencia, la cual es concebida como instrumento en un conflicto social que se puede utilizar para presionar al Estado, al patrón o al adversario, pero también suele ser justificación para el uso de la fuerza institucional, desmembrando el conflicto y evitando así las ganancias adquiridas en los escarceos.¹⁸

El tercer tópico que se considera es el objetivo u objetivos del conflicto. Para lograrlo es necesario un análisis situacional de fondo, los antecedentes y por supuesto la realidad concreta de la sociedad en el momento del suceso. Podemos

¹⁷ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino...Op. cit. p. 298.

¹⁸ *Ibíd.*

dilucidar dos meta objetivos: por un lado los que quieren un cambio en el sistema y lo que buscan el cambio del sistema.¹⁹

El último punto en el análisis es el alcance de los conflictos, que conlleva un trabajo de prospectiva cuando se presenta una conflagración social, de la cual partirá el plan de contingencia. Aquí confluyen los tres puntos anteriores pues si el problema tiene un alcance nacional debe institucionalizarse lo más rápido posible para evitar un desequilibrio en el sistema, o si el conflicto promete generalizarse, la contingencia aumenta.

Antes de cualquier acción se debe reconocer al contrario dotándolo de autoridad representativa, teniendo la conciencia de la imposibilidad de eliminar al contrario. Es cierto que en muchos sistemas totalitarios y democráticos (autodefinidos como tales) la resolución de conflictos se basa en la fuerza, tratando de eliminar a toda costa las posibles amenazas que impliquen un posible desequilibrio del sistema, pero aun así el foco u origen de las pugnas rara vez se liquida y suele volver a la escena pública de manera más intensa.²⁰

El papel del gobierno es atenuar los conflictos, institucionalizándolos y así darles una salida mediada y reglamentada. Al aceptar la existencia de un conflicto y dotar a los actores que intervienen en él de presencia legítima o legal, la institucionalización del conflicto es inminente, entendida ésta como la reglamentación de los conflictos al instituir reglas aceptadas por ambos bandos. Pasquino es puntual al respecto, ya que advierte que “la institucionalización no es

¹⁹ Robert Merton, *Teoría y estructura sociales*, México, Fondo de Cultura Económica, 2002, p. 83.

²⁰ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino...Op. Cit. p. 300.

una forma de acabar con el conflicto, sino reglamentar las formas de modo que su manifestación sea lo menos destructiva para los actores en pugna”.²¹

Cada vez más gobiernos reconocen en los conflictos una forma para desviar la atención sobre sus problemas sistémicos, magnificando un conflicto y convirtiéndolo en una cortina de humo para evitar la atención de la ciudadanía ante sus pifias, incompetencias o corrupciones.

Existen cientos, quizás miles de muestras de la ineptitud, mediocridad e incompetencia de gobernantes haciendo frente a los conflictos internos o externos que los han aquejado y no solo eso, sino que dichas carencias promueven de un conflicto a una crisis la cual pone en riesgo no solo a los gobernantes, sino a todo el andamiaje estatal. Se entiende la crisis como “un momento de ruptura en el funcionamiento de un sistema, un cambio cualitativo en sentido positivo o negativo, una vuelta sorpresiva y a veces hasta violenta y no esperada en el modelo normal”²²,

La crisis es sumamente impredecible ya que cualquier cambio de actitud, objetivos o medios que se utilicen cambiará el final de la pugna. Tiene un carácter limitado; ninguna crisis por más severa que sea, durará mucho tiempo ya que el desgaste que se inflige en el tejido social, político, económico o gubernamental es tal que al prolongarse demasiado se correría el riesgo del aniquilamiento total de las estructuras y por consecuencia del sistema. La última característica fundamental

²¹ Ibíd.

²² Ibíd. p. 391.

de las crisis es el factor de incidencia en el sistema; si bien las crisis modifican la estructura por el simple hecho de formarse, no todas son iguales.²³

Teóricos sobre la crisis como Binder o Flannagan afirman que el análisis de una crisis debe ser a priori y posteriori del momento en que se efectuó dicho fenómeno, ya que para comprenderlo debe estudiarse la fase previa del momento en que se inicia la crisis, es decir, el punto histórico en tiempo y espacio donde el sistema se encontraba en un sano equilibrio, teniendo en cuenta los pormenores del porqué se encontraba en ese estadio qué ocasionó que se dieran las condiciones para la escalada del conflicto.

Giancarlo Pasquino va más allá y plantea sumarle otros tres aspectos al estudio de la crisis: por un lado se encuentra el análisis del origen de la crisis, o sea identificar y ubicar qué dio origen a ella y si se trata de un suceso interno o externo del sistema, con lo cual sabremos el origen y quién o qué fue quien la creó para enfocar los posibles planes de contención, además del factor tiempo, que es un egreso de insumos intelectuales, políticos o económicos. Pasquino afirma también que el análisis debe cubrir la intensidad, es decir baja, media o alta. Como punto final, el saber de la importancia de los actores tanto de los miembros del sistema como de los insurgentes abrirá el horizonte de comprensión de la crisis y dará mayores herramientas al sistema para hacerle frente.²⁴

Las características del sistema reflejan su capacidad para hacer frente a las crisis pues si la estructura tiene un equilibrio estable es poco probable que una crisis lo

²³ Ibíd.

²⁴ Ibíd. p. 390

modifique severamente. En cambio resulta factible que en un sistema equilibrado pero inestable los cambios sean de mayor envergadura. Sea cual sea el tipo de equilibrio estatal, al final de cualquier conflicto, el sistema buscará un estadio más sólido y constante.²⁵

Actualmente no existe una teoría sobre las crisis sociales y es una tarea pendiente entre los científicos del ramo, aunque algunos teóricos han vislumbrado ciertos acercamientos para entenderla. Hay que tener en cuenta el tipo de crisis que existen en las estructuras sociales, ya que en su origen o desarrollo se encontrarán las herramientas para el análisis efectivo. Pasquino ofrece una explicación concisa al respecto.

Las crisis pueden ser internas al sistema, cuando surgen por el contraste entre los componentes, o externa a él cuando el estímulo proviene desde fuera. Pueden ser genéticas cuando se presentan en el momento mismo en el que un sistema comienza a existir y funcionales cuando se producen en el curso del funcionamiento mismo del sistema. Pueden ser fisiológicas cuando tocan el funcionamiento del sistema y provocan su adaptación y patológicas cuando tocan la estructura del sistema y provocan su mutación. Las crisis funcionales pueden a su vez ser de sobrecarga cuando el sistema tiene que hacer

²⁵ Harold Lasswell, Abraham Kaplan, *Power and Society* :A framework for political inquiry, New haven, Yale University Press, 1957

frente a más demandas de aquellas a las que puede responder o crisis de carestía cuando el sistema no alcanza a extraer de sus adentros o del ambiente los recursos necesarios para su funcionamiento.²⁶

La crisis política, internacional y gubernamental es la base de cualquier análisis actual. En la década de los setentas J.A. Robinson afirmó que en las crisis del sistema político existen dos vertientes (también Pasquino dice lo mismo) las cuales son en primera instancia, la que afecta el régimen político, es decir que implica los mecanismos jurídicos y constitucionales del sistema. Por otro lado la segunda vertiente es las crisis del sistema político del orden socioeconómico las cuales son las que realmente afectan todo el sistema, como las relaciones sociales y de producción.²⁷

La afamada crisis gubernamental se enfoca en el gobierno, la forma que éste hace su trabajo y las carencias que detenta la cual generalmente se origina en el momento en el que la relación sociedad-gobierno no cumple con los requerimientos necesarios.

Laswell y Kaplan aseveran que una crisis “es un conflicto de intensidad extrema donde existe altas expectativas del uso de la violencia”²⁸ De aquí se parte para definir una crisis internacional, que es un conflicto entre dos o más países por diferencias ideológicas, políticas, sociales y hasta religiosas pudiendo desembocar

²⁶ *Ibíd.* p. 392

²⁷ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino...*Op. Cit.* p. 449

²⁸ . Harold Lasswell, Abraham Kaplan, *Power ...Op. cit.* p.

en guerra. El último tipo de crisis es el más violento ya que implica a las fuerzas armadas de toda una nación o grupo de naciones en busca de un fin. Al llegar a este grado de agresión entre países las negociaciones y la diplomacia, que son los primeros pasos para resolver un conflicto, han fracasado.

Las crisis se generan bajo múltiples factores por lo que es complicado analizarlas además el impacto que tienen en las estructuras sociales no es focalizado sino que afecta muchas esferas del sistema, por si fuera poco la dimensión de las crisis es prácticamente incuantificable. El análisis y estudio de la crisis es fundamental pero muy complicado y lamentablemente los gobiernos en los inicios del siglo XXI no instrumentan planes de contingencia bien estructurados, tornando el sistema vulnerable.

En cualquier Estado la estabilidad de un sistema lleva cierto tiempo, pero es necesario que exista un acuerdo para llegar a él. Dicho término es llamado consenso y existen dos variantes principales en las que se desenvuelve dicho fenómeno. Encabezando el término está el consenso relativo a las reglas fundamentales que dirigen el funcionamiento del sistema y en el mismo sentido pero más específico está el consenso relativo a fines más particulares. Se entiende por consenso un acuerdo entre los miembros de una unidad social sobre principios, valores o normas y al deseo por los medios para lograrlo.²⁹

Dependiendo de la forma en que los gobiernos hayan adquirido el poder, radica la visión que se tenga del consenso, es decir, no es lo mismo un gobierno que

²⁹ Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino...Op. Cit. p. 315

accede al poder vía elecciones transparentes y legítimas a otro que llega a él con ciertas dudas o con problemas de credibilidad como lo ocurrido en el segundo mandato panista en México, ya que en torno a cada administración existen fuerzas políticas, económicas o sociales que exigen estabilidad por lo cual el primer caso goza de consenso y el segundo lo buscará.

El consenso no es una acción aprobatoria activa o específica sino un sentir común o conjunto, pero coligado y que busca aprobar pero es suficiente con aceptar. En el aspecto democrático se tienen distintos niveles del consenso; como la aceptación de los valores y creencias, llamado consenso a nivel de la comunidad, lo secunda el asentimiento a las reglas del juego, como se vio con anterioridad, y es llamado consenso de régimen y finalmente se encuentra el consenso de gobierno el cual se fundamenta en la aceptación de los mismos y su dirigencia.³⁰

Sartori afirma que el consenso que realmente es condición necesaria para los gobiernos, procedimental a nivel gubernamental, y es el convenio sobre las reglas del juego, pero con criterios más específicos. La norma primaria es la que decide como decidir, la que establece un método de solución de conflictos pues una sociedad sin los métodos adecuados, corre el riesgo de estancarse.

En los gobiernos democráticos el consenso siempre generara disenso ya que la máxima del régimen es gobernar discutiendo, lo que implica que siempre habrá una minoría que quedara al margen de las decisiones o políticas que se apliquen. Ahora bien si tomamos en cuenta lo que pregunta Bobbio, ¿qué hacemos con los

³⁰ Giovanni Sartori, *¿Qué es...Op. Cit.* pp. 57, 58.

que disienten? Se abrirá un abanico nuevo de análisis ya que se estudiara el procedimiento gubernamental al respecto.³¹

Así pues el conflicto es un elemento fundamental en la construcción de un Estado y por supuesto de un gobierno; sin él simplemente no podría ser. Es de destacar que el consenso per se sirve como catalizador de ciertos procesos sociales como la opinión pública, la negociación de los conflictos y otros aspectos. Aquí no se ha tocado el consenso como parte del proceso de empoderamiento que se gesta en los sistemas políticos ya que más adelante se analizará con más detalle.

³¹ Norberto Bobbio, *El futuro de la democracia*, México, Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 72

CAPITULO 2

LOS RECURSOS COMUNICACIONALES DEL ESTADO CONTEMPORÁNEO

Las acciones citadas necesitan de un fuerte aliado para que los pueblos sigan bajo control y las elites mantengan el poder libre de cualquier amenaza o inestabilidad. Este papel ha recaído en los medios masivos de comunicación (radio, televisión y prensa) y ahora en las nuevas tecnologías como internet, los cuales fungen como difusores, distribuidores y creadores de modelos o estrategias propagandísticas que inducen en los ciudadanos los mensajes necesarios para promover la enajenación en beneficio de las cúpulas.

Los medios han adquirido tanto poder y presencia en la vida pública que los países han adoptado los más media como un poder fáctico que muchas veces inclina la balanza de conflictos sociales o políticos en la dirección que convenga, en principio, a la iniciativa privada (dueña de los medios), pero también al gobierno (si es que no están en contra de él). Esto quiere decir que los medios masivos de comunicación se han enquistado en los gobiernos, específicamente en los espacios donde se deciden las políticas a instrumentar y tienen un peso importante en la opinión de los ciudadanos.

En numerosas ocasiones los medios han sido utilizado como arietes contra un sector, deslegitimando a enemigos del gobierno para legitimar acciones futuras de éste en busca de un bienestar “nacional”. Sin embargo en no pocas ocasiones encontramos que el objetivo, efectivamente es el bienestar, pero no generalizado,

sino de un grupo o sector en particular, lo que genera una desigualdad sistémica por la hegemonía del poder en un país.

Al parecer lo único importante entre las elites es la sobrevivencia llana, silvestre y recelosa. Esta es una clase “especial”, la cual no tiene nacionalismo ni encuentra en las fronteras problema alguno, como una clase globalizada que en el enriquecimiento y empoderamiento ve su meta y luchará por todos los medios que tenga a su alcance por aferrarse a la fuente que le ha dado poder sin importar las consecuencias sociales que esto implique.

2.1 Poder

Por muchos años diversos científicos sociales han estudiado el fenómeno del poder y su relación con la gobernabilidad y la política así como su aplicación y características. Para esta tesis es fundamental adentrarse en él ya que de lo contrario al no entender el núcleo del dicho fenómeno, será más complicado dilucidar con precisión el andamiaje que de él se desprende.

En su significado llano y puro el poder se entiende como “la capacidad y posibilidad de obrar, de producir efectos y puede ser referida tanto a individuos como a grupos humanos”³² por lo que su importancia es básica ya que prácticamente en todas las relaciones sociales el poder se encuentra presente, y se vuelve el eje de la relación de todos los individuos que viven en la sociedad.

Como bien dice Stop pino, el poder es una relación entre hombres por lo que influye en todos los aspectos sociales, así que desde el que ejerce el poder hasta el sometido por él forma un conjunto de relaciones humanas, con intereses y necesidades de por medio. Pero eso no es todo, ya que el poder no sólo permea a individuos sino a grupos más complejos.

Al definir un aspecto del poder “no basta especificar la persona o el grupo que lo retiene o la persona o el grupo al que están sometidos: hay que determinar también la esfera de actividades a la cual el poder se refiere, es decir la esfera del

³²Citada por Mario Stoppino en su ensayo sobre Ideología, en Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino, *Diccionario...Op. Cit.* p. 1198

poder”.³³ Por ello los gobiernos, al tener el monopolio de este fenómeno buscan afianzarse dentro de ciertos sectores que impulsen sus políticas y aseguren el control.

Para Max Weber el “poder legal” es característico de la sociedad actual pues se funda en la legitimidad de ordenamientos estatuidos que definen expresamente el papel del detentador del poder, así que la fuente de éste es la ley, a la cual deben obediencia no sólo quienes obedecen sino también el que manda.

Es precisamente este punto la base de toda democracia moderna, ya que los gobiernos buscan ese poder político por medio de la legitimidad, por lo tanto, como afirma Edmundo González Llaca, la legitimación es la calidad que presenta un gobierno de estar identificado con la idea de poder que tiene el pueblo y dado que “gobernar no es más que hacer creer”.³⁴

Líderes, presidentes, ministros, reyes o cualquier figura detentadora de poder buscan la estabilidad a toda costa ya que les asegura el estadio de bienestar que gozan. En la sociedad actual, así como en la política, existen tejidos muy definidos que se abonan con el ejercicio del poder político y se entiende como la adopción de medidas para generar intercambios voluntarios racionales.³⁵ Quiere decir que el ejercicio puro y duro del poder político se basa principalmente en la creación de las medidas necesarias para que los ciudadanos inviertan en él, con el voto en las

³³ Bobbio, Matteucci y Pasquino...Op. Cit. p. 1191

³⁴ Edmundo González Llaca, *Teoría y Práctica de la Propaganda*, México, : Ed. Grijalbo, 1981, p. 20

³⁵ James G. March, y Johan P. Olsen. “El ejercicio del poder desde una perspectiva institucional”, en *Gestión y política pública* (Vol. 6, No.1, 1997[citado el 20 de diciembre de 2011] CIDE), P 41, disponible en: http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.VI._No.I_1ersem/MJ_Vol.6_No.I_1sem.pdf

urnas; además el ejercicio del poder político busca encarnizadamente la capacidad de que se efectúen sus intereses es decir, una alta probabilidad de que el pueblo (refiriéndonos al acto de gobernar) cumpla con continuidad los comportamientos deseados por el gobernante, político, legislador u otros y éstos a su vez cumplan con acciones dirigidas a ejercer el poder sobre ellos.³⁶

El poder en si mismo conlleva una responsabilidad enorme, siendo que un líder genera expectativas que se espera se cumplan y Stoppino es claro al respecto:

El poder, no deriva simplemente de la posesión o del uso de ciertos recursos, sino también de la existencia de determinadas actitudes de los sujetos implicados en la relación: actitudes que se refieren a los recursos y su empleo y más en general al poder. Entre estas actitudes están las percepciones y expectativas que se refieren al poder. Las percepciones o imágenes sociales del poder, ejercen una influencia sobre los fenómenos del poder real.³⁷

No por el hecho de detentar un cargo público, se cuenta con poder político real, ya que éste se genera con la legitimación que ofrece el cumplimiento de las expectativas que se han generado. Un gran error que se ha cometido históricamente es que los líderes se alimentan de la ilusión de ser tratados en función de los servicios prestados a su nación, sin embargo el pueblo los juzga de

³⁶ Citada por Mario Stoppino en su ensayo sobre Ideología, en Norberto Bobbio, Nicola Matteucci y Gianfranco Pasquino...Op. Cit. p. 1195

³⁷ Ibíd.

acuerdo con los servicios que se esperaban de él. Y es que “la calificación de un liderazgo como bueno o malo, dependerá de lo que resulte al evaluarse la situación total por la que atraviese una nación”.³⁸

En el ejercicio del poder político, cuanto mayor sea el número de recursos intercambiables tanto más derechos de tener voz en la política y así tanto más fuerte será su posición.³⁹ Existe un poder popular que ejerce su peso en los gobernantes pues desde el momento en que el Estado acepta dicho fenómeno, las opiniones y deseos de los ciudadanos no podrán estar ausentes del proceso democrático; de este modo el poder que da la legitimación con base en la aceptación del pueblo hacia el gobernante es fundamental y es un punto nodal que todo gobierno moderno cuida.⁴⁰

Es aquí donde nace una nueva forma de interacción entre el gobierno y los ciudadanos ya que al saberse expuestos al poder de la opinión del pueblo, los gobernantes necesitaron de una herramienta que intervenga, entre las esferas de poder y esta es la comunicación política.

³⁸ Edmundo González Llaca, *Teoría...Op. Cit.* p. 36

³⁹ James G. March, y Johan P. Olsen. “El ejercicio del poder desde una perspectiva institucional”, en *Gestión y política pública* (Vol. 6, No.1, 1997[citado el 20 de diciembre de 2011] CIDE), P 42, disponible en: http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_antteriores/Vol.VI._No.I_1ersem/MJ_Vol.6_No.I_1sem.pdf

⁴⁰ Cándido Monzón, *Opinión Pública*, Madrid, Ed. Tecnos, 2006, p. 69

2.2 Comunicación Política, Opinión Pública y Propaganda

Habría que partir de que la comunicación política es un proceso indispensable en el espacio político moderno pues permite la confrontación de los discursos políticos, la ideología y la acción para los políticos, la información para los medios y la comunicación para la opinión pública. Es pues el espacio donde se intercambian los discursos contradictorios de los actores que tienen legitimidad para expresarse públicamente sobre política. La comunicación política se presenta como una esfera en la que los ámbitos de lo público y lo privado se enfrentan cara a cara y da paso a la opinión pública y los poderes públicos.⁴¹

Cabe destacar que Jürgen Habermas piensa que la comunicación política no es más que la idea de publicidad política, es decir, la esfera del poder político y ya que los Estados modernos actúan como aceleradores de estos procesos, por su conveniencia y seguridad, lo público pasa a ser sinónimo de estatal,⁴² refiriéndose al monopolio de la fuerza, por lo que es indispensable un correcto seguimiento de la opinión pública porque ésta puede trastocar cualquier ámbito gubernamental.

Por opinión pública Sartori nos ofrece una de las más completas definiciones, dice que la opinión pública en primera instancia tiene una ubicación y debe ser colocada con el conjunto de opiniones que se encuentra en lo público o en los públicos; además es denominada pública porque implica la res publica, es decir,

⁴¹ Dominique Wolton, "La comunicación política: la construcción de un modelo", en Jean-Marc Ferry y Dominique Wolton, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Edit. Gedisa, 1992, p. 31

⁴² Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública: La transformación estructural de la vida pública* México, Ed. Gustavo Gili, 1994, p. 42

argumentos de naturaleza como intereses generales, el bien común y los problemas colectivos.⁴³

Como los gobiernos democráticos están en boga, deben cuidarse todos los aspectos para tener una imagen aceptable dentro y fuera de éste, así que cuidar las formas es fundamental. Por lo tanto la existencia de una opinión pública libre es la marca de la democracia. En los regímenes autoritarios sin embargo también se cuenta con la opinión pública, pero aquí se encuentra dividida; una abierta, declarada y otra profunda pero más diferenciada al ser prácticamente clandestina o apenas rumorada.

Hay que recordar que el origen de ésta surgió como un concepto político y racional que pretende representar, a través del orden natural, el peso del pueblo en las tareas del gobierno y el liberalismo democrático. Esta correlación de fuerzas, la noción del poder y la capacidad de influencia formó lo que se conoce como un Régimen de opinión.⁴⁴

Actualmente no se podría entender un gobierno sin la influencia de la opinión pública, ya que es una fuerza anónima, a menudo política la cual no está prevista en ninguna constitución y para hablar de una opinión pública verdadera, es necesario una resistencia eficaz o al menos posible; lo cual ha llevado a acoger a la opinión pública como una de las características más importantes dentro de las democracias representativas modernas aunque sea una molestia para el gobierno y antes de poder no se debe soslayar su poder ya que al mismo tiempo puede ser

⁴³ Giovanni Sartori, *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*, México, Taurus, 2000, p. 24

⁴⁴ Edmundo González Llaca, *Teoría...Op. Cit.* p. 95

una crítica pero también una legitimación de la detentación del poder como un costo que han pagado por años los gobiernos. Este vasallaje en la mayoría de los casos es pírrico como la mayoría de las veces, los políticos, gobernantes y otros entes detentadores de poder utilizan la simulación para aferrarse a él.

La simulación empieza en los medios de comunicación ya que “los medios dirigentes, públicos o privados, la preocupación de preparar a la opinión pública hacia ciertos puntos de vista es más importante que la de informar”⁴⁵ ya que como se ha visto la opinión pública va mucho más allá Monzón es claro al respecto:

La opinión pública no termina en la simple manifestación de un punto de vista, sino que es el resultado de un proceso raciocinante y público que pretende conseguir la mejor verdad, para la mejor solución política. Por ello como de un tribunal se tratara, la opinión pública presionará y proyectará su fuerza moral sobre la sociedad, la cosa pública, el parlamento y el poder en general, para hacer cumplir su mandato que no es otro que el de la voz del pueblo y la razón publica.⁴⁶

Pero se debe hacer un alto en el camino y analizar con detenimiento lo que afirma Marx en cuanto a las ficciones de la opinión pública dado que encuentra en ésta una falsa conciencia porque, según los liberales, pretende representar los

⁴⁵ Alfred Sauvy, *La Opinión Pública*, Barcelona, Oikos-tau, 1971, p. 127

⁴⁶ Cándido Monzón, *Opinión...Op. Cit.* p. 68

intereses de toda la sociedad y lo único que representa son los intereses de una clase social, la burguesía.⁴⁷ La historia, le ha dado la razón a Marx, ya que el desarrollo tecnológico, las teorías de comunicación, así como la propaganda ha hecho de la opinión pública, una opinión inducida y por lo tanto dócil, gracias principalmente a la televisión.

Desde sus primeras concepciones, en el siglo XVIII, la opinión pública se plasmaba, en los periódicos, asegurando el equilibrio entre la opinión autónoma y las opiniones heterónomas gracias a la existencia de una prensa libre, como dice Sartori, la aparición de la radio no afectó mucho esta relación pero la televisión trastocó un equilibrio, amenazando la libre y razonada opinión. El problema inició cuando el acto de ver suplantó el acto de discurrir por lo cual, así, el proceso de formación de opinión no se produce directamente de arriba abajo como cuando prevalece la comunicación lingüística, sino es con base en cascadas de información.⁴⁸ Es pues información en bruto, sin análisis ni responsabilidad, pero con una fuerte intención.

El poder de la imagen es abrumador, y la televisión gracias a ella, es explosiva, “destrona a los llamados líderes intermedios de opinión y se lleva por delante la multiplicidad de autoridades cognitivas, que establece de forma diferente en cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quién es digno de confianza y quién no”.⁴⁹ Aquí se percibe una autoridad visual donde la imagen se vuelve juez

⁴⁷ *Ibíd.* p. 89

⁴⁸ Giovanni Sartori, *Homo ...Op. Cit.* p.

⁴⁹ *Ibíd.*

aunque engañe más que las palabras, lo importante es que el público crea que es verdad; que es real aunque no lo sea.

Por lo tanto el concepto original de opinión pública entendida como opinión de ciudadanos libres, informados y responsables, se irá transformando según avanza el impacto de la televisión, en opinión de masas incultas.

El estudio de la opinión pública en el contexto de la sociedad de masas ira unido al tema de la propaganda y la investigación en comunicación de masas. Las masas serán entendidas como colectividades pasivas receptoras y fácilmente manipulables desde aquellas instancias que tienen poder: en lo regímenes autoritarios porque todas las instancias convergen en la dirección que marca la autoridad política y, en los regímenes democráticos, porque las técnicas de persuasión, publicidad y propaganda, trabajan dentro de una sociedad pluralista y de libre mercado al servicio de aquellos que venden productos, servicios o ideas.⁵⁰

El estudio de la opinión pública debe partir del análisis de la Ciencia política, la sociología, la psicología, pero sobre todo de las ciencias de la comunicación. Aunque los que marcarán la hoja de ruta serán los estudios de los efectos de los

⁵⁰ Cándido Monzón, *Opinión...Op. Cit.* p. 138

medios, pues a pesar de que los conceptos vayan cambiando con el paso del tiempo, éstos deben enfocarse en los mass media.

A pesar de lo que se ha planteado aquí, no es tan fácil influir en las masas, por más poderosos que sean cierto grupos o individuos quienes “encuentran grandes dificultades para crear en su totalidad, una opinión artificial, y deben apoyarse más o menos en los conocimientos, sentimientos e intereses individuales.”⁵¹ Aunque las masas son proclives a la influencia de los mass media, deben estructurarse mensajes de acuerdo a las necesidades más prioritarias de la sociedad.

El afán de poder de los sectores que lo detentan, su afianzamiento y por supuesto el proceso de permanencia, no tendrá éxito si el gobierno o líder careciera de legitimidad. Como ya se plasmó en esta tesis, nacen conflictos, crisis y desestabilizaciones por dicha insuficiencia. González Llaca es puntual al respecto al afirmar que “es precisamente la propaganda política uno de los principales medios para lograr esta legitimación y para solventar uno de los problemas principales de la organización política”.⁵²

Las estructuras políticas modernas que reivindican, aunque sea formalmente, la soberanía popular, el pluralismo, la división de poderes y las elecciones, fomentan enormemente el uso de grandes apartados de difusión ideológica. Es un hecho que cualquier estructura de poder sabe de antemano que existe una desigualdad social que ellos mismos fomentan. “La propaganda como fenómeno público, vino a

⁵¹ Alfred Sauvy, *La Opinión...Op. Cit. p. 10*

⁵²Edmundo González Llaca, *Teoría...Op. Cit. p. 20*

manifestarse cuando la sociedad se divide entre privilegiados y postergados, y por supuesto entre los que mandan y los que obedecen.⁵³

Dentro del llamado poder legal de Weber, la hegemonía de dicho fenómeno se encuentra reglamentada; técnicamente para seguir ostentándolo es necesario convencer a un electorado que vote por el mejor candidato y así ser legitimado por la sociedad, por lo cual en dicho proceso se necesita influir en la opinión pública, lo que implica el uso de la propaganda, que se utiliza con intensidad en aquellos Estados donde las pugnas de organización social se resuelven con instrumentos constituidos legalmente.⁵⁴

Así pues la propaganda implica la necesidad de establecer una comunicación la cual representa por si sola una herramienta valiosísima de control social e inclusive una alternativa magnífica para sustituir al imperio siempre efímero de la violencia.⁵⁵ Es posible entenderla como un intento de influir en la opinión y conducta (en especial el aspecto social y político) en tal forma que las personas que adopten las opiniones y conductas indicadas, lo hagan sin realizar en sí mismas, búsqueda definitiva de razones.⁵⁶

Por su naturaleza la propaganda significa expansión, diseminación, multiplicación rápida, además de que es mutable y contingente; a tal punto incierta ya que es imposible medir su impacto y lo más importante, ni siquiera se asegura que los

⁵³ *Ibíd.* p. 29

⁵⁴ *Ibíd.* p. 25

⁵⁵ *Ibíd.* p. 19

⁵⁶ *Ibíd.* p. 31

resultados sean positivos. Por si fuera poco también debe ser popular y colocar su nivel en el límite de las facultades de asimilación de los más limitados.⁵⁷

Es un hecho que gracias al empleo de la propaganda fue que el Estado moderno pudo surgir. Por lo tanto es paradójico que el elemento primero y esencial de esta actividad se encuentra al final de la cadena de comunicación, que es el receptor como la base de todo cambio, revolución o inacción social, pues si se mantiene a la sociedad tranquila, ésta legitimara al poder pero si no es así se corre el riesgo de ser aplastado por las masas inconformes.⁵⁸

En síntesis, existe una interrelación profunda de carácter orgánico entre el Estado, la democracia y la comunicación; actualmente no existiría el uno sin el otro y en el ejercicio y aplicación del poder político se ve reflejada. Enmarcada por la sociedad moderna, la lucha entre las distintas esferas de poder es indiscutible, por un lado el poder político detentado por el gobierno, el poder económico abanderado por los grandes capitales y por supuesto la sociedad, que cuenta con la opinión pública dentro de su esfera de poder. Aunque conviven simbióticamente, cada parte ocupará un espacio mejor sin dudarlo.

La comunicación es el ente de intercambio entre dichas esferas pero no es incidental, es decir se encuentra presente en el ser humano desde que utilizaba las señas y los dibujos para expresar sus emociones por lo que no es de extrañarse que no exista Estado que sobreviva, o gobierno que se mantenga, sin el intercambio entre el gobernante y el gobernado, lo que cambió fue la

⁵⁷ Ibíd. p. 85

⁵⁸ Ibíd. p. 76

perspectiva, la comunicación política surgió como necesidad de las esferas de poder para la circulación de ideologías.

Es así como el Estado y sus gobernantes inmersos en dichos procesos recientes el poder social y es que el intercambio de inquietudes y/o necesidades entre el gobierno y la sociedad en pleno siglo XXI es simplemente forzoso y lo es por el peso de la Opinión pública y la influencia que ejerce dentro del modelo democrático moderno, donde puede ser la diferencia entre la detentación legítima del poder o la ruina política.

Actualmente el mundo gira en torno a la forma y no al fondo, se simula no se es y los gobiernos se empeñan en mantener ficciones sumamente costosas para sus pueblos que los desgastan sobremanera y utilizan herramientas bien estructuradas para hacerlo, aunque conlleve la degeneración de todo el periodo de tiempo que detenten legalmente el poder. Sin embargo no todos los gobiernos modernos ni todas sus acciones son tan oscuros; estos instrumentan una función tutora y administrativa que es el origen teórico de los gobiernos, y aún así también deben utilizar instrumentos para enfocar a la sociedad en la aceptación de políticas públicas.

Aquí se encuentra la forma legítima del uso de la comunicación política y la propaganda utilizadas con una finalidad directiva, es decir, ya que los gobernantes controlan el poder político y el aparato estatal, y teóricamente buscan el beneficio social necesitan de una comunicación ágil, directa y coherente que puede implicar ciertos costes, pero enfocado en un bien mayor.

En contraste existe un uso perverso en los gobiernos más enrarecidos y sombríos donde también actúa la propaganda y en consecuencia la Comunicación Utilitaria de Coyuntura como se verá más adelante, en cuanto a la propaganda y complementando las definiciones que se han plasmado aquí, Lasswell afirmó que “es la expresión de opiniones o las acciones de individuos o grupos que buscan influir en las opiniones o acciones de otros individuos o grupos con fines predeterminados a través de manipulaciones psicológicas”⁵⁹ así que la naturaleza misma de la propaganda implica el ejercicio del dominio, del poder y un control sobre la voluntad.

Sabiendo que la memoria popular no es demasiado duradera y que los periodos de atención real de la gente son muy breves, la propaganda genera estrategias cortas, activas y directas. Dichas estrategias propagandísticas tiene un objetivo, dependiendo el momento histórico en el que un país se encuentre, propaganda de integración y agitación son las que más comunes, pero no son las únicas; la propaganda de integración por un lado, es aquella que tiene como objetivo la legitimación del poder público a través de aglutinar los elementos del cuerpo social, promueve la lealtad al orden social establecido y la participación ciudadana dentro del marco legal. Por otro lado la Propaganda de agitación se encuentra asociada con las clases populares y cuyo objetivo es propiciar revueltas, encender la euforia popular y crear un estado semihipnótico en el individuo.⁶⁰

⁵⁹ Yehya Naief, *Guerra y Propaganda*, México, Ed. Paidós, 2002, p. 42

⁶⁰ *Ibíd.* p. 34

El brazo ejecutor de dichas estrategias tiene características especiales, el propagandista ostenta perspectiva, precisión, conocimientos y frialdad, ya que la creación de los mensajes y las estrategias de difusión deben ser acordes con la realidad social, de lo contrario el diferencial semántico impedirá su correcto funcionamiento. Lamentablemente estas características se han ido degenerando por el avance de la tecnología, las nuevas herramientas en comunicación, el poder de los medios de comunicación y el dejó de los gobiernos al utilizar publicistas en lugar de propagandistas. Y es que ha sido claro el nuevo perfil utilizado que carece de una visión global, no entiende la cultura y utiliza recetarios in tomar en cuenta la realidad social del momento. Aún así las estrategias comunicacionales son indispensables, y por muy malas que éstas sean comúnmente tienen de aliados a los medios que gracias a su capacidad de repetición, hasta el mensaje más obtuso tiene una buena probabilidad de integrarse en el ideario popular.

Dentro de estas dinámicas, los medios de comunicación funcionan como herramientas de los dos primeros poderes (político-económico) y su influencia es innegable a tal grado que se ha considerado como un poder más, con la capacidad de influir e imponer políticas a su antojo, sin embargo la realidad es que pueden ser desarticulados en cualquier momento, al menos por gobiernos competentes. No obstante la mayoría de los Estados tienen como política un trato preferencial a los medios dándoles prebendas fiscales o legales que los mantenga del lado estatal y así asegurar el uso de todo el andamiaje mediático en el

momento que se requiera. Es pues una herramienta, un instrumento, un arma que bien aceiteada induce en la población al lugar que se requiera.

El afán de poder, las nuevas características para entrar al club de los gobiernos democráticos y el uso indiscriminado de la propaganda política y la pésima aplicación del poder (gobernar), propician un escenario lleno de mentiras y simulaciones que trae consigo un latente desgaste social. Es paradójico, esa misma relación orgánica que mantiene y mantendrá a los gobiernos en el poder por largo tiempo, devendrá en nuevos mecanismos, nuevas visiones y una nueva perspectiva de la aplicación del poder.

Se puede asegurar, que no se concibe un hombre sin palabras, ni una sociedad sin comunicación y por lo tanto tampoco un Estado sin propaganda política.

CAPÍTULO 3

COMUNICACIÓN UTILITARIA DE COYUNTURA

La Comunicación Utilitaria de Coyuntura (CUC) es un fenómeno sociopolítico, propagandístico y por supuesto mediático que se desarrolló en los inicios del gobierno de Felipe Calderón es decir a finales del año 2006 en adelante y se desprende de los incontables problemas e irregularidades de las elecciones presidenciales, lo estrecho del resultado y la falta notable de mayorías representativas, lo cual generó que el gobierno entrante tuviera poca aprobación y por lo tanto detentara una escasa legitimidad.

A pocos meses de haber empezado el nuevo milenio México gozaba de una institución electoral fuerte y bien estructurada que le dio la bienvenida a la alternancia partidista, y el Partido Acción Nacional (PAN) acabó con el dominio priista, el cual había gobernado al país por más de 70 años.

Pero en menos de seis años por problemas internos el Instituto Federal Electoral se desdibujó a tal grado que perdió total equidad, característica esencial en toda elección, así como la autoridad institucional necesaria para avalar el proceso del 2006 lo cual provocó un serio conflicto pre y post electoral y por supuesto un problema congénito en la nueva administración.

Desde antes de tomar oficialmente el relevo presidencial se dibujaba la estrategia mediática que el equipo de Calderón tomaría. La CUC germinaba precisamente en medio de fuertes presiones sociales y políticas que generaban dificultades en la

governabilidad y legitimidad del nuevo primer mandatario. La crispación social había dividido al país además se exhibían muestras de enfado y confrontación así como en la capital del país un fuerte recelo del proceso electoral por lo cual, desde los tres primeros meses del gobierno, ya se exhibían las primeras manifestaciones de una estrategia anhelosa pero bien enfocada para salir a flote en medio de una crisis latente.

Las características que la CUC refleja se hallan en dos vertientes bien definidas: por un lado las acciones que el gabinete de seguridad pone en marcha, particularmente la llamada “Guerra contra el Narcotráfico”, y por otro el despliegue mediático que las justifica y avala claramente enfiladas en la búsqueda desesperada del aglutinamiento social y en consecuencia el afianzamiento en el poder por parte del gobierno con el objetivo de establecer un estadio de paz y concordia entre los ciudadanos, ante la urgencia de estabilizar al país.

En México, un nuevo fenómeno comunicacional y político se encontraba en ciernes y sus actores principales fueron el narcotráfico, el presidente Felipe Calderón y los medios de comunicación (en especial la televisión). Se puede afirmar que el diseño de dicha estrategia tenía como objetivo inmediato la consolidación del nuevo gobierno con el aval de la opinión pública y la sociedad; el cual parece haberse cumplido ya que el presidente está a punto de concluir su mandato sexenal aunque con altos índices de desaprobación y por si fuera poco el país se encuentra sumergido en la violencia.

Comunicación Utilitaria de Coyuntura

Es precisamente aquí donde la configuración de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura toma forma a través de un modelo de difusión y propaganda que incluye la creación de un enemigo en común como lo fue (y es) el narcotráfico, el respaldo por medio de spots televisivos de las acciones gubernamentales así como el uso del ejército en acciones meramente policiacas, el cual dio un resultado favorable a principio pero sumamente oneroso para el tejido social mexicano a largo plazo.

Calibrada para la sobrevivencia política, enfocada hacia la opinión pública, difundida y justificada por los medios masivos de comunicación e instrumentada por el Gobierno Federal, es como mejor se puede describir esta nueva estrategia de sobrevivencia política llamada Comunicación Utilitaria de Coyuntura.

3.1 Definición

La CUC es una propuesta de comunicación política más elaborada y depurada que la propaganda por si misma podría ofrecer, la cual contiene características propagandísticas ya trabajadas por distintos gobiernos así como un fuerte impulso en los medios masivos y la aplicación de políticas gubernamentales. Si bien es cierto que hay similitudes estrechas con otras estrategias mediáticas, sobretodo estadounidenses, la CUC tiene la capacidad de adaptación necesaria no sólo para justificar políticas sino para sobrevivir una fuerte crisis, además goza de habilidades nuevas, modernas y poderosas que la hacen un instrumento muy valioso en pleno siglo XXI.

Se puede definir hasta este momento de la siguiente manera.

La Comunicación Utilitaria de Coyuntura es una estrategia de comunicación política de emergencia que funge como instrumento complementario del poder, para permanecer, afianzarse o legitimarse en él, la cual explota su línea de acción con base en una causa o un conflicto, un enemigo y una carencia o aspiración de la sociedad, estructurando mensajes recurrentes, permanentes, omnipresentes e influyentes que den sentido a la presencia en el poder de sus detentadores y busca estabilizar una crisis sistémica mediante un método integral que contiene propaganda, políticas instrumentadas y difusión masiva.

Esta definición corresponde a la estrategia utilizada por el gobierno de Calderón en el primer año de su administración que fue el más ríspido y delicado en cuanto a gobernabilidad. En una ceremonia castrense, un minuto antes de la medianoche del primero de diciembre de 2006, Felipe Calderón Hinojosa fue nombrado presidente y en 20 minutos se concretó el traspaso del Poder Ejecutivo en México con el argumento de oficializar el relevo de mandos en aquellas secretarías cuyas funciones no podían interrumpirse (Gobernación, Defensa Nacional, Armada y Seguridad Pública). En un ambiente eminentemente marcial transcurrió la ceremonia, inédita en la historia del país y en medio de la crisis legislativa con un fuerte dispositivo de seguridad con el objetivo de impedir cualquier intento de sabotaje de la oposición, inconforme con los resultados de las elecciones.⁶¹

Dado el trasfondo electoral no cabía la mínima posibilidad de ceder un palmo y el gabinete puso manos a la obra para hacer frente a una posible crisis pues en ese momento el país palidecía políticamente por fuertes presiones sociales. La oposición ejerció con gran fuerza su desacuerdo por el nuevo presidente electo, movilizó una gran cantidad de ciudadanos para hacer un nuevo conteo electoral y no quitó el dedo del renglón en el plantón más grande en la historia del país.

Así pues, para entender la CUC se deben analizar distintos frentes y hechos políticos que configuraron una estrategia integral.

En octubre de ese año Calderón, ya siendo presidente electo, preparó el plan México 2030, el cual contenía los pormenores de su estrategia de seguridad;

⁶¹ Rosa Elvira Vargas, "En acto castrense, Calderón asume el Poder Ejecutivo" *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (1/12/2006).

planteaba una serie de cambios en la policía federal, un efectivo combate al crimen organizado y disminuir los índices de corrupción en el país.⁶² La hoja de ruta se diseñó rápidamente dentro del círculo cercano del presidente y la alta cúpula panista, además aunque no era la primera vez que una administración creaba la figura de “cruzadas contra la violencia”, utilizarlas explícitamente como eje rector de gobierno era inédito en México.

Por lo menos en los últimos cuatro sexenios la fórmula utilizada por los mandatarios mexicanos fue la misma; campañas nacionales contra el crimen y por supuesto un vociferado ataque implacable frente a la violencia. El estudio *Drug Violence in Mexico: Data and Analysis Through 2010* del Trans-Border Institute perteneciente a la Universidad de San Diego en Estados Unidos, es brutalmente revelador.

En el caso de Carlos Salinas de Gortari la violencia en México tuvo una tendencia a la alta durante los últimos 4 años de su mandato pasó de poco más de mil homicidios ligados al crimen organizado en 1990 a casi 1500 en 1994 lo que llevó al gobierno en curso a aplicar una política anticrimen. Después de él y durante todo el sexenio de Zedillo y los primeros 4 años del mandato de Fox, la violencia tuvo una tendencia a la baja, con un ligero incremento en 2005 que se mantuvo casi sin cambios en 2006 y que nunca rebasó los niveles de violencia del sexenio de Zedillo, confirmando la tendencia a la baja en la violencia entre 1994 y 2006.⁶³

⁶² Ernesto Núñez, “Plantea Calderón visión hacia 2030 “ *Periódico El Norte*, Se. Nacional, (9/10/2006).

⁶³ Viridiana Ríos, David A. Shirk, *Drug Violence in Mexico: Data and Analysis Through 2010*, San Diego, Trans-Border Institute. University of San Diego, February 2011.

Sin embargo ambos mandatarios aún con dichos niveles de criminalidad y violencia también crearon su propia estrategia de seguridad pública.

Precisamente cuatro años después de haber tomado el cargo Ernesto Zedillo lanzó su Cruzada Nacional contra la Delincuencia para hacer frente a una grave "crisis de seguridad pública", en aquellos tiempos el EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional) y el EPR (Ejército Popular Revolucionario) cimbraron al país por sus levantamientos armados en busca de un reordenamiento social, políticos y económico.

En enero de 2001 Vicente Fox convocó a la Cruzada contra el Narcotráfico y el Crimen Organizado, incluso envió al Congreso un paquete de reformas a las leyes Federal Contra la Delincuencia Organizada y Orgánica del Poder Judicial de la Federación, y a los códigos Penal Federal y Federal de Procedimientos Penales. Estas modificaciones incluían la Intervención y grabación de comunicaciones privadas sin autorización judicial y un incremento de las prerrogativas para los delincuentes que delatasen a sus cómplices.⁶⁴

Lamentablemente la violencia en México aumenta nuevamente al llegar Felipe Calderón al poder, pasando de los casi mil homicidios anuales en 2006 a casi 15 mil homicidios anuales en 2010 ligados al crimen organizado.

Lo primero que llama la atención es que el número de víctimas bajó sistemáticamente, año con año. Concretamente, aumenta entre 1990 y 1992 y

⁶⁴ Zosimo Camacho, "Fracasa Fox contra el crimen organizado" *Revista Contralinea*, Sec. Sociedad (10/7/2005).

disminuye a partir de entonces de modo sostenido. El total nacional se reduce en más de un tercio: pasó de 14 mil 520 en 1990 a ocho mil 507 en 2007.⁶⁵

En los últimos 20 años, concretamente a partir de 1992 y hasta 2007, ha habido una disminución general y continua del número de homicidios en el país. Es decir, la violencia en México realmente tenía una tendencia a la baja hasta que llegó Felipe Calderón al poder, la “guerra contra el narcotráfico” simplemente no sería necesaria en un gobierno sano.

Sin embargo a escasos cinco días de haber tomado protesta Felipe Calderón hizo el anuncio oficial de un aumento de sueldo al Ejército Mexicano que se efectuó tres meses después, el 19 de febrero del 2007 en Huehuetoca, Estado de México. Aparte de recibir un aumento de casi 50% el presidente ofreció un largo discurso en el que aseguró que vencerían a sus enemigos y que la lucha sería premiada con la victoria.⁶⁶ Con estos hechos Calderón buscaba un liderazgo que no ganó en las urnas, por lo cual la militarización tenía un doble rasero: recibir el respaldo incondicional de las fuerzas armadas en una posible sublevación social y el apoyo en su lucha contra el narcotráfico como bandera de su administración.

La Presidencia necesitaba asegurar la continuidad en el poder a cualquier precio y el ejército cumplía perfectamente con el cometido. Éste tenía la fuerza y el poder para mantener a Calderón en la silla presidencial, sin embargo sin el buen aliciente que representó el aumento al salario, no habría forma de garantizar su

⁶⁵ Fernando Escalante Gonzalbo, “Homicidios 1990-2007” *Revista Nexos*, (01/09/2009).

⁶⁶ Claudia Herrera, “Asegura Calderón que cumplió con la tropa, al aumentarle 46% el salario” *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (20/2/2007)”

lealtad. Históricamente los ejércitos han sido una pieza nodal en cualquier gobierno, desde las dictaduras, hasta los democráticamente electos. Mantienen a mandatarios en el poder por décadas, respaldan acciones gubernamentales, son utilizados como exterminadores de subversiones sociales y fungen como cuña política. Por lo tanto no era de extrañarse que FCH se refugiara en las fuerzas armadas en busca de afianzamiento.

Además se necesitaba estructurar un nuevo y eficiente discurso gubernamental que uniera al país en torno al ejecutivo por lo que la incidencia en la opinión pública debía rendir frutos rápidamente así que el gobierno federal encontró en el narcotráfico una excelente plataforma para lograrlo, por lo tanto este tema y la preocupación circundante entraron de lleno en la palestra con un fuerte impulso mediático y gubernamental para imponerse mediante la CUC como el principal problema nacional.

Ya no era una lucha contra el crimen organizado sino específicamente contra el narco. Se llamó pomposamente “Guerra contra el Narcotráfico” y fue la válvula de escape que el gobierno buscó durante los meses siguientes a las elecciones del 2006 por lo cual era necesario no dar marcha atrás en la nueva cruzada, además debía tener un nombre poderoso ad hoc a los vientos belicistas que imperaban en ese año; un nombre que se recordara con sólo escucharlo una sola vez y fue en esos días cuando se perfiló el rumbo que tomaría el país en los próximos años.

De la misma forma en que George Bush creó la necesidad de acabar con el terrorismo, Felipe Calderón urgió el exterminio del narcotráfico; ambos fueron

tópicos creados dentro de los war-rooms gubernamentales que tenían la similitud de carecer de legitimidad política.

Y es que no se puede explicar de otra manera ya que según Encuestas Mitofsky (las más allegadas al gobierno), en julio del 2006 el narcotráfico era considerado como el principal problema del país sólo por el 1.6% de los encuestados, es decir 2 de cada cien personas lo consideraba de alto riesgo. Misteriosamente en cuanto Felipe Calderón llegó al gobierno los indicadores se dispararon, pues para abril del 2007 esa misma percepción creció hasta 5.7%, con un aumento de casi 300% en solo ocho meses.⁶⁷

Sin embargo y aún con los pasos seguidos por el gobierno, faltaba una pieza fundamental para conformar una estrategia exitosa: la herramienta de los medios y la difusión de ideas; por lo cual desde 2007 se duplicó el gasto publicitario de la presidencia, con un costo al erario de más de diez mil millones de pesos, correspondiente a prensa escrita, radio y televisión⁶⁸ que aseguraba una presencia nutrida y nítida en los medios de comunicación.

La propaganda gubernamental así como la difusión de las políticas de comunicación social que Calderón necesitaba para asegurar su estadía en Los Pinos fue hecha con base en la compra de espacios publicitarios ya que Vicente Fox, años antes había cedido a las televisoras el porcentaje que la federación tenía para su difusión en medios. Además se contrataron diversas empresas para

⁶⁷ Redacción, "Felipe Calderón. Evaluación de gobierno" Consulta Mitofsky, (Junio de 2007): se encuentra en <http://www.espacioblog.com/myfiles/opinion-publica/Evaluacion-Gobierno-FC-abril-2007.pdf>

⁶⁸ Jorge Ramos, "Calderón supera el gasto de Fox en propaganda" *Periódico El Universal*, (23/5/2007).

levantar encuestas de opinión y así tener certeza de la efectividad de las políticas aplicadas.

También las asesorías especializadas en opinión pública tuvieron cabida en la nueva administración, lo que generó un gasto de más de 50 millones de pesos en solo seis meses.⁶⁹ Ni siquiera en el mandato de Carlos Salinas de Gortari, con la promoción de su programa eje Solidaridad, se había mostrado tal dispendio.

Claro que tampoco ninguno de ellos tuvo la presión que FCH al tomar el país. Un ejemplo similar fue el de Carlos Salinas de Gortari quien en las elecciones de 1988 resultó ganador; sin embargo la vox populi, la Opinión pública y ciertos medios estaban convencidos de que el proceso fue brutalmente fraudulento, aunque el PRI tenía en ese momento un fuerte andamiaje que evitó cualquier sacudida política y Salinas logró imponer condiciones de gobernabilidad mientras que Calderón no tuvo la estructura política y partidista suficiente para afianzarlo.

Los estrategas gubernamentales lograron conjuntar en poco tiempo una poderosa herramienta que dio en un principio muy buenos resultados, cumpliendo a corto plazo con el objetivo de estabilizar en el poder a Felipe Calderón, pero también llevo al país a un “estadio de guerra interna”, como lo dijo el presidente, cuyo concepto fue incorporado rápidamente al vocabulario gubernamental, acoplándose al engranaje mediático y encajando a la perfección en el entramado social.

⁶⁹ Redacción “Calderón derrocha millones en encuestas y “asesorías”” *Revista Contralinea*, Sec. Portada, (Marzo de 2008 | Año 5 | No. 97).

La guerra se institucionalizó en México fue parte de la estrategia de sobrevivencia, fungió como el eje rector sexenal y aseguró la desviación sistemática de la atención además elevó tácitamente las prioridades de la sociedad pues se buscó y consiguió que la ciudadanía dejara a un lado los conflictos postelectorales y se enfocara en los problemas “reales” del país.

Ya no se habló más de una simple campaña de aplicación de la ley, como sostenían distintas administraciones, de pleitos locales, de violencia entre criminales. Lamentablemente la administración calderonista no contó con objetivos claros y responsabilidades precisas a largo plazo para diagnosticar la gravedad real del problema y evaluar el impacto de sus acciones.

Más allá de la estrategia del gobierno federal para ganar aceptación, la sociedad mexicana debió prepararse para una contienda que se proyectaba corrosiva y cruda. Sin embargo la CUC fue diseñada, instrumentada y aplicada con efectividad, convirtiéndola en parte fundamental no sólo del gobierno entrante sino de su Comunicación Política.

3.2 Caracterización

1. Uso planificado, sistémico y permanente de los medios masivos en pro de las estrategias gubernamentales

Desde los noticiarios y telenovelas, en redacciones y programas radiofónicos incluso por internet, el gobierno federal fue impulsado fuertemente por la

mayoría de los medios de comunicación ya que vieron un gran potencial de beneficios a corto plazo. Por un lado las prebendas que podrían obtener de la nueva administración impedían que fueran a contracorriente con la línea marcada por Presidencia, pero el factor decisivo fue el gasto publicitario que recibieron.

Y es que Calderón aumentó en más de 300% el gasto de comunicación social y publicidad ya que se erogaron 16 mil 894 millones de pesos en sólo tres años. Existió un sobre ejercicio de recursos para publicidad oficial, dicha cifra es 4 mil 809 millones de pesos superior a lo autorizado por el Congreso en el Presupuesto de Egresos para ese año, es decir, casi tres veces lo presupuestado originalmente.⁷⁰

Todo ello implicaba una exposición en medios mucho mayor que la de Vicente Fox; miles de comerciales radiofónicos y televisivos eran transmitidos en horarios estelares, en las portadas de los medios escritos se veían cintillos de publicidad federal y una nutrida publicidad en páginas interiores. Es decir, la administración calderonista y su equipo apostaron a la exposición en medios que a su vez aseguraría una mejor percepción de la imagen del presidente, lo cual se volvió una pieza clave de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura.

2. Actos gubernamentales totalmente respaldados por los medios de comunicación.

⁷⁰ Redacción, "Sube gasto 300% Calderón en spot" Periódico Reforma, Sec. Primera, (30/3/2011).

Simplemente ya no basta con las acciones gubernamentales para impactar en la sociedad dado que se necesita del respaldo mediático que funge como cuña ideológica en el ideario colectivo de la sociedad. Así pues, a sabiendas de esto Presidencia ordenó la elaboración de campañas publicitarias sin importar el gasto que conllevaban. Por ejemplo se pagó la producción 14 paquetes de spots en los primeros dos años de la administración calderonista, lo que implicó un gasto de 52 millones de pesos, a lo cual se suma el gasto por la exposición en radio y televisión.⁷¹

Como parte de la CUC el reforzamiento federal es básico, ya que las características que tuvieron las elecciones y la escasa legitimidad que el titular del ejecutivo tenía lo hacía necesario. Una muestra del despliegue mediático que se suscitó en ese año fueron los más de 150 mil spots de radio y televisión que se difundieron en solo 8 días por los desastres climáticos en Tabasco y Chiapas.⁷²

La tragedia por las inundaciones motivó la difusión en todo el país de 129 mil 410 mensajes radiales y 29 mil 39 spots en televisión con la imagen y la voz de Calderón quien aseguraba la pronta ayuda y la implementación del programa DN3, el cual, ayuda a la población en caso de siniestros. Esta acción demuestra cómo el gobierno utilizó las labores de rescate como escaparate y lavado de cara institucional con el afán de verse como una administración preocupada y consiente de los problemas sociales.

⁷¹ Laura Islas Reyes, "¿Cuánto cuesta que el Presidente salga en la tele?" *Revista Etcétera*, (3/11/2009).

⁷² Jorge Ramos, "Calderón transmite en 8 días 158.5 mil 'spots' por Tabasco" *Periódico El Universal*, Sec. Nacional, (28/11/2007)

3. Creación de una Agenda Setting para el posicionamiento en la opinión pública.

Hablar de agenda setting (una de las teorías actuales más representativas de los medios de comunicación) es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice, en este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público. En ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. El medio no decide por el público qué es lo que éste tiene que pensar u opinar sobre un hecho aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el candelero o en la opinión pública.⁷³

Ya que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre la sociedad, crear una agenda setting abonaría el camino de la nueva administración al determinar qué acciones mejorarían su imagen y por lo tanto impulsar el interés en ellas. Con el posicionamiento informativo que ella brinda, se asegura la importancia de la información que difunde, además se prioriza para mantener a las acciones gubernamentales en primera fila y así obtener mayor audiencia en los medios.

Los operativos encabezados por el Ejército contra el narcotráfico, la reforma a la Ley del ISSSTE, el saneamiento del IFE, el apoyo a la reforma migratoria del

⁷³ Raquel Rodríguez Díaz, Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria, España, Editorial Limencop, 2004, p. 15.

Congreso de EU o el rescate de Tabasco y Chiapas por inundaciones tuvieron mayor impacto y un seguimiento abundante de los más media.

De igual manera, el establecimiento de la agenda setting agilizó la entrada al espiral del olvido del problema postelectoral y la fuerte presión ejercida por la oposición que no cejaba en su lucha contra el supuesto fraude electoral. Al ser complemento de la CUC esta agenda dio movilidad política a Felipe Calderón y su quipo para afianzarse en el poder además de viabilidad a las acciones federales a corto plazo.

4. Manipulación de encuestas y estudios de opinión.

El gobierno federal se rigió desde un principio en los estudios de opinión y gastó más de 50 millones de pesos en diversas encuestas que no solo marcaron la hoja de ruta gubernamental sino que fueron utilizadas para difundir una mejor imagen del gobierno e impactar a la opinión pública.

Sin embargo para garantizar una buena imagen no debían mostrar las caídas y los malos resultados y a escasos tres meses de haber empezado su gestión ya había contrastes en la difusión de la aprobación presidencial. Por un lado Encuestas Mitofsky (con una fuerte presencia en televisión y radio) aseguró que Calderón iba a la alza ya que 62.4% de los encuestados estaba de acuerdo con el presidente⁷⁴, en contraste Parametría aseguró que su aprobación era del 48% en ese mismo

⁷⁴ Consulta Mitofsky. Aprobación de Mandatarios, América y el mundo. Mayo 2007

periodo.⁷⁵ De igual modo en la encuesta sobre la aprobación de la campaña del combate al crimen organizado hay una fuerte diferencia.

En un ambiente adverso y con fuertes presiones el gobierno requería buenos resultados y se allegaron de las encuestadoras que los posicionaban mejor. Por tal motivo los estudios de opinión “oficiales” se dieron discrecionalmente a por lo menos cuatro empresas que además ofrecieron asesorías y otros servicios.⁷⁶ Esto conlleva a una manipulación velada pero efectiva en torno a los levantamientos, ya que por hacerse de contratos federales dichas empresas tienden a favorecer los resultados para evitar ser sacados de la nomina. Todo a la vieja usanza priista.

5. Creación artificial de enemigos públicos, mediante la propaganda, en busca de unificación social en torno al gobierno.

Un punto fundamental en el desarrollo de la CUC es el aglutinamiento social mediante la creación de frentes unificados entre el gobierno y la opinión pública. El proceso es simple porque parte de un problema real que es magnificado mediáticamente hasta crear una percepción social, como algo sumamente peligroso, para la estabilidad del país. Por lo tanto el ambiente de inseguridad que permea en los medios, además del discurso y acciones gubernamentales, afecta las necesidades humanas de seguridad ya que de forma ficticia no son compensadas.

⁷⁵ Posada García, Miriam. Periódico La jornada. Política. 14/2/2007

⁷⁶ Redacción. Revista Contralínea. 1a quincena Marzo de 2008 | Año 5 | No. 97

En la jerarquización de la pirámide de Maslow, el sentimiento de seguridad y protección ocupa la segunda posición, solamente por debajo de la alimentación por lo que se entiende el proceso unificador en torno al Estado ya que éste, al ser detentador institucional y legal de la violencia es el único que puede hacerle frente al enemigo.

Dicho proceso ha sido utilizado por muchos países, como en el caso de Estados Unidos y la Guerra contra el Terrorismo o a Israel y el combate por el territorio de la Franja de Gaza y Cisjordania, en los cuales se utilizaron a Al-Qaeda, Irak, Afganistán y los Talibanes como enemigos potenciales o directos de Estados Unidos y se justificó las lamentables acciones bélicas. Por su parte Israel convirtió a todo el pueblo palestino en terroristas que buscan exterminar por lo tanto el membrete avaló ataques preventivos contra civiles y la aplicación de un verdadero terrorismo de Estado en contra de éstos. Con estos antecedentes estaba casi garantizado que el narcotráfico en México se convertiría en el enemigo público número uno.

6. Erigir un clima de psicosis y tensión en contra del status quo social.

Distorsión de la realidad.

Los indicadores del INEGI mostraban que la violencia en el país iba a la baja desde el gobierno de Ernesto Zedillo hasta el de Vicente Fox⁷⁷; empresas encuestadora mostraban que el principal problema nacional era la economía y no

⁷⁷ Ríos, Viridiana; Shirk, David A. Drug Violence in Mexico: Data and Analysis Through 2010. San Diego, Trans-Border Institute. University of San Diego.

la inseguridad⁷⁸, pero aún así el discurso de Felipe Calderón decía lo contrario ya que convirtió ficticiamente al país en prácticamente una zona de guerra que afectaba el tejido social mexicano y éste debía ser atendido.

El ambiente nacional empezó a ensombrecerse mediáticamente, se habló que la población vivía bajo el terror del narcotráfico, que afectaba incluso a los niños de las escuelas primarias y se corría el riesgo de una ruptura social. Meses después de que la presidencia lanzara su Guerra contra el Narcotráfico, la noticia de que el presidente había sido objeto de amenazas de muerte por los carteles de la droga aparecía en la portada y los noticiaron de los principales medios de comunicación.⁷⁹

Así pues, se configuró un estadio tenso en el cual ni siquiera el presidente estaba a salvo, la inseguridad podía afectar incluso a los más vulnerables de las familias mexicanas, que son sus hijos, y toda la sociedad corría el riesgo de ser afectada por el crimen organizado. Por si esto fuera poco discursivamente se introdujo a la ciudadanía en la guerra por venir. "Es una batalla que el gobierno tiene que librar y está librando; pero también es una lucha que requiere la participación ciudadana porque el gobierno no puede ganarla solo, se requiere a la sociedad, se requiere a los ciudadanos"⁸⁰. La necesidad del combate al crimen organizado fue tomando forma, ya que sin la creación de un terreno fértil para sembrar la semilla del miedo, la CUC no podía desarrollar el sentido de urgencia que el gobierno federal

⁷⁸ Consulta Mitosfky. Aprobación de Mandatarios, América y el mundo. Mayo 2007

⁷⁹ Redacción. Periódico El Universal. Primera Plana. 23/3/2007

⁸⁰ Idem.

necesitaba para justificar la aplicación de sus políticas de seguridad pública, distorsionando la realidad mexicana para su beneficio.

7. Descalificación de cualquier tipo de disenso y radicalización del discurso.

Felipe Calderón no podía permitirse ser objeto de críticas por el rumbo al que encaminaba al país por la estrategia aplicada contra el crimen organizado así que el discurso se tornó maniqueo y radical. Como en otras ocasiones ha pasado la doctrina de “estás conmigo o contra mí”, popularizada recientemente por el ex presidente estadounidense George W. Bush en la Guerra contra el Terrorismo, fue adoptada por el gobierno federal en su lucha anti narco.

Había que “trabajar por el país” así que reprochó férreamente a todos los que, según el presidente, hablaban mal de México refiriéndose a sus críticos y afirmó que “Sólo en el Estado de derecho prospera la sociedad, florece la economía y vuelve la tranquilidad a las familias y a las comunidades”⁸¹ así que discursivamente se legitimó la guerra emprendida.

Es decir, el gobierno federal debía tener la razón, tanto legal como legítima y no toleraría condena alguna por las decisiones tomadas, orilló a la población a apoyarlo para no ser cómplices del enemigo con la finalidad de asegurar el respaldo mayoritario y la legitimidad que no tenía.

8. Desviación de la atención de los principales problemas nacionales.

⁸¹ Ramos, Jorge. Periódico El Universal. 26/2/2010

Comunicación Utilitaria de Coyuntura

La escasa legitimidad con la que llegó Felipe Calderón al poder y la necesidad de afianzarse en él fue lo que desencadenó la puesta en marcha de la campaña tanto militar como mediática en contra del narcotráfico. El nuevo gobierno debía enfocar a los medios y a la opinión pública en otro tópico que liberara la presión que se erigía sobre él.

Una de los principales objetivos de la CUC fue precisamente el desvío de la atención pública en torno al conflicto pre y post electoral, que podía llevar a la dimisión del presidente. Ya que la Guerra contra el Narcotráfico provocó (y provoca) miedo, terror, sentimientos de inseguridad, psicosis, estrés social y muchos otros fenómenos sociales, estaba garantizada la estabilidad del ejecutivo en el poder ya que la cortina de humo en torno a los problemas congénitos se vuelven minucias por lo cual se acepta implícitamente al gobernante.

En síntesis la Comunicación Utilitaria de Coyuntura es una estrategia sociopolítica, propagandística y mediática desarrollada en los inicios del gobierno de Felipe Calderón. El diseño e instrumentación de la CUC tenía como objetivo inmediato la consolidación del nuevo gobierno con el aval de la opinión pública y la sociedad; ya que, como resultado de los incontables problemas e irregularidades de las elecciones presidenciales, generó que el gobierno entrante tuviera poca aprobación y escasa legitimidad.

Además, la CUC es una propuesta de comunicación política la cual contiene características propagandísticas, un fuerte impulso en los medios masivos y la aplicación de políticas gubernamentales, tiene la capacidad de adaptación

necesaria no sólo para justificar políticas sino para sobrevivir una fuerte crisis, además goza de habilidades nuevas, modernas y poderosas que la hacen un instrumento muy valioso

Es una estrategia de comunicación política de emergencia que funge como instrumento complementario del poder, para permanecer, afianzarse o legitimarse en él y se convirtió en simbionte político del nuevo siglo XXI.

CAPITULO 4

APLICACIÓN, DESARROLLO Y RESULTADOS DE LA CUC EN MÉXICO

Debilitado políticamente por las dudas electorales y escasa legitimidad, el Ejecutivo Federal no se pudo dar el lujo de restar, por lo que era primordial crear la afinidad social que le asegurara sumar adeptos. El apoyo indirecto, velado y necesario para estabilizar al país, y por lo tanto a su administración debía ser poderoso, convincente y real. La creación de un frente común entre gobierno y sociedad tendió los puentes necesarios para el ansiado apoyo mediático.

A doce días de haber tomado protesta como presidente constitucional de México, Calderón lanzó su primer ataque mediático-militar y no había mejor lugar que el estado del presidente. Fue un claro mensaje de que ningún lugar del territorio nacional estaría al margen de la mano gubernamental. Más de 5 mil militares, marinos y agentes federales implantaron la Operación Conjunta Michoacán, por cielo, mar y tierra, los efectivos sitiaron el estado con el pretexto de cumplir con 300 órdenes de aprehensión contra las bandas criminales, entre ellos los Zetas y La Familia. .⁸²

Las primeras manifestaciones de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura empezaron precisamente con el cambio de lenguaje de la presidencia donde los discursos se tornaron más impulsivos e incendiarios y se hizo presente el estatus

⁸² Abel Barajas, "Toma ejercito a Michoacán" *Periódico Reforma, Sec. Primera* (12/12/2006).

bélico, muy recurrente a nivel mundial en ese momento y por supuesto se aseguró la victoria federal ante el gran adversario desestabilizador.

Michoacán se convirtió en el mejor escenario para desplegar 19 aviones, 38 helicópteros, 3 patrullas de intercepción aérea y una patrulla oceánica, así como 246 vehículos terrestres y 29 unidades caninas, con lo cual el impacto en la sociedad y los medios estaba garantizada, y fue así ya que los tres principales medios impresos en México, los periódicos Reforma, El Universal⁸³ y La Jornada⁸⁴ citaron en primera plana las acciones gubernamentales y los medios como el radio y la televisión le dieron una extensa cobertura.

El crimen organizado agrupa demasiados frentes delictivos: secuestro, fraude, trata de blancas e inmigrantes, robo y narcotráfico entre muchos otros, Declararle la guerra a todos por igual hubiera sido desastroso (aún más), por lo que la estrategia se centró en este último como el factor aglutinante

La unificación del frente apuntaba sus baterías hacia el narcotráfico y se esperaba que fuera lo que le diera a Calderón y su grupo político la tranquilidad de gobernar el país con base en la estrategia establecida. Sin embargo no existió una normativa, un reglamento o una ruta definida en cuando al discurso presidencial que solo focalizó al enemigo y apeló a su necesaria exterminación por el bien de la sociedad mexicana.

⁸³ Sergio Javier Jiménez, "Va Ejército contra el narco en Michoacán" *Periódico El Universal*, Sec. Primera (12/12/2006).

⁸⁴ Claudia Herrera Beltrán, "El gobierno se declara en guerra contra el hampa inicia acciones en Michoacán" *Periódico La Jornada*, Sec. Primera, (12/12/2006).

Comunicación Utilitaria de Coyuntura

El operativo militar era el primero que abarcaba a toda una entidad federativa y el Secretario de Gobernación, Francisco Ramírez Acuña, fue quien anunció en Los Pinos la puesta en marcha de la operación después de una “larga reunión” del gabinete de seguridad, encabezada obviamente, por Felipe Calderón.

Desde ese momento ya se dibujaba lo que la Comunicación Utilitaria de Coyuntura haría para salvar al gobierno calderonista de una debacle. “No hay límite de tiempo, esa es la instrucción” contestó un militar, al ser cuestionado sobre el tiempo en que los agentes federales permanecerían en el estado.⁸⁵ Y era verdad, ya que en ese momento no se sabía con certeza cuanto tiempo durarían las acciones que se convirtieron a la larga, en política de Estado.

Por esos días se supo que la Secretaría de Defensa Nacional aumentó en 18 por ciento el presupuesto para combatir el narcotráfico y la delincuencia organizada. De acuerdo con sus metas presupuestarias, de los 32 mil 300 millones que le fueron asignados por el Gobierno federal, el Ejército mexicano iba a destinar 18 mil 419 millones para combatir el crimen organizado. Para 2007, las operaciones consistirán principalmente en evitar la siembra, cultivo y tráfico de enervantes, así como procurar la detención de narcotraficantes.⁸⁶

Así pues, la CUC en México creó la descompensación ficticia que inundó al país con la urgencia de terminar con el narcotráfico, aunque éste fuera sólo catalogado como problema principal por una minoría. Los medios de comunicación ejercieron

⁸⁵ Herrera Beltrán, “El gobierno se declara en guerra” Sec. Primera.

⁸⁶ Benito Jiménez, “Todo el Poder” *Periódico Reforma*, Sec. Primera (30/12/2006).

un poder impresionante en la opinión pública, desviando las necesidades de la ciudadanía y encausándolas hacia un fin determinado.

La falta de claridad en las elecciones y la debilidad del gobierno fueron sin lugar a dudas los factores que impulsaron y justifican a la CUC en función de que una crisis afecta no sólo a los actores implicados sino a todo el sistema circundante: las instituciones, la superestructura y la sociedad. Cuando el gobierno buscó soluciones se arrojó en la búsqueda del consenso aunque fuera inducido, debido a que las dimensiones del conflicto amenazaban la presidencia de Felipe Calderón.

Estas acciones le dieron un aumento considerable en la aprobación del presidente, ya que según la encuesta nacional Ipsos-Bimsa-El Universal indicó que Felipe Calderón contaba con la aprobación de la mayoría de la población; es decir un 58%. Este era un porcentaje por encima de las preferencias electorales que obtuvo en las elecciones presidenciales, lo cual significa que contaba con el respaldo de sectores que no votaron por él aunque el apoyo a Calderón era todavía frágil y volátil.⁸⁷ Así pues la estrategia de comunicación, integral, aglutinante y totalizante rendía frutos y daba estabilidad al gobierno para seguir adelante.

Ya que a la Sedena se le dio un aumento de más del 20 por ciento del presupuesto (se destinó cinco veces más en salarios), se auguraba un incremento del activismo en tareas de vigilancia y supervisión y por lo tanto un manejo más

⁸⁷ Jorge Buendía, "La Mayoría aprueba a Calderón" *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (6/2/2007).

apegado a la línea federal, asegurando a las ejército como incondicional de la presidencia.

El uso de las fuerzas armadas en el combate al narcotráfico fungió como una solución permanente, como si se tratase de una situación excepcional, incluso se indujo a la población civil a aportar su “granito de arena” en esta lucha dicho mensaje encontró el eco necesario en los medios de comunicación.

Una vez más con los titulares a ocho columnas en los tres principales periódicos de tiraje nacional, Calderón pedía que la población asumiera como propio el desafío que implicaba dar la batalla al crimen organizado. Su mensaje fue tajante: o rescatamos al País, o se pierde un futuro de prosperidad para las siguientes generaciones.⁸⁸ Fue aquí, donde el factor aglutinante entró en escena ya que implicaba a la ciudadanía en la Guerra contra el Narcotráfico. "Recuperar la seguridad de nuestras calles y combatir con todo a quienes envenenan el cuerpo y el alma de los niños y los jóvenes de México es una tarea que no sólo debe ser apoyada por las Fuerzas Armadas, cuya lealtad está fuera de toda duda, sino por la sociedad entera" dijo.

No cabe duda que para generar una estrategia exitosa, ésta debe darse por etapas y así sucedió. Ya se habían asegurado bastantes cabos sueltos y lo que necesitaba Felipe Calderón era al pueblo; el 11 de febrero de 2007 advirtió que aplicaría toda la fuerza del Estado para responder a quienes retaban a las instituciones y ponían en peligro el futuro del país, pero además no le pedía a la

⁸⁸ Mayolo López, “Rescatemos México” *Periódico Reforma*, Sec. Primera (11/2/2007).

ciudadanía que se pusiera en el frente de batalla, “porque para eso basta y sobra la fortaleza de nuestras instituciones” sino que demandaba “la comprensión y el apoyo de los ciudadanos, porque esta sería una batalla ardua y difícil, que tomaría tiempo, que costaría recursos económicos y, por desgracia, vidas humanas”.⁸⁹

Se urgía implícitamente a tomar un bando que el maniqueísmo gubernamental dividió en buenos y malos. La meta era que los conflictos postelectorales se hundieran en el espiral del olvido mediático lo que contribuiría enormemente al avance en la estabilidad mediata del país. La triada iba tomando forma y los resultados comenzaban a dar frutos.

Con este hecho se impulsó y justificó aún más la estrategia impuesta por la Comunicación Utilitaria de Coyuntura, Las encuestas aumentaban y el afán legitimador conllevó un fuerte despliegue mediático. La jornada⁹⁰, El Universal⁹¹ y Reforma (con o sin su consentimiento factico) eran utilizados, como escaparates gubernamentales, sin mencionar a Televisa y Televisión Azteca que formaban parte del pool comunicacional que el gobierno federal usaba para difundir sus políticas.

Cuando Felipe Calderón tomó protesta, la estrategia dictaba que debía diferenciarse claramente de todos sus antecesores asumiendo un activismo frontal contra el narcotráfico como factor aglutinante; basado principalmente en el

⁸⁹ Mayolo López, “Rescatemos México”, Sec. Primera.

⁹⁰ Roberto Garduño, “En la lucha contra el crimen no habrá tregua, dice Calderón a la Fuerza Aérea” *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (11/2/2007).

⁹¹ Alejandro Torres, “No vamos a rendirnos ante narcos: Calderón” *Periódico El Universal*, Sec. Primera, (11/2/2007).

despliegue del Ejército mexicano. Esto conllevó que los primeros siete meses de su gobierno se caracterizaron por una creciente espiral de violencia sin paralelo ni precedentes en nuestro país.

Sin embargo, gracias a la aplicación eficiente de la agenda setting, estos hechos sólo impactaron en la opinión pública en menos de 7% en la aprobación presidencial, como bien lo señala el periódico El Universal en la encuesta que publicó en noviembre de 2007, la cual aseguraba que por segundo trimestre consecutivo, la aprobación de Felipe Calderón caía según Ipsos-Bimsa, pero sólo en siete puntos porcentuales, al pasar de 64% a 57%.⁹²

Ya en agosto de ese año, atenazado por el narco y lo anémico de su gobierno, Calderón buscó públicamente la ayuda de Estados Unidos con lo cual nació el Plan México conocido después como Plan Mérida en el cual Estados Unidos invertiría entre 800 y mil 200 millones de dólares en tecnología y equipo de punta además de entrenamiento a efectivos del gobierno federal.⁹³

En materia de seguridad Calderón no recibió un Estado debilitado por la inseguridad, pero fue publicitado como desmoralizado y desorientado. Una de sus primeras medidas para contrarrestar esa “percepción” fue lanzar a las Fuerzas Armadas a realizar operaciones en los ocho estados donde el narco “imponía su ley”. Como la estrategia fue respaldada por los medios de comunicación se realizaban actos escénicos más que quirúrgicos

⁹² Jorge Buendía, “Baja a 6.4 calificación de Calderón” *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (5/11/2007).

⁹³ Sergio Aguayo, “Plan México” *Periódico Reforma*, Sec. Opinión, (29/8/2007).

En pocas palabras, las fuerzas del gobierno en sus tres niveles estaban desarticuladas, por lo que, para cerrar el círculo de influencia de la CUC el gobierno federal hizo un “llamado enérgico” a los Gobernadores, Alcaldes, legisladores y dirigentes de todos los partidos políticos, sin excepción, a que cerraran filas en torno a la política gubernamental.⁹⁴

En julio del 2006 según datos de Parametría, casi uno de cada dos mexicanos creía que el IFE no era confiable, es decir, casi la mitad de la población tenía nula o poca confianza en el órgano que instrumentaría y legitimaría las elecciones.⁹⁵ La otrora institución mejor posicionaba frente a la sociedad mexicana había sido sometida a una fuerte crítica y exhibía una gran fatiga.

Así pues en agosto del 2007, ya con Calderón en el poder, se formuló una reforma electoral con la idea de sanear la imagen del IFE, en la cual se incluía la destitución de consejeros electorales, entre ellos Luis Carlos Ugalde que gracias al manejo mediático se volvió el chivo expiatorio de la elección. Esta propuesta era necesaria para garantizar la suma de puntos en el proceso legitimador del gobierno y de paso del IFE.

La CUC planteó una nueva movilidad en la comunicación política gubernamental cuyos canales fueron más ágiles y efectivos, lo que contribuyó a pelear en varios frentes y lograr victorias mediáticas contundentes. Por ejemplo, con la renuncia de Ugalde y otros consejeros el gobierno federal reforzó la credibilidad de la

⁹⁴ Mayolo López, “Llama FCH a frenar narcopolítica” *Periódico Reforma*, Sec. Primera, (1/12/2007)

⁹⁵ Parametría. “Evaluación del Instituto Federal Electoral” (1/8/2010): disponible en <http://www.parametria.com.mx/DetalleEstudio.php?E=4246>

institución que avalaba su presidencia; el imponente factor mediático. El lavado de cara se había logrado

La aprobación presidencial creció y se afianzó. Felipe Calderón llegó a su primer Informe con una aprobación ciudadana ligeramente mejor que la de Fox, y muy por arriba de la de Zedillo.⁹⁶

Nivel de aprobación ciudadana

Zedillo (1995)	34%
Fox (2001)	64%
Calderón (2007)	65%

En este nuevo entramado de relaciones, las encuestas se formaron en la primera línea de la presidencia. La comunicación social, los mecanismos de toma de decisiones, los planes de ruta y los movimientos gubernamentales no caminaban sin una muestra de la opinión pública. Es así como se podía medir desde el descontento hasta los problemas más apremiantes y por supuesto la aceptación o el rechazo de las medidas propuestas o aplicadas. El ejecutivo era rehén tanto de los medios como de las encuestas, pero la certidumbre y la tensa calma aún creadas tenían un valor indiscutible.

Diversas encuestas (Mitofsky, Ipsos-Bimpa, Parametría) que se consultaron, muestran una tendencia a la alza muy clara, con altibajos pero siempre hubo algún

⁹⁶ Redacción, "Encuesta de aprobación" *Periódico Reforma*. Sec. Primera, (1/9/2007).

desastre nacional para respaldarse. Fueron precisamente las inundaciones de noviembre de 2007 en Chiapas y Tabasco donde se ejemplificó brutalmente el uso planificado de los medios, otra característica de la CUC

En una semana un total de 129 mil 410 mensajes radiales y 29 mil 39 spots en televisión fueron difundidos con motivo de la tragedia, la emisión de éstos spots de 30 segundos así como los mensajes por radio, empezaron un día después de las inundaciones.⁹⁷ Es decir que se hicieron los guiones, la producción y la edición de varios spots en un solo día, lo que demuestra que para el ejecutivo era más importante el impacto mediático que su presencia en los Estados. Así que el panista no dudó en cancelar dos giras internacionales y acudió a las entidades afectadas. Con gorra militar y frente a las cámaras, entregó despensas, llenó costales de tierra, e hizo llamados a la solidaridad con los damnificados.⁹⁸

El respaldo de los medios de comunicación en favor del gobierno federal fue retribuido con gasto público, y México se convirtió en cliente preferente de televisoras y los principales medios de comunicación. En ese año el gasto federal ascendió alrededor de 3 mil 700 millones de pesos de los cuales para medios impresos el gasto fue de 641 millones 960 mil pesos para los más de 700 publicaciones que había en el país.⁹⁹

⁹⁷ Jorge Ramos Pérez, “‘Inundó’ FCH con spots de Tabasco” *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (28/11/2007).

⁹⁸ Claudia Herrera Beltrán, “Ganar legitimidad, de las prioridades de Calderón en un año de gobierno” *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (1/12/2007).

⁹⁹ Jorge Ramos Pérez, “Calderón duplicará en 2007 gasto de Fox en publicidad” *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (23/5/2007).

Comunicación Utilitaria de Coyuntura

En 1969 se estableció en la Ley Federal de Radio y Televisión el pago en tiempos oficiales por parte de los concesionarios, equivalente a 12.5% de transmisión, pero ya que Fox modificó el esquema con un decreto que lo redujo a 1.25%, a partir del 10 de octubre de 2002 esos espacios debían ser pagados.¹⁰⁰ La urgencia de legitimación en el gobierno que Calderón necesitaba, hizo que en su primer año en funciones se gastara más de lo que utilizó Vicente Fox un año antes en época de elecciones, lo cual quiere decir que un año “regular” fue convertido en crucial y siguió dicha tendencia en el sexenio.

EN LOS MEDIOS

Desde que iniciaron las administraciones panistas, la inversión en el rubro de comunicación ha ido en aumento

AÑO	MONTO
2001	1, 934,562
2002	1, 987,584
2003	3, 088,836
2004	2, 698,057
2005	3, 282,370
2006	3, 335, 556.79
2007	3, 425, 502.13
2008	4, 212, 652
2009	3, 704, 245
2010	5, 152, 693
2011	5, 487, 959.13

Fuente: Subsecretaría de Normatividad de Medios de la Secretaría de Gobernación

101

¹⁰⁰ Jorge Ramos Pérez, “Calderón duplicará en 2007 gasto de Fox en publicidad” *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (23/5/2007).

¹⁰¹ Jorge Ramos Pérez, “Rebasó ya FCH gasto de Fox en propaganda” *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (14/7/2011).

La presidencia tuvo desde un principio la mira puesta en ganar legitimidad tras las elecciones fuertemente cuestionadas por lo que el presidente Felipe Calderón gobernó ese primer año a través de campañas mediáticas con base en la CUC. Ganó muchas batallas legislativas ya que contó con el PRI como aliado en el Congreso como la iniciativa de las llamadas reformas estructurales además de que privilegió su relación con el Ejército.

Incluso Calderón afirmó estar satisfecho porque México logró superar el panorama “sombrio y desalentador” que se veía aquel 2 de julio, aún cuando el Jefe de Gobierno de la capital del país se negaba a reconocerlo. En Los Pinos se mantuvo aquel grupo de jóvenes estrategas que diseñaron la campaña presidencial y luego se encumbraron en puestos clave para el presidente.¹⁰²

La CUC requirió ganar reflectores y Calderón ejerció un férreo control de la publicidad gubernamental a grado tal que sus secretarios de Estado no figuraban en la agenda propuesta. Era él y solo él quien podía y debía promoverse; a quien se le reservaron anuncios estelares de sobrada difusión mediática; hasta antes de la reforma electoral.

De acuerdo a la encuesta nacional de Ipsos-Bimsa, el presidente Felipe Calderón había tenía una aprobación presidencial que aumentaba hasta en nueve puntos porcentuales, al pasar de 57% a 66% de noviembre a febrero del siguiente año, que es una de las cifras más altas de su gestión y reflejaba que la CUC había sido exitosa.

¹⁰² Claudia Herrera Beltrán, “Ganar legitimidad, de las prioridades de Calderón en un año de gobierno” *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (1/12/2007).

Sin embargo la estrategia aplicada daba advertencias que se debían re-direccionar ciertas políticas gubernamental ya que Calderón había ganado la legitimidad requerida para mantenerse en el puesto, lo que satisfacía el objetivo principal de la CUC.

Lamentablemente como en el caso de Ernestina Ascencio quien falleció por una “gastritis crónica no atendida” y no por violación de efectivos del ejército mexicano, según el presidente, así como sus constantes apariciones con vestimenta militar y el aumento de sueldo a las fuerzas armadas eran un mensaje claro, crudo y llano que respaldaba al Ejército como regalía a la institución que garantizó su toma de posesión y después se convirtió en pieza central de su política de seguridad, la cual sigue hasta el momento (2012).

Una estrategia de comunicación política de emergencia, como la CUC, provee a los gobiernos de fortaleza y agilidad que requieren en momentos de crisis. El análisis cualitativo del periodo crítico que la administración calderonista tuvo en sus inicios fue sumamente positivo. Entre sus logros se encuentran el haber tenido una buena aceptación entre los ciudadanos, imponer una agenda mediática afín a la hoja de ruta marcada, desviar la opinión pública en torno a las elecciones del 2006, aglutinar a la población a favor de dicha estrategia y crear exitosamente un frente común en contra del principal “enemigo de la nación”.

Cuando Calderón asumió la presidencia el país estaba sumido en una crisis gubernamental la cual en la mayoría de los casos, curren cuando la forma en que el gobierno hace su trabajo o las carencias que detenta, rompen con la relación

sociedad-gobierno y ésta no cumple con los requerimientos necesarios para satisfacer a la sociedad. Sin embargo existe una diferencia abismal la cual cambia el enfoque de la generalidad al particular caso mexicano y éste se encuentra en la escasa legitimidad de tuvo el presidente desde las elecciones.

Por lo tanto la Comunicación Utilitaria de Coyuntura era nodal y las políticas instrumentadas fueron eficientes, precisas y rápidas lo que significó una sociedad sumisa, permeada y encaminada hacia los objetivos que el gobierno federal necesitaba y éste era el consenso de las mayorías. Como ya se dijo páginas atrás, el consenso no es una acción aprobatoria activa o específica sino un sentir común o conjunto, pero coligado, que busca aprobar pero es suficiente con aceptar.

A la administración calderonista le bastaba ser aceptada y lo fue como muestran los estudios de opinión pues todas las acciones que llevó a cabo rindieron frutos pero lamentablemente para el país, el gobierno federal no leyó los signos de una estrategia exitosa como la Comunicación Utilitaria fue y cayó en el exceso, instrumentándola hasta el extremo.

Es verdad que las crisis se generan bajo múltiples factores por lo que es complicado analizarlas; sin embargo la toma de decisiones, la prospectiva y la sagacidad estratégica a largo plazo de la administración federal fueron sumamente deficientes y convirtieron todos sus éxitos en un fracaso dosificado ya que afectó muchas estructuras sociales e incluso al mismo gobierno.

El presidente Felipe Calderón en su segundo año de mandato se perfilaba a encontrarse bajo los escombros de la guerra contra el narcotráfico. En el 2008 las

políticas aplicadas ya mostraban cierto desgaste legal, y empezó a ejemplificarse mediáticamente con los spots transmitidos por el gobierno federal. Sin juicio penal previo, presuntos narcotraficantes fueron exhibidos como delincuentes mediante spots de radio y televisión que violaron garantías pues en su mayoría eran juicios públicos y no legales, es decir un acto de propaganda y no una verdad jurídica.¹⁰³ Así que el afán de difusión de los logros gubernamentales violentaba de forma flagrante el marco jurídico nacional en pro de de la publicidad política que Calderón ya no necesitaba.

Es interesante observar como estos juicios a priori hacían creer a la ciudadanía que un detenido ya era culpable, y después, cuando el Ministerio Público no lograba acreditar la responsabilidad del detenido, la gente creía que el juzgador actuaba corruptamente, lo que contribuyó a la pérdida de confianza en el poder judicial,¹⁰⁴ lo cual no explica cómo, sin la necesidad fáctica de retener el poder, se debilita un pilar del federalismo mexicano.

Incluso la Organización de la Naciones Unidas criticó a la administración calderonista, ya que dijo, “para que el gobierno del presidente Felipe Calderón gane legitimidad en su lucha contra el narcotráfico debe actuar dentro de un marco de legalidad y de respeto a los derechos humanos”¹⁰⁵ pues resulta fundamental que el Estado actúe dentro del marco de su propia legalidad y respeto a los derechos humanos por lo cual no se puede manejar la lucha contra la delincuencia

¹⁰³ Redacción, “Olvidan’ en spots garantía de detenidos” *Periódico El Universal*, Sec. Nación, (13/9/2008).

¹⁰⁴ Redacción, “Olvidan’ en spots garantía de detenidos”, (13/9/2008).

¹⁰⁵ Natalia Gómez, “Pide ONU respetar derechos humanos en lucha contra narco” *Periódico El Universal*, (19/5/2008).

pasando por encima de las garantías fundamentales; como muestra el rumbo tomado por la administración federal ya no era el correcto e incluso se acercó súbitamente a la ilegalidad.

La percepción ciudadana empezó a cambiar lentamente, ya que para marzo del 2008 el presidente Felipe Calderón caía dos puntos porcentuales en el índice de aprobación, de un 68% a un 66%,¹⁰⁶ lo que no era preocupante ya que aún no se consideraba una tendencia y menos, después de tener un cómodo rango aprobatorio en 2007.

Empero en junio de ese mismo año la encuesta realizada por Reforma mostró que la opinión pública creía que el gobierno federal iba perdiendo la lucha contra el narcotráfico con un aplastante 53%, en contraste con un 24% que afirmaba que la presidencia ganaba terreno frente al crimen organizado¹⁰⁷. Fue aquí cuando el gobierno federal perdió la brújula estratégica y la fortaleza que la CUC le había brindado.

El clamor por la seguridad fue olvidado paulatinamente frente a los crudos índices de violencia y desazón económica que vivía el país. La crisis económica mundial inundó al temor ciudadano; el status quo recordaba los fantasmas de las crisis financieras y los errores de diciembre impidió que siguieran apoyando a la presidencia en su cruzada contra el crimen.

¹⁰⁶ Redacción, "Encuesta: Mantiene aprobación" Periódico Reforma, Sec. Primera (1/3/2008).

¹⁰⁷ Redacción. "Encuesta: Combate al crimen" Periódico Reforma, Sec. Primera (1/6/2008).

Y es que la onda expansiva de la crisis global, el desplome del PAN y la desconfianza de una sociedad ofendida por la doble moral gubernamental cimbró a la administración. Como consecuencia, Calderón quien “las adversidades hacen la tarea de gobernar mucho más fascinante”¹⁰⁸, tuvo a la vista un 2009 negro

En consecuencia los medios de comunicación; aliados indiscutibles y feroces voceros presidenciales, se convirtieron en una molestia federal, ya que la exacerbación del clima de violencia utilizado por la Comunicación Utilitaria de Coyuntura a principios del mandato presidencial se tornó sumamente incómoda. “Por lo que vemos, oímos o leemos en algunos medios, también parece que de lo que se trata es de eliminar todo resquicio de esperanza de los mexicanos”.¹⁰⁹

De forma insólita el gobierno federal se lanzó en contra de sus aliados y su propia estrategia, pues mientras un año y medio antes arengaba al país a combatir el clima de cuasi terror en el que se encontraba el país, ahora estaba en contra del clima generado como resultado de los bajos índices de aprobación que reflejaba.

Ello debido a que en el último trimestre de ese año la aprobación de Calderón bajó de 66% a 62%, mientras que el porcentaje de ciudadanos que reprobó su gestión subió de 18% a 25%. De acuerdo con la encuesta nacional de Ipsos-Bimsa,¹¹⁰ el primer tercio del sexenio se consumió con claroscuros y ya se hablaba de la Bitácora del Miedo, donde se encontraban la noche del “grito” en Michoacán, (dos

¹⁰⁸ Juan Antonio. Zúñiga, “Pierde 500 mil mdd banca global por la crisis hipotecaria en EU” *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (26/6/2008).

¹⁰⁹ Ángeles Cruz, “Critica Calderón a medios que tratan de “eliminar todo resquicio de esperanza”” *Periódico La Jornada*, Sec. Política, (5/9/2008).

¹¹⁰ Jorge Buendía, “Cae aprobación presidencial” *Periódico El Universal*, Sec. Nacional, (8/5/2008).

granadas explotaron), el avionazo de Juan Camilo Mouriño, los más de 2000 muertos a causa de la Guerra contra el narcotráfico y la creciente ola de violencia.¹¹¹

Lo novedoso y lamentable fue que a dos años del gobierno de Calderón había una percepción donde se veía que la seguridad empeoraba y las perspectivas económicas bajaban y esto, por supuesto, le restaba legitimidad.

Felipe Calderón quiso gobernar con base en spots publicitarios, por lo que el proyecto de Presupuesto de Egresos de la Federación 2009 pretendió asignar a la administración federal mil 723 millones de pesos para gastos de comunicación social y publicidad con el propósito oficial de difundir los alcances y logros del gobierno de Calderón.¹¹²

Sin embargo en un año de elecciones intermedias la presidencia gastó más de 3700 millones de pesos en propaganda,¹¹³ más del doble de lo propuesto inicialmente. Aún así el Partido Acción Nacional, respaldado totalmente por Calderón, perdió estrepitosamente las elecciones intermedias y cambió radicalmente en comparación a 2006 pues el PRI contaba con 183 de los 300 distritos, relegando al PAN a un lejano segundo lugar con tan sólo 71 diputaciones de mayoría.¹¹⁴

¹¹¹ Corresponsales, "2000 muertos por el narco" *Periódico El Universal*, Sec. Nacional, (5/7/2008).

¹¹² Roberto Garduño, "Calderón pide \$1,723 millones para publicitar sus "logros"" *Periódico La Jornada*, Sec. Política (12/9/2008).

¹¹³ Jorge Ramos Pérez, "Rebasó ya FCH gasto de Fox en propaganda" *Periódico El Universal*, Sec. Nacional, (14/7/2011)

¹¹⁴ Redacción, "Pintan de rojo al país" *Periódico Reforma*, Sec. Nacional, (7/7/2009).

Los devastadores resultados obtenidos en las elecciones intermedias eran un foco rojo más en el escenario calderonista pues el PRI dejó en cero a sus oponentes en Campeche, Coahuila, Colima, Durango, Guerrero, Morelos, Oaxaca, Quintana Roo, Tamaulipas y Yucatán por si fuera poco la presencia en el Congreso cayó súbitamente.

La Guerra contra el narco, había dejado 2 mil 275 ejecuciones en 2007, un año después se contabilizaron 5 mil 207 muertes violentas, y en 2009 la suma fue de 6 mil 587, era un crecimiento impresionante. Sin embargo el siguiente año se llegó a la cifra de 10 mil 35 ejecuciones lo que significó que en 11 meses hubo más muertos que en todo el sexenio foxista, según datos de la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH).¹¹⁵

Por su naturaleza mediática las luchas gubernamentales se dieron más en la televisión, radio y prensa que en Los Pinos mediante una transformación que no empezó en 2006 sino años antes. Sin embargo esta modalidad, por necesidad pero también por gusto, se acrecentó con el gobierno calderonista. Los problemas se resolvían con mensajes a la nación, pronunciamientos, tiempo al aire, entrevistas, declaraciones y otras tantas manifestaciones que sería casi imposible enumerar.

El gobierno y la CUC se convirtieron en entes simbióticos con relaciones muy fuertes pero invisibles al análisis superficial como una nueva herramienta

¹¹⁵ Héctor Guerrero, "Van (hasta ayer) 10 mil ejecutados" *Periódico Reforma*, Sec. Primera, (4/11/2010)

gubernamental, mediática, política y propagandística con el fin básico y fundamental de incidir en la opinión pública.

La prolongación de la lucha antidrogas con base en la CUC llevada por el gobierno del presidente Felipe Calderón carece de prospectiva y de planeación real, ya que fue una medida diseñada para contener la crisis gubernamental de 2006. De forma efectiva se aplicaron estrategias de contención, pero una característica esencial era la fugacidad de su aplicación. Golpes rápidos y concisos llevaron a Calderón a estabilizarse en el poder, el desgaste fue el justo necesario para llegar a ese objetivo.

La Comunicación Utilitaria de Coyuntura demostró en el sexenio de Felipe Calderón su eficacia como una estrategia mediática eficiente, proactiva, y hasta noble; pero también exhibió las limitaciones que esta herramienta coyuntural tiene frente al largo plazo.

Los conflictos como ya se escribió en esta tesis, tienen una determinada geografía: la intensidad, duración y afectación son factores que se analizan para resolverlo y así contenerlo. Es parte de la sociedad. La coyuntura tiene exactamente la misma estructura y ambas implican un fuerte desgaste en el ámbito en el que se desenvuelven.

Precisamente por tal motivo la CUC en el gobierno de Felipe Calderón fue usada en exceso en un solo tópico, ya que la realidad alcanzó a gran parte de la ciudadanía mexicana y la respuesta del narcotráfico mermó la integridad social junto con los embates militares.

Quizá el momento en el cual el presidente había alcanzado más del 60% de aprobación nacional era el idóneo en que sus estrategias y él mismo debieron tomar la decisión de cambiar el tópico de la CUC pues el ataque frontal contra el narco ya no redituó satisfactoriamente la imagen presidencial; existían numerosos problemas a nivel nacional como para colgarse de alguno de ellos y enfocarlo en la estrategia ya aprendida.

Todo un sexenio de terror deriva en hartazgo de la población, cuyo ánimo pasó de la benevolencia y la aceptación al rechazo. Es decir La CUC fue exprimida al máximo, por lo tanto los primeros meses fueron los decisivos para cambiar la hoja y recibir sus beneficios, dar una vuelta de tuerca y elegir un aspecto de índole social que podría haber marcado otros resultados.

En el recuento de la virtudes de la CUC que degeneraron en dicho sexenio se encuentran el uso planificado, sistémico y permanente de los medios masivos en pro de las estrategia contra el narco, de tal manera que el estado de psicosis creado y utilizado se fue revirtiendo en su contra ya que ninguna sociedad resiste una realidad violenta sin buscar un culpable y éste fue el gobierno.

También los actos gubernamentales totalmente respaldados por los medios de comunicación que de manera sistemática lo posicionaron frente a la sociedad fueron tan explícitos y abundantes, que el mismo poder ejecutivo criticó la difusión noticiosa que alentó en sus principios, ya que afectaba seriamente su imagen

La creación de una Agenda Setting para el posicionamiento en la opinión pública fue sumamente exitosa, a tal grado que no había noticiero televisivo o radiofónico,

prensa nacional e incluso semanarios políticos que no hablaran de la Guerra contra el narcotráfico y fue el seguimiento de la Agenda a la postre lo que saturó cualquier ámbito noticioso.

En cuanto a la manipulación de encuestas y estudios de opinión, Felipe Calderón y su equipo ya no pudieron encubrir el enorme costo que tuvo la estrategia tomada. Más de 10 mil muertos en solo un año y más de 60 mil al término de su sexenio golpearon firmemente la capacidad de convencimiento que alguna vez tuvo. La creación artificial de enemigos públicos, mediante la propaganda, en busca de unificación social en torno al gobierno sirvió en un principio pero no se encauso adecuadamente a mediano plazo, no se ubicaron nuevos objetivos, nuevos “enemigos”, el ámbito social y económico fueron desestimados a pesar de que existieron un sinnúmero de coyunturas que pudieron explotar satisfactoriamente.

Y es que erigir un clima de psicosis y tensión en contra del status quo social, creó las condiciones idóneas para afianzarse en el poder sin embargo al alargar el conflicto, éste se transformó en crisis, agudizando el costo-beneficio que dotaba de legitimidad a la presidencia.

Como ya se dijo el papel del gobierno es atenuar los conflictos, institucionalizándolos, muchas veces utilizarlos como cortinas de humo, al evitar que la opinión pública se centre en problemas apremiantes de difícil resolución y fue la CUC la que dio al ejecutivo la movilidad necesaria, una válvula de escape que diera oxígeno al reciente gobierno; lamentablemente dicho gobierno no supo cuando parar y el conflicto que en un inicio promovió, detonó en una crisis la cual pone en riesgo no solo al gobernante, sino a todo el andamiaje estatal.

Comunicación Utilitaria de Coyuntura

Felipe Calderón se sentía tan débil aún con más del 60% de aprobación nacional que jamás identificó el momento de desechar la estrategia diseñada para legitimarlo, aunque la coyuntura electoral había terminado y la CUC había hecho su papel, el presidente minó el territorio ganado. Desafortunadamente lo que fue una estrategia de contención se volvió un eje rector con resultados desastrosos para todo el andamiaje institucional, social, político y económico de México.

La Comunicación utilitaria de Coyuntura podría haberse tornado en solo Comunicación Utilitaria es decir comunicación política legítima que cualquier gobierno utiliza como catalizador social, sin embargo él y su equipo no supieron aterrizar y concretar una victoria inminente, convirtiendo el sexenio de Felipe Calderón en el más sangriento de la historia moderna mexicana.

CONCLUSIÓN

Desde hace décadas gobiernos autodefinidos como democráticos simulan estadios de bienestar, pluralidad y progreso, y se sirven del pueblo en busca de beneficios tangibles, por lo que la continuidad en el poder es casi indispensable. Guerras inducidas, políticas públicas y económicas en contra del bienestar social, imposiciones legislativas o judiciales son entre muchas otras, acciones que se aplican en busca de tal fin.

Posteriormente a que el Partido Acción Nacional ganara las elecciones del año 2000, era comprensible los vastos esfuerzos que harían para no bajarse de la silla presidencial en 2006. Sin embargo era inimaginable el daño que sufriría a la postre el sistema político y la sociedad después de las elecciones.

Frente a un país dividido el Presidente Calderón se tambaleó en el poder, incluso con la legitimación que dan las instituciones, pero la crispación ciudadana era tan fuerte que se instrumentó una estrategia de contención social en la que se conjuntó a la comunicación política, la propaganda y el marketing político.

Ante tal eventualidad política se lanzó la llamada Guerra contra el Narcotráfico junto con una fuerte campaña propagandística que encabezó el presidente Felipe Calderón y los medios de comunicación, principalmente audiovisuales. La inestabilidad social generalizada, la carencia de legitimación y la necesidad imperante de afianzamiento en el poder fueron el génesis de la Comunicación

Utilitaria de Coyuntura como un instrumental científico y mediático novedoso y efectivo que aplicó el Ejecutivo.

Al asumir el poder Calderón corría el riesgo de ser rápidamente segregado del escenario político nacional por el alud de críticas en su contra por lo cual se aplicó la CUC de forma soterrada pero firme, con el fin de mostrar que el gobierno tenía el control situacional de la crisis política y que el país tenía enemigos mucho más poderosos que la oposición y el descontento social.

La estrategia inicial del Gobierno Federal fue precisamente lanzar la "Guerra Contra el Narcotráfico" que fungió como catalizador y soporte de la CUC, como cortina de humo y factor de reobjetivación de la opinión pública que buscaba rápidamente la cohesión social y jugó con el clima de psicosis y la política de encono existente.

Con el debido respaldo de los medios de comunicación, dichas acciones tuvieron el eco esperado, ya que se capitalizó el objetivo de mejorar la imagen y el aumento de aceptación presidencial, que se reflejó en encuestas y estudios de opinión que realizaban distintos tanto el ejecutivo como los medios. Incluso se transformó satisfactoriamente las necesidades de la población ya que, como se dijo anteriormente, el narcotráfico no figuró como el principal problema nacional hasta que la CUC lo posicionó como trascendental para el ideario social de los mexicanos.

Bajo este entendido es que se implantó un nuevo concepto como herramienta gubernamental de comunicación política, la cual da atención especial al escrutinio

público y político hacia la opinión pública, la denostación abierta de los adversarios y el aglutinamiento social en torno a las acciones gubernamentales. Dichos atributos imbricados en torno a la CUC, fueron más que suficientes para cambiar las reconfiguraciones políticas y sociales del país.

Así pues, el análisis de la intrincada estrategia que la Presidencia aplicó a través de la propaganda, marketing y comunicación política con el impulso y complicidad de los medios de comunicación de alcance masivo, así como la recopilación de herramientas como el miedo, el rumor y la psicosis fueron la materia prima y sustancial de esta investigación; que arroja el panorama bajo el cual la Comunicación Utilitaria de Coyuntura se convirtió en un elemento insoslayable para el Gobierno Federal, al tiempo que permite evaluar, desarrollar y dilucidar los alcances que la CUC tiene frente a innumerables circunstancias así como la develación y esbozos estratégicos que deben seguir los gobiernos para utilizarla y adecuarla a sus necesidades.

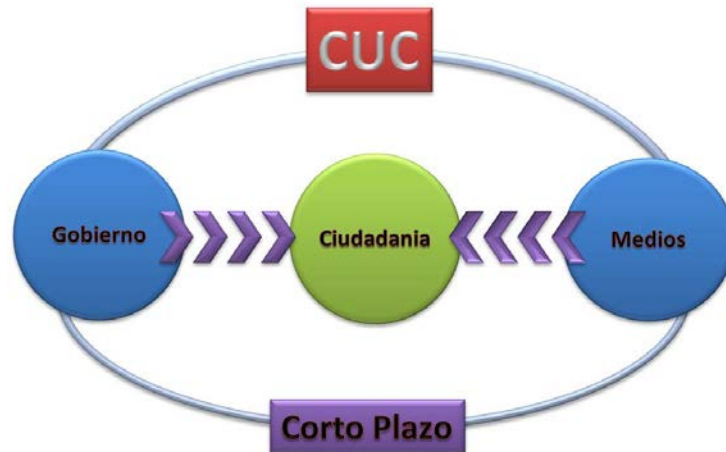
De acuerdo con los elementos encontrados en el análisis cualitativo al inicio del sexenio calderonista, se observó que las acciones federales iban dirigidas con una idea clara, la cual constaba en imponer una agenda setting, impulsar las activaciones mediáticas en sincronización con las acciones federales y formar un clima de violencia que auto justificara la misma agenda.

Además se demuestra que la CUC es útil en momentos complicados, coyunturales o de emergencia, ya que es precisamente para esos períodos que fue diseñada. Este fenómeno sociopolítico, propagandístico y por supuesto mediático hizo

posible que coincidieran polos opuestos como la sociedad y el gobierno y facilitó la maniobrabilidad de Felipe Calderón ya que le dio la liquidez para crear un clima de gobernabilidad.

Después de tener éxito en el lanzamiento de la “Guerra contra el Narcotráfico”, ésta se extendió por el norte del país, principalmente en Chihuahua, Nuevo León y Tamaulipas. Fue entonces cuando la estrategia se orientó a la generalización y omnipresencia de la fuerza pública federal, encabezada por el ejército mexicano, donde la mano invisible de la CUC fue usada para inundar la mayor parte del territorio posible y así abrirse un mayor campo de acción que asegurase la legitimación del régimen calderonista.

Así que para el adecuado funcionamiento de dicha herramienta fue necesario dividirla en dos frentes, ya que la CUC sería vista como bajuna y oportunista. Por un lado las acciones que el gabinete de seguridad pone en marcha en la “Guerra contra el Narcotráfico”, y en otro el despliegue mediático que las justifica, como acción y la reacción que van de la mano autojustificándose entre sí y retroalimentando el impacto una y otra vez para asegurar la activación de los mensajes.



La configuración de la Comunicación Utilitaria de Coyuntura se formó a través de un modelo de propaganda y difusión masiva que incluye la creación de un enemigo en común, el respaldo por medio de spots televisivos así como el uso del ejército en acciones meramente policiacas como forma de intimidación social.

La CUC sirvió a Calderón y puede funcionar frente a cualquier situación de desestabilización política e incluso militar ya que está calibrada para la sobrevivencia política, enfocada hacia la opinión pública, así como difundida y justificada por los medios de comunicación e instrumentada por el Gobierno.

Y Calderón reafirmó la hipótesis adelantada de que la CUC se ha utilizado de forma hasta ahora implícita en los momentos de crisis extrema, o al borde del colapso. El resultado de lo anterior se puede evaluar en tres rubros, respecto a las implicaciones políticas de la elección del 2006, la reacción del Ejecutivo Federal y el impacto social que devino del uso de la CUC. El primero resulta de la falta de credibilidad institucional en los resultados electorales, sumando el escenario postelectoral y la toma del poder de un presidente débil. A esto lo siguió la

respuesta del Ejecutivo para fortalecerse en el poder y finalmente la reacción de la opinión pública al respecto.

Ya sea legítima o no, la Comunicación Utilitaria de Coyuntura es una propuesta de comunicación política más elaborada y depurada que la propaganda pero también poco ética y proclive a mostrar efectos adversos en determinadas circunstancias que la agotan. Sin embargo las características propagandísticas, la argumentación belicista de urgencia, el uso del contexto negativo como fuente de legitimación, el fuerte impulso en los medios masivos, la especulación gubernamental como certeza universal y la aplicación de políticas gubernamentales respaldadas por el ejercito, son características similares y estrechas con otras estrategias mediáticas, sobretodo estadounidenses, pero la CUC tiene la capacidad de adaptación necesaria no sólo para justificar políticas sino para sobrevivir una fuerte crisis en un entorno domestico ya que es una nueva estrategia de sobrevivencia política.

Por lo anterior, la importancia de los medios de comunicación es fundamental e insoslayable pues resulta evidente que sin el respaldo mediático no se lograría la manipulación necesaria para tener éxitos en los momentos difíciles ya que dependiendo el país o región, dichos medios cumplen funciones distintas y debe contemplarse su afinidad hacia el gobierno para generar el apoyo requerido.

En el caso específico de México los medios audiovisuales están enfocados a generar grandes cantidades de dinero y se venden al mejor postor por lo que las condiciones fueron idóneas para el Ejecutivo ya que manipularon y buscaron

persuadir a la población, creando y difundiendo mensajes que coincidieran con el gobierno con el único fin de impactar masivamente y agudizar un problema endémico, potenciando el factor del miedo. Todo esto además fue impulsado por intereses políticos e ideológicos ya que es más fácil enajenar que informar objetivamente.

Por lo tanto un aliado indiscutible en la aplicación de la CUC fueron los medios ya que, como estrategia de comunicación política de emergencia que funge como instrumento complementario del poder, simplemente no pueden estar desarticulados ya que en la primera mitad del sexenio fueron casi entes simbióticos.

Al hacer una evaluación cualitativa del caso mexicano se lograron en primera instancia y con éxito la permanencia, el afianzamiento y la legitimidad necesaria para permanecer en el poder; se explotó en un principio y correctamente una causa o un conflicto; se encontró un enemigo y se creó una carencia, por lo que la aspiración social para desterrarlo del país fue el resultado esperado.

A través de la creación de mini escenarios mediáticos, espectaculares y ensombrecedores nunca antes vistos en el país, la estructuración de mensajes fueron recurrentes casi permanentes por lo que su omnipresencia era visible y tangible; dada la exposición de spots de radio y televisión dichos mensajes fueron influyentes en la opinión pública así que dieron sentido a la presencia en el poder de sus detentadores.

Lamentablemente la incompetencia de Felipe Calderón y su grupo de estrategias fue tal que después de tener una victoria política frente a la sociedad, perdió el control de su propia estrategia de comunicación y desencadenó un gran rechazo de la sociedad en contra del Gobierno Federal.

¿Por qué Calderón después de tener una excelente aceptación de la población; haber aplicado la CUC satisfactoriamente y afianzándose en el poder con éxito siguió con la misma estrategia? La pregunta tiene una lógica aplastante y no hay más respuesta que, cualquier estudio cualitativo o cuantitativo pueda dar que, la ineptitud y el miedo del presidente.

Una de las conclusiones más importantes de este análisis fue que con el conocimiento adquirido, los asesores federales jamás supieron que la coyuntura de la Guerra contra el Narcotráfico había pasado y que ya no era rentable para el gobierno dado que había ofrecido los mejores resultados posibles y el tema se degradó, por lo que en ese momento era preciso obtener y aplicar una nueva estrategia tal vez más social, económica o política y enfocarse en ella como lo fue con el narco. Y esto fue evidente cuando al gobierno se le revirtió la aceptación que antes ostentaba. La presidencia necesitaba dar una vuelta de tuerca que cambiara la atención en otro tópico, pero ésta jamás llegó

La falta de reflexión gubernamental les hizo creer a Calderón y su equipo que el uso planificado, sistémico y permanente de los medios masivos en la promoción de la afrenta contra el narco mantendría los niveles de aceptación del Ejecutivo Federal por seis años, lo cual fue un error garrafal.

Tal vez la idea de seguir con la misma estrategia fue copiada a los Estados Unidos en la Guerra contra el Terrorismo que ha llevado a cabo desde los ataques a las Torres Gemelas de Nueva York en 2001, aunque la diferencia es que la política aplicada por ellos se desenvuelve en territorios extranjeros con el objetivo de obtener legitimación doméstica, pero en el caso mexicano la repercusión fue local y afectó severamente el tejido social.

En México el estado de psicosis creado con la idea de que el narcotráfico era un enemigo desalmado, sangriento y violento pasó de la ficción a la realidad; en el momento en que buena parte de la población palpó fehacientemente el devenir de la guerra impulsada por el gobierno el rechazo y la crítica hizo mella en la opinión pública nacional. Así que el presidente de “Vivir mejor” se transformó en el de “los más de 60 mil muertos”.

Otra conclusión general es que el resultado de alargar la Guerra contra el Narcotráfico muestra que la Comunicación Utilitaria de Coyuntura, aun con las características que la conforman y la hacen exitosa, como el uso planificado, sistémico y permanente de los medios masivos; los actos gubernamentales respaldados por los medios de comunicación; la creación de una Agenda Setting para el posicionamiento en la opinión pública; la manipulación de encuestas y estudios de opinión; la creación artificial de enemigos públicos mediante la propaganda; erigir un clima de distorsión de la realidad; la descalificación de cualquier tipo de disenso y radicalización del discurso, así como la desviación de la atención de los principales problemas nacionales, tienen un límite y éste es el

tiempo ya que es de repercusión a corto plazo y no es precisamente resistente a largas temporadas de exposición.

México es ahora un ejemplo del uso de la CUC y podrá ser usado no solo por cualquier ente detentador de poder sino como base para cualquier estudio académico que busque clarificar, resolver e incluso aprender los errores y aciertos en casi seis años de aplicación

Finalmente es menester señalar que la CUC bien utilizada es un excelente instrumental científico que busca estabilizar una crisis sistémica mediante un método integral que contiene propaganda, políticas instrumentadas y difusión masiva. Es un nuevo paradigma tanto en la ejecución como en el análisis de la comunicación política mundial y sienta las bases de un nuevo sistema de relaciones casi simbióticas entre el gobierno y los medios, ya estudiada, pero con un enfoque coyuntural y de emergencia que salvará a más de un gobierno en el siglo XXI.

BIBLIOGRAFÍA

- Bobbio Norberto. Matteucci Nicola y Pasquino Gianfranco. *Diccionario de Política*, Tomo I. México, Siglo XXI, 1998.
- Bobbio Norberto. Matteucci Nicola y Pasquino Gianfranco. *Diccionario de Política*, Tomo I. México, Siglo XXI, 1998
- Bobbio Norberto. *El futuro de la democracia*. México, Fondo de Cultura Económica, Tercera Edición, 2001.
- Elizalde Luciano H. *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2004.
- Flores Corrales Otilio. Algunas formulaciones del concepto y fenómeno de la democracia," *Revista de Estudios Políticos* 9, no. 3 (diciembre 2010)
- González Llaca Edmundo. *Teoría y Práctica de la Propaganda*. México, Ed. Grijalbo, 1981
- Habermas, Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública :La transformación estructural de la vida pública*. México, Ed. Gustavo Gili, 1994.
- Lasswell Harold y Kaplan Abraham. *Power and Society :A framework for political inquiry*. New haven, Yale University Press, 1957.
- March, James G. y Johan, P Olsen. "El ejercicio del poder desde una perspectiva institucional", en *Gestión y política pública*, Vol. 6, No.1, 1997(CIDE), disponible en:
http://www.gestionypoliticapublica.cide.edu/num_anteriores/Vol.VI._No.I_1ersem/MJ_Vol.6_No.I_1sem.pdf
- Merton, Robert. *Teoría y estructura sociales*. México, Fondo de Cultura Económica, 2002.

- Monzón, Cándido. *Opinión Pública*. Madrid, Ed. Tecnos, 2006.
- Naief, Yehya. *Guerra y Propaganda* (México, Ed. Paidós, 2002).
- Ríos, Viridiana; Shirk, David A. *Drug violence in Mexico: data and analysis*. San Diego, Ed. University of San Diego, 2011.
- Rodríguez Díaz, Raquel. *Teoría de la Agenda-Setting : aplicación a la enseñanza universitaria*. Madrid, Ed. Universidad de Alicante, 2004.
- Sartori, Giovanni. *¿Qué es la Democracia?*. México, Editorial Patria, bajo el sello Nueva Imagen, 1997.
- Sartori, Giovanni. *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida*. México, Taurus, 2000.
- Sauvy, Aldred. *La Opinión Pública*. Barcelona, Oikos-tau, 1971.
- Suarez-Iñiguez, Enrique. La verdadera democracia. México, Revista De Estudios Políticos, no. 25 (diciembre 2003) UNAM, 2008.
- Touraine, Alain. *¿Cómo salir del liberalismo?*. Barcelona, Ed. Paidós, 1999.
- Wolton, Dominique. “La comunicación política: la construcción de un modelo”, en Ferry, Jean-Marc, Dominique Wolton, *El nuevo espacio público*. Barcelona, Edit. Gedisa, 1992.

HEMEROGRAFÍA

- Aguayo, Mayolo. “Llama FCH a frenar narcopolítica” Periódico Reforma, Sec. Primera, (1/12/2007)
- Aguayo, Sergio. “Plan México” Periódico Reforma, Sec. Opinión, (29/8/2007).
- Barajas, Abel. “Toma ejercito a Michoacán” Periódico Reforma, Sec. Primera (12/12/2006).
- Buendía, Jorge. “Baja a 6.4 calificación de Calderón” Periódico El Universal, Sec. Nación, (5/11/2007).
- Buendía, Jorge. “Cae aprobación presidencial” Periódico El Universal, Sec. Nacional, (8/5/2008).
- Corresponsales. “2000 muertos por el narco” Periódico El Universal, Sec. Nacional, (5/7/2008).
- Cruz, Ángeles. “Critica Calderón a medios que tratan de “eliminar todo resquicio de esperanza”” Periódico La Jornada, Sec. Política, (5/9/2008).
- Garduño, Roberto “En la lucha contra el crimen no habrá tregua, dice Calderón a la Fuerza Aérea” Periódico La Jornada, Sec. Política, (11/2/2007).
- Garduño, Roberto. “Calderón pide \$1,723 millones para publicitar sus “logros”” Periódico La Jornada, Sec. Política (12/9/2008).
- Gómez, Natalia “Pide ONU respetar derechos humanos en lucha contra narco” Periódico El Universal, (19/5/2008).

- Guerrero, Héctor Guerrero. “Van (hasta ayer) 10 mil ejecutados” Periódico Reforma, Sec. Primera, (4/11/2010)
- Herrera Beltrán, Claudia. “El gobierno se declara en guerra contra el hampa inicia acciones en Michoacán” Periódico La Jornada, Sec. Primera, (12/12/2006).
- Herrera Beltrán, Claudia. “Ganar legitimidad, de las prioridades de Calderón en un año de gobierno” Periódico La Jornada, Sec. Política, (1/12/2007).
- Jiménez, Benito. “Todo el Poder” Periódico Reforma, Sec. Primera (30/12/2006).
- Jiménez, Sergio Javier. “Va Ejército contra el narco en Michoacán” Periódico El Universal, Sec. Primera (12/12/2006).
- Jorge Buendía, “La Mayoría aprueba a Calderón” Periódico El Universal, Sec. Nación, (6/2/2007).
- López, Mayolo. “Rescatemos México” Periódico Reforma, Sec. Primera (11/2/2007).
- Parametría. “Evaluación del Instituto Federal Electoral” (1/8/2010): disponible en <http://www.parametria.com.mx/DetalleEstudio.php?E=4246>
- Ramos Pérez, Jorge. “Inundó’ FCH con spots de Tabasco” Periódico El Universal, Sec. Nación, (28/11/2007).
- Ramos Pérez, Jorge. “Calderón duplicará en 2007 gasto de Fox en publicidad” Periódico El Universal, Sec. Nación, (23/5/2007).
- Ramos Pérez, Jorge. “Rebasó ya FCH gasto de Fox en propaganda” Periódico El Universal, Sec. Nación, (14/7/2011).

- Redacción, “Olvidan’ en spots garantía de detenidos” Periódico El Universal, Sec. Nación, (13/9/2008).
- Redacción. “Encuesta de aprobación” Periódico Reforma. Sec. Primera, (1/9/2007).
- Redacción. “Encuesta: Combate al crimen” Periódico Reforma, Sec. Primera (1/6/2008).
- Redacción. “Encuesta: Mantiene aprobación” Periódico Reforma, Sec. Primera (1/3/2008).
- Redacción. “Pintan de rojo al país” Periódico Reforma, Sec. Nacional, (7/7/2009).
- Torres, Alejandro. “No vamos a rendirnos ante narcos: Calderón” Periódico El Universal, Sec. Primera, (11/2/2007).
- Zúñiga, Juan Antonio. “Pierde 500 mil mdd banca global por la crisis hipotecaria en EU” Periódico La Jornada, Sec. Política, (26/6/2008).