

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL TÉRMINO INSEGURIDAD EN LOS DISCUROS DEL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2010 QUE INFLUYEN EN LA IMAGEN PÚBLICA DE FELIPE CALDERÓN”

Autor: Sandra Anayatzin Escutia Chávez

Tesis presentada para obtener el título de:
Maestría en Comunicación

Nombre del asesor:
Laila Magali Montes Nieto

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UVAQ M.R.
Universidad Vasco de Quiroga

UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, A. C.
COORDINACIÓN DE POSGRADOS EN COMUNICACIÓN

**“ANÁLISIS DE CONTENIDO DEL TÉRMINO INSEGURIDAD EN LOS
DISCURSOS DEL PRIMER CUATRIMESTRE DEL 2010 QUE
INFLUYEN EN LA IMAGEN PÚBLICA DE FELIPE CALDERÓN”**

TESIS DE GRADO

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
MAESTRA EN COMUNICACIÓN

PRESENTA:
SANDRA ANAYATZIN ESCUTIA CHÁVEZ

Asesora:
DRA. en C. LAILA MAGALI MONTES NIETO

Acuerdo: **MAES010901**
Clave: **16PSU0061A**

Morelia, Mich., Febrero de 2011

Índice

PROTOCOLO DE INVESTIGACIÓN

Tema.
Justificación.
Antecedentes.
Planteamiento.
Pregunta de Investigación.
Hipótesis.
Variables.
Objetivo General.
Objetivo Específico.
Metodología.

Marco Teórico

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DE CONTENIDO

1.1 Conceptualización de Análisis de Contenido.

1.2 Origen e historia del Análisis de Contenido.

1.2.1 Precursores del Análisis de Contenido.

1.3 Componentes del Análisis de Contenido.

1.3.1 Formulación de datos.

1.3.2 Reducción de los datos.

1.3.3. Inferencia.

1.3.4 Análisis.

1.4 Unidades de análisis de contenido.

1.5 Tipos de análisis de Contenido.

1.5.1 El análisis de contenido según los objetivos de la investigación.

1.5.2 El análisis de contenido según las fuentes del material de análisis.

1.5.3 El análisis de contenido según el diseño de análisis.

1.5.4 El análisis de contenido según los parámetros de medición y evaluación.

1.5.5 El análisis de contenido según las unidades de registro y de análisis.

CAPÍTULO 2: IMAGEN PÚBLICA Y DISCURSO POLÍTICO

- 2.1 Imagen y discurso.
- 2.2 Imagen pública.
 - 2.2.1 Imagen física.
 - 2.2.2 Imagen profesional.
 - 2.2.3 Imagen verbal.
 - 2.2.4 Imagen visual.
 - 2.2.5 Imagen audiovisual.
 - 2.2.6 Imagen ambiental.
- 2.3 Imagen pública y poder político.
- 2.4 Discurso político.

CAPÍTULO 3: FELIPE CALDERÓN Y SU IMAGEN PÚBLICA

- 3.1 Felipe Calderón Hinojosa.
 - 3.1.1 Biografía.
- 3.2 Felipe Calderón y su imagen pública.
 - 3.2.1 La imagen pública de Felipe Calderón por medio de la “Consulta Mitofsky”.
- 3.3 Algunas noticias relevantes en el primer cuatrimestre del 2010.

CAPÍTULO 4: INSEGURIDAD Y FELIPE CALDERÓN

*Análisis de contenido en los discursos de Felipe Calderón en cuanto al término inseguridad en el primer cuatrimestre del 2010.

- 4.1 Definición de Inseguridad.
 - 4.1.1 Inseguridad social.
 - 4.1.2. Definición de delincuencia, crimen organizado y violencia.
- 4.2 Seguridad Pública y Felipe Calderón.

4.3 Análisis de Contenido en los Discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre del 2010.

4.4 Resultados del Análisis de Contenido en los Discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre del 2010.

4.5 Conclusión.

Referencias

Justificación

Hoy en día México ha pasado por una serie de acontecimientos económicos, políticos y sociales, durante el gobierno de Felipe Calderón, que se han caracterizado entre otros aspectos por la lucha contra el narcotráfico y una crisis económica que subraya la necesidad de políticas públicas en beneficio de la sociedad.

Esto lo vemos reflejado día a día en las noticias, donde el índice de muertes a manos del crimen organizado va en aumento, simplemente en el primer cuatrimestre del 2010, tenemos noticias, entre las cuales destacan algunas, como son:

A principios de Febrero de 2010, ocurrió una matanza de jóvenes en la ciudad fronteriza mexicana de Ciudad Juárez en Chihuahua, a cargo de sicarios, donde fallecieron 13 adolescentes, supuestamente vinculados con la pandilla llamada, "*Los artistas asesinos*", sin embargo posteriormente se determinó que eran estudiantes de secundaria sin vínculos al narcotráfico. (Montañez, 2010)

El viernes 19 de febrero de 2010, la violencia en territorio mexicano ha dejado al menos 21 muertos en menos de 48 horas, después de que el presidente Felipe Calderón anunciará su programa de "cero tolerancia" contra la delincuencia de México...En Apatzingán, Michoacán, en el centro de la República, la Policía Federal detuvo, el jueves 18 de febrero, a tres presuntos sicarios del cártel de narcotraficantes de *La Familia* y también fueron encontrados los cuerpos decapitados de seis personas, que estaban dentro de un automóvil abandonado en la salida de la carretera de Morelia hacia el municipio de Quiroga, entre otros sucesos violentos... (NOTIMEX, 2010)

El 19 de Marzo de 2010, un enfrentamiento entre sicarios, dejó muertos a dos estudiantes de posgrado del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey que en un principio fueron signados como sicarios de algún cártel del narcotráfico mexicano, sin embargo, posteriormente, el rector de tal universidad

mexicana determinó que se trató de simples estudiantes de dicha institución que fallecieron en medio de una balacera vinculada con el narcotráfico donde no tenían relación alguna, la comunidad estudiantil se solidarizó con sus deudos. (Scribd, Guerra vs narco, 2010)

El 26 de Marzo de 2010, El Presidente de México, Felipe Calderón, ha pedido a los ciudadanos que ya no comenten sobre los asaltos, secuestros, asesinatos, violaciones, desempleo, decapitaciones, ajustes de cuenta, robos, crisis económica y violencia que se vive a diario en el país y que “hablen bien de México”.

Para Calderón, México no está tan mal, y afirmó que de los 18 mil asesinados por el crimen organizado durante lo que va de su sexenio, que equivale a 11.5 asesinatos por cada 100 mil habitantes, son casi nada comparados con los 60 homicidios que se presentan en Jamaica, los 52 de El Salvador o los 22 de Brasil. (FB_NOTICIAS, 2010)

El 20 de Mayo de 2010, el presidente Felipe Calderón durante una gira de trabajo a Estados Unidos, expuso un discurso ante su congreso, criticando las leyes internas del país y pidiendo detener el flujo de armas a México, eso le valió los aplausos de la mayoría de los asistentes, sin embargo, otros como el senador John McCain criticaron al presidente mexicano por inmiscuirse en leyes que solo les pertenecen a ellos y le decepcionó dijo, haber utilizado el foro estadounidense como el congreso para hacerlo. (Scribd, Guerra vs narco, 2010)

Esto por mencionar algunos sucesos, pues además, el 1 de marzo del 2010, se publica el resultado que revela una encuesta de Consulta Mitofsky, que informa que la política de Felipe Calderón no le gusta al 44.2 % de los mexicanos, revelando que casi la mitad de los tres mil encuestados reprueba la forma de gobernar de Calderón. Por cuarto trimestre consecutivo la cifra de personas que no está de acuerdo con el presidente aumentó; y pasó del 40.2 al 44.2%. Y el 70% de los ciudadanos consultados afirma que el principal problema del país es económico, y uno de cada cuatro piensa que se debe a la inseguridad.

La caída en la aceptación a Calderón es de 13 puntos porcentuales en un año, lo que demuestra que las acciones del Ejecutivo, más que tranquilizar a la población, le preocupan. (Mitofsky, 2010)

Es por ello que me interesa utilizar el análisis de contenido como método para identificar “inseguridad” en los discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre del 2010, que a final de cuentas median su imagen pública. Esto tomando en cuenta que el discurso es el acto verbal y oral de dirigirse a un público y que tiene como objetivo principal persuadir a la sociedad y entorno inmediato; además de convencer, informar, entretener y argumentar, entre otras características, es interesante conocer el resultado que tiene este ante los michoacanos de forma inmediata.

De la misma manera el análisis de sus discursos abarcan desde un proceso lingüístico, semántico, psicológico, histórico, político e incluso imagen pública, ciencias que en su aspecto práctico son parte de la vida de cada persona. Además trata de problemas sociales, relaciones de poder que muchas veces en la política son discursivas, así como constituye la sociedad, la cultura y se hace un trabajo ideológico e histórico. De la misma manera, el enlace entre el texto y la sociedad es mediato, interpretativo, explicativo y es una forma de acción social.

El discurso está involucrado en la reproducción del poder social, con tal fin necesitamos comprender y conocer que esa distinción es una construcción sociológica y a fin de vincular el discurso con la sociedad en general, y con la desigualdad social en particular, necesitamos ser capaces de enlazar diversos niveles de descripción, es por ello que esta investigación la considero importante para la sociedad, para el mismo Felipe Calderón y para el Partido Acción Nacional, al cual pertenece el Presidente, tomando en cuenta que estamos próximos a elecciones estatales y federales.

Además, la presente investigación es importante para la UVAQ, su comunidad educativa, en especial en el ramo de la Comunicación, debido a que

aporta al conocimiento, así como da conocer y comprender que un análisis de contenido es un método de investigación que se puede aplicar a discursos del ámbito político y saber que el uso de la palabra y su análisis ayudan a mediar la imagen pública del exponente.

Por consiguiente esta investigación puede ser de apoyo para toda aquella persona que esté interesada en transmitir un discurso, pues saben que en la forma en que lo expresan y el contenido de cada una de sus palabras son parte de su proceso de integración y aceptación de sus receptores y estos pueden así determinar si ayudan o perjudican a su imagen pública.

Antecedentes

Con base en el tema “*Análisis de contenido del término inseguridad en los discursos del primer cuatrimestre del 2010 que influyen en la imagen pública de Felipe Calderón*”, no se han hecho investigaciones como tal, sin embargo, el análisis de contenido sí se ha aplicado en estudios, que se relacionan y podrían aportar al desarrollo de mi tema como:

En “Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas *Semana* y *Cambio*, 1998-2004” de Tatiana Rodríguez Maldonado (2005: 147)¹:

“...el análisis de contenido es un procedimiento cuantitativo de investigación que sirve para describir, objetiva y sistemáticamente, el contenido manifiesto de una comunicación, pues se asume que el significado simbólico de los mensajes está neutralmente en ellos...”

Este trabajo busca destacar el enunciado efectivo que constituye la imagen como hecho social en sí misma, y trata de derogar la idea dominante, según la cual el texto es el único vehículo del discurso lógico. Para ello, se aplica el análisis de contenido y la pragmática de la imagen sobre las portadas de las revistas

¹ Tatiana Rodríguez Maldonado, Politóloga de la Universidad Nacional. Asistente en la fundación de José Ortega y Gasset.

Cambio y Semana (1998-2004), asumidos como enunciados o acontecimientos discursivos que constituyen modalidades específicas de producción de sentido y configuran imaginarios colectivos, que, pese a su aparente interés testimonial, no muestran la complejidad de la realidad colombiana, sino que la encubren mediante una retórica no perturbadora, al hacer uso de imágenes cotidianas, alejándose del conflicto y construyendo a sus actores a partir de estereotipos.

En el tema “*El encanto audiovisual y la política: Una mirada reflexiva sobre el spot político-electoral televisivo*”, en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede México, Javier Contreras Alcántara (2006:45), habla de:

“...el análisis de contenido que describe 'objetiva', sistemática y cuantitativamente el contenido de los mensajes...las consecuencias y las transformaciones que sobre el hacer y decir político acarrea la forma comunicativa spot. Donde además, se concentran en el análisis del contenido del registro discursivo de una forma comunicativa que se caracteriza por el registro audiovisual...”

Contreras Alcántara en su investigación habla sobre el proceso electoral de 2006 para elegir Presidente en México, donde se suscitó una llamada "Guerra de Spots" y donde el Instituto Federal Electoral (IFE) y el Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación tuvieron que resolver controversias presentadas por los partidos a causa de los spots, decidiendo qué se vale decir y que no.

Su investigación tiene el objetivo de reflexionar acerca de la forma comunicativa llamada spot, específicamente del spot que es puesto en circulación por los partidos políticos y candidatos a puestos de elección popular durante los procesos electorales. Y habla de cómo en los spots político-electorales, a través del manejo de la imagen audiovisual y del discurso, los partidos políticos y candidatos a puestos de elección se autopresentan ante el elector y construyen diferenciaciones respecto a sus oponentes.

Además plantea una propuesta para re-pensar al spot político-electoral televisivo, presentando vaivenes de la relación entre imagen y política.

Cabe destacar que la investigación que aquí se desarrolla es un primer acercamiento al tema que será profundizado en un momento futuro, por ahora, representa un esfuerzo para comenzar a reflexionar académicamente en nuestro país sobre la relación emergente entre imagen y política en un contexto de alternancia y consolidación democrática, esfuerzo que busca colaborar al fortalecimiento del campo interdisciplinario de la *Comunicación Política* en nuestro país, al ir más allá de los titulares periodísticos y la sorpresa o indignación por la irrupción de los spots durante esta campaña electoral.

En el tema “*Análisis del discurso de un entrenador de fútbol, comparación entre dos situaciones diferentes de competición*” del Departamento de Educación Física y Deportiva de la Facultad de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte en la Universidad de Granada por Sánchez, D.L. y Viciano, J. (2002), menciona que:

“El análisis de contenido tiene ya una considerable historia de unos 100 años, siendo las primeras manifestaciones las realizadas en el ámbito periodístico y sociológico, centradas en el análisis de la prensa...posteriormente, el análisis de contenido se extendió a la Psicología en 3 líneas: La primera sobre el análisis de los registros verbales para identificar características motivacionales y personalidad (Baldwin, 1942; Allport, 1942; White 1947:103). Una segunda línea aparece para analizar las respuestas abiertas y relatos de los test. Y la tercera línea surge para analizar los procesos de comunicación, para poder inferir aspectos más profundos entre los integrantes de dicha comunicación... actualmente, el análisis de contenido se está aplicando a las instrucciones de los entrenadores y a su discurso, tanto en entrenamiento como en competición”.

Sánchez, D.L. y Viciano, J., nos hablan de un análisis del discurso de un entrenador de fútbol base, durante 2 situaciones de competición diferentes: por un lado las instrucciones ofrecidas ante una situación de competición favorable (adversario clasificado en un puesto inferior), y por otro, una situación de competición adversa (adversario clasificado en un puesto superior). Se exponen las categorías de análisis utilizadas en el desarrollo de la investigación, junto a posibles alternativas para trabajos posteriores.

Se pretende describir el comportamiento del entrenador de fútbol base en cuanto a variables como la cantidad de información ofrecida, el contenido o temática de la información, sobre qué jugador/es recae esa información, etc. Los resultados muestran una alta tasa de información, predominantemente táctica, que recae en mayor medida sobre las líneas defensivas, no existiendo grandes diferencias en la comparación de las situaciones de competición analizadas.

En “Discurso Político” - Cuadernos de Formación para la Práctica Democrática No. 9 en Guatemala, Centroamérica en el mes de mayo (2004:38-39), en el Instituto Centroamericano de Estudios Políticos, se menciona que:

“...las técnicas de Análisis Temático y lógico-estéticas se prestan para el análisis de amplios conjuntos o muestras grandes de textos, es decir para un análisis extensivo o cuantitativo, no así las técnicas estructurales que, por ser más complejas, implican un trabajo más intensivo o “cualitativo”, sólo posible -en la práctica- para conjuntos reducidos de discursos salvo que se disponga de grandes cantidades de tiempo y recursos de investigación. Debe tomarse en cuenta que los análisis de tipo cualitativo son necesariamente más subjetivos, ya que dependen mucho más de los criterios del analista...”

Este texto nos habla de una recopilación de definiciones, conceptos y técnicas de cómo hacer análisis, el cual surgió al conocer la necesidad que existe en el medio centroamericano de entender e interpretar lo que dicen los políticos, los medios de comunicación, los líderes sociales; ya que existe la creencia que para ganar simpatías o debates públicos es válido decir lo que sea, como sea. Existe la percepción entre los líderes y entre los miembros de cualquier organización que se puede decir cualquier cosa en cualquier momento, lo cual no es cierto. De allí la importancia de analizar lo que se dice en la plaza pública.

En el tema *“Implicaciones conceptuales y metodológicas de la comunicación estratégica en la gestión de la imagen corporativa interna de los servicios sanitarios-Caso: El hospital Vall d’ Hebron”* de la Universidad Autónoma de Barcelona en por B. Jéssica Lingán Azañedo (2003: 173), menciona:

“...el universo muestral del análisis de contenido está comprendió por una muestra de los productos comunicativos representativos del programa de valores...”

Dicha investigación analiza la imagen corporativa del Hospital Vall d’ Hebron en su público interno. Esta parte de una investigación conceptual de la teoría existente hasta aproximarse al objeto de estudio mediante la metodología científica, se han empleado las técnicas cuantitativas (encuesta) como cualitativas (grupos focales y análisis de contenido).

En tal sentido, se observan implicaciones conceptuales y metodológicas de la comunicación estratégica en la gestión de la imagen corporativa interna del Hospital Vall d’ Hebron por lo tanto, se establece que la carencia de un planteamiento estratégico de la comunicación y del rol de gestor de la comunicación interna, determina la imagen negativa que tiene el público interno de la institución.

Planteamiento y pregunta del problema

El discurso es uno de los vínculos que utilizamos para nuestras relaciones, públicas, sociales, personales que dan apertura a conocer la imagen que los demás tiene de mí, en lo que expresamos, más en figuras públicas como los políticos. Es decir, lo que se dice y cómo se dice afecta la imagen de una persona.

La precepción ciudadana sobre seguridad en México, según Mitofsky, dice que: prácticamente cuatro de cada cinco ciudadanos consideran que las condiciones en las que vivimos hoy son menos seguras que las que teníamos hace un año en México.

Independientemente de las condiciones de vida, se sabe que los discursos emitidos por los líderes son los que determinan la opinión pública. ¿Qué información oficial favoreció esta percepción en las personas?

Por lo tanto surge la siguiente interrogante:

¿Cuál es el manejo del término “inseguridad” en los discursos de Felipe Calderón?

Hipótesis

El manejo del término “inseguridad” en los discursos de Felipe Calderón influyeron en el deterioro de su imagen pública en el primer cuatrimestre del 2010.

Objetivo General

Identificar el manejo del término “inseguridad” en los discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre de 2010 que impactaron en su imagen pública.

Objetivos Particulares

- a) Investigar qué factores de un análisis de contenido ayudan a estudiar los discursos de Felipe Calderón.
- b) Determinar la relación entre imagen pública y discurso político

- c) Conocer la imagen pública de Felipe Calderón al primer cuatrimestre del 2010.
- d) Investigar por medio del análisis de contenido, los discursos de Felipe Calderón, en el primer cuatrimestre del 2010.
- e) Conocer si el uso del término “inseguridad”, así como las variables: “Violencia”, “Delincuencia” y “Crimen Organizado” en los discursos de Felipe Calderón influyeron para afectar su imagen pública.

Metodología y método

A través de la corriente funcionalista, por medio del análisis de contenido se realizará un análisis de los discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre del 2010.

En este sentido, cabe mencionar que se basará en una corriente funcionalista porque tiene sus raíces en la Antropología (con Malinowski como máxima figura) y considera a la sociedad como un conjunto de partes (instituciones, grupos sociales, entre otros) que funcionan como una totalidad. De tal modo que el mal funcionamiento de alguna de ellas afecta al conjunto que es la sociedad. En palabras del propio Malinowski, la función es la forma en que la sociedad satisface sus necesidades. (Fernández Álvarez, 2004).

En suma, la clave es el concepto de función: todas y cada una de las partes que componen nuestro mundo social desempeñan una función y están estructuradas para ello. Es así que en este caso las piezas que forman un discurso, el cual es parte de las acciones de un personaje, busca llegar a influir en una sociedad y esto quizá otros autores lo definan como una teoría estructural-funcionalista.

De la misma manera, considerando que se utilizará como método el análisis de contenido y siendo uno de sus principales precursores Lasswell, es importante recordar su mención sobre el análisis de contenido, el cual dice que es conocido

por sus preguntas básicas que conforman los problemas del proceso comunicativo, pero también por el ser primero en estudiar los efectos de propaganda política en la 1ª Guerra Mundial, lo cual es una tecnología más al igual que otras más allá de toda consideración moral y es una visión instrumental de los medios, propia del funcionalismo filosófico que animaba a las mass communication research.

Ahora bien, esto también nos lleva a una investigación Ex Post-facto, la cual es el estudio de fenómenos que ya se han producido, y en la cual no podemos ejercer el control sobre las variables, respeta el fenómeno tal y como se produce, no trata de controlar las condiciones de producción del fenómeno o las variables, además de ser aplicable a las ciencias sociales y humanas.

Se realizará una definición y explicación de análisis de contenido, imagen y discurso de Felipe Calderón y posteriormente se tomarán sus discursos, en el primer cuatrimestre del 2010, para hacerse un análisis de contenido con el objetivo de conocer “inseguridad” con sus variables, como son: Violencia, Delincuencia y Crimen organizado.

CAPÍTULO 1: ANÁLISIS DE CONTENIDO

1.1 Conceptualización de Análisis de Contenido.

Piñuel, J. (2002:2), dijo que el análisis de contenido es un conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida cuantitativas o cualitativas tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre las condiciones que puedan darse para su empleo posterior. El análisis de contenido, de hecho, se convirtió a finales del siglo XX en una de las técnicas de uso más frecuente en muchas ciencias sociales, adquiriendo una relevancia desconocida en el pasado a medida que se introdujeron procedimientos informáticos en el tratamiento de los datos.

Análisis de Contenido es un término que va de una categoría a formar parte de una inferencia, de ahí la definición de Krippendorff (1990:28), donde dice:

“...el análisis de contenido es un procedimiento cuantitativo de investigación que sirve para describir, objetiva y sistemáticamente, el contenido manifiesto de una comunicación, pues se asume que el significado simbólico de los mensajes está neutralmente en ellos...parece más conveniente definir esta metodología como una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproductibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto...”

Existen más definiciones similares que nos hablan de un análisis de contenido como esa técnica de interpretación de textos, basado en lo textual o visual argumentada como método científico, como una investigación social, observación, experimento, entre otras; combinada intrínsecamente con la observación, producción de datos y la interpretación.

Es por ello que una parte fundamental en el análisis de contenido son el texto y contexto.

Algunos otros autores definen el análisis de contenido cómo:

“Una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación”
(Berelson 1952: 18)

Es decir que el análisis de contenido debe seguir ciertas reglas, donde la objetividad sea el procedimiento utilizado por otro investigador, de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación, además, la sistematización hace referencia a pautas ordenadas que abarquen el total del contenido observado ambos de resultado a la reproductividad.

Hostil y Stone (1969: 5) abogan por una definición que aporta varios aspectos muy importantes respecto a la realizada por Berelson y dicen que:

“El análisis de contenido es una técnica de investigación para formular inferencias identificando de manera sistemática y objetiva ciertas características específicas dentro de un texto”.

Desapareciendo así los requisitos mencionado por Berelson, de que los análisis de contenido sean “cuantitativos” y “manifiestos”, admitiéndose de esta manera la posibilidad de que dichos análisis puedan ser “cualitativos” haciendo referencia al contenido “latente” de los textos” y se añade como relevante la inferencia de Krippendorff, la cual menciona que el análisis de contenido es un procedimiento cuantitativo de investigación.

Ahora bien, quizá la definición de Bardin, (1996: 32) puede englobar todas las definiciones vistas hasta ahora conceptualizando el término “análisis de contenido” como:

“el conjunto de técnicas de análisis de las comunicaciones tendientes a obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes”.

Por tanto, pertenecen al campo del análisis de contenido todo el conjunto de técnicas tendientes a explicar y sistematizar el contenido de los mensajes comunicativos de textos, sonidos e imágenes y la expresión de ese contenido con ayuda de indicios cuantificables o no. Todo ello con el objetivo de efectuar deducciones lógicas justificadas concernientes a la fuente – el emisor y su contexto – o eventualmente a sus efectos.

Es por ello que para mí presente investigación se utiliza dicho método, debido a que el análisis de contenido busca estructura y regularidad, es decir lo latente, usa patrones del texto e interfiere a partir de ellos, revela la importancia de una idea, codifica las características relevantes del contenido de un mensaje para transformarlas en unidades que permite su descripción y análisis preciso, además, describe tendencias en el contenido de la comunicación, devela diferencias en el contenido de la comunicación, compara mensajes, niveles y medios de comunicación y expone técnicas publicitarias y de propaganda, así como media la claridad de los mensajes, descifra mensajes ocultos pudiendo quizá determina el estado psicológico de personas o grupos.

De la misma manera, el análisis de contenido anticipa respuestas comunicacionales, refleja actitudes, valores y creencias de personas, grupos o comunicacionales, cierra preguntas abiertas, compara ideologías, compara vocabulario y analiza evolución de estrategias publicitarias o discursivas.

En resumen, el análisis de contenido, es un método, procedimiento o conjunto de técnicas aplicables a mensajes escritos u orales, con el objetivo de conocer las entrelíneas de cada mensaje, o determinar la manera como son llevados estos mensajes a los diferentes públicos.

1.2 Historia del Análisis de Contenido.

Además de los fenómenos socio-culturales que dieron paso al análisis de contenido, es necesario considerar los precedentes doctrinales que lo posibilitan y en los que se apoya. En este sentido, Silbermann, (1973), destaca la influencia de Freud, y especialmente de su libro *Die Traumdeutung*, publicado en 1900, que intenta arrojar luz, experimentalmente, sobre los elementos irracionales de la conducta humana, relacionado con el simbolismo, el lenguaje y el mito. La línea abierta por Freud con su técnica del análisis de los sueños tuvo como consecuencia el análisis conceptual de formas simbólicas, tal como todavía aparece en el libro, de Ernest Cassirer (1922-23), "*Philosophie der symbolischen Formen*", el cual fuera sustituido por un análisis que pretendía descubrir el significado de los símbolos en la vida social.

Por otra parte, dentro del esquema histórico diseñado por Silbermann, posee una significación profunda el desplazamiento de la psicología individual analítica por una psicología colectiva y compleja. De aquí se siguió que los investigadores de las ciencias sociales, próximos al psicoanálisis, comenzaron a comprender la necesidad de realizar un análisis en su contenido y el significado de los símbolos que se utilizan dentro del sistema social en la comunicación (verbales, gráficos, musicales, etc.), lo que dio lugar al desarrollo lento de una técnica científica interpretativa.

Y es así que la historia propiamente dicha del análisis de contenido es impulsado por Lasswell y su grupo de colaboradores.

Lasswell es conocido por sus preguntas básicas que conforman los problemas del proceso comunicativo, pero también por el ser primero en estudiar los efectos de propaganda política en la 1ª Guerra Mundial. Además depuró y perfeccionó el análisis de contenido. Lasswell, menciona la imposibilidad de las democracias de desprenderse de los medios para gestionar las opiniones públicas a través de la propaganda. A través de ella se suscita la adhesión de las masas y

es una tecnología más al igual que otras más allá de toda consideración moral. Se trata de una visión instrumental de los medios, propia del funcionalismo filosófico que animaba a las Mass Communication Research.

Sin embargo, el análisis de contenido como lo conocemos actualmente, se inicia en la Escuela de Periodismo de Columbia, bajo la forma de análisis cuantitativo en periódicos; donde numerosos autores se preocuparon por establecer cuáles eran las tendencias en los diarios de fines del siglo XIX y principios del siglo XX, principalmente en Estados Unidos. Los analistas se abocaron a medir y cuantificar las noticias publicadas por los medios impresos, a través del recuento y medida de los artículos, tamaño de los titulares, emplazamiento de la página, etcétera. De la misma manera, se inicia la utilización de la propaganda política por parte de diversos regímenes totalitarios, como el nazi.

1.2.1 Precusores del Análisis de Contenido.

Los principales precusores del análisis de contenido fueron por: Lasswell, Berelson y Lazarsfeld (1984).

El precursor del análisis de contenido presentado como una metodología bien definida, es Harold Lasswell, quien analiza la prensa desde 1915 a 1927, cuando aparece su obra "*Propagan da technique in the Worl War*" (Lasswell H. , 1927). Desde esa época el análisis de los textos, sobre todo de los diarios, es un tema muy utilizado en el área de la comunicación especialmente en estudios referentes a la programación de medios, como el tema de la violencia televisiva.

La aplicación del análisis de contenido se utilizó en dos áreas importantes de la cultura: el estudio de novelas cuyo principal ejemplo corresponde a la novela autobiográfica "*Black Boy*", escrita por R. K. White (1947); y el análisis epistolar de las "*Cartas de Jenny*", realizado por J. Baldwin (1942), donde el autor presenta,

desde el punto de vista psicológico, una estructura de personalidad. (Martínez, 2005).

A finales de esta época, dos de los exponentes más importantes del campo (Bernard Berelson ayudado por Paul Lazarsfeld) fundamentan una serie de reglas y establecen que *“El análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa, del contenido manifiesto de la comunicación.”*

Ahora bien, los que marcaron el reconocimiento del análisis de contenido como técnica de investigación, enriquecida posteriormente por las aportaciones de otros autores fueron Budd, Thorp y Donohew (1967), Holsti (1969), Krippendorf (1980), Weber (1990), Frankfort-Nachmias y Nachmias (1996), Berg (1998) y Neuendorf (2002).

Es así que Garrison y Anderson (2005: 193), dice que en 1967, Budd, Thorp y Donohew describen una unidad temática convencional como una unidad única de pensamiento o idea que expresa una sola pieza de información extraída de un segmento del contenido.

Holsti en 1969 expuso una amplia definición del análisis del contenido como *“cualquier técnica para hacer inferencias acerca objetivo y sistemáticamente identificando características especificadas de mensajes.”*(Cabrerero, 2008: 26).

Por su parte, Krippendorf (1980), dice que es necesario tomar seis cuestionamientos para abordarse en todos los análisis de contenido:

1. ¿Qué datos se analizan?
2. ¿Cómo se define?
3. ¿Cuál es la población de la cual se extraen?
4. ¿Cuál es el contexto en relación al cual se analizan los datos?
5. ¿Cuáles son los límites del análisis?
6. ¿Cuál es el objetivo de las inferencias?

El supuesto es que las palabras y frases referidas con más frecuencia son los que reflejan las preocupaciones importantes en cada comunicación. (World Lingo).

Weber (1990) dice que: el análisis de contenido puede ser una técnica útil para lo que nos permite descubrir y describir el enfoque del individuo, grupo, institucional, o la atención social.

Chava Frankfort-Nachmias y David Nachmias en 1996 argumentan que el cuestionario debe traducir los objetivos de investigación en una pregunta específica, también deben motivar a los acusados para proporcionar la información siendo buscada. Los aspectos principales del cuestionario, consisten en su contenido, consideraciones de medida, estructura y administración.

Berg (1998) menciona que el análisis de contenido es *“cualquier técnica para hacer inferencias mediante una sistemática y objetiva identificación de características especiales de los mensajes”*. (Leiva, 2008)

Neuendorf (2002) explica una definición de seis partes de análisis de contenido: *"El análisis de contenido es un resumen y análisis cuantitativo de los mensajes que se basa en el método científico (incluyendo la atención a la objetividad, la intersubjetividad, un diseño a priori, la fiabilidad, validez, generalización, posibilidad de repetición, y la prueba de hipótesis) y no está limitada en cuanto a los tipos de variables que pueden medirse o el contexto en que los mensajes se crean o se presentan"*. (World Lingo)

1.3 Componentes del Análisis de Contenido.

El análisis de contenido distingue varios componentes o pasos diferentes en este proceso:

1. Formulación de datos
 - a. Determinación de las unidades.
 - b. Muestreo

c. Registro

2. Reducción de datos
3. Inferencia
4. Análisis

Para lo cual recurre a:

- a) Validación directa.
- b) Verificación de la correspondencia con otros métodos
- c) Verificación de las hipótesis respecto de otros datos.

1.3.1 Formulación de datos

Para Quilaqueo, R. (2002: 87), la formulación de datos es importante tener en cuenta que los datos son una unidad de información registrada en un medio duradero, que se distingue de otros datos, puede analizarse mediante técnicas explícitas y es pertinente con respecto a un problema determinado. Entre las consideraciones respecto a los datos, están que estos deben ser representativos de fenómenos reales, así como es imprescindible su durabilidad en el tiempo.

En el análisis de contenido, los datos emergen por lo general a partir de formas simbólicas complejas, enunciadas en un lenguaje espontáneo con su propia sintaxis y semántica, y en el interior de estas formas no estructuradas deben cumplirse los siguientes requisitos:

- a) Determinación de la unidad de análisis: es decir que los fenómenos deben dividirse en unidades de análisis separadas.

La determinación de la unidad de análisis equivale a seleccionar una dirección, un evento, una situación, un hecho, un comportamiento y delimitar el tiempo, el espacio, las personas y el contexto donde se decide investigar. De ahí debe salir una pregunta o varias preguntas más o menos precisas que el analista tratará de aclarar.

- b) Muestreo: a partir de las unidades de análisis, deben escogerse porciones más pequeñas del universo para su estudio.

Todos los procesos de muestreo están orientados por un plan de muestreo, que especifica con un suficiente detalle de qué manera ha de preceder el investigado para obtener una muestra de unidades que, en su conjunto, sean representativas de la población que le interesa. Con el fin de obtener una muestra representativa, el plan asegura que, dentro de las limitaciones impuestas por el conocimiento disponible acerca de los fenómenos, cada unidad tiene la misma probabilidad de estar representada en el conjunto de unidades de muestreo. Esto garantiza que no haya tendenciosidad alguna en la inclusión de unidades en la muestra. (Quilaqueo, 2010)

Ahora bien esta muestra puede ser: aleatoria, estratificada, sistemática, por conglomerados, de probabilidad variable y en etapas múltiples.

- c) Registro: las unidades deben codificarse y describirse en formas analizables y pueden considerarse partes de las unidades de muestreo que es posible analizar de forma aislada.

El registro constituye uno de los problemas metodológicos fundamentales de las ciencias sociales y de las humanidades. La proposición, aceptada en las ciencias naturales, de que la realidad no es accesible como tal sino a través de la medición de un instrumento de medición, debe aplicarse también en este caso. (Hostil & Stone, 1969)

Es por ello, que no es posible analizar lo que no ha sido adecuadamente registrado, ni puede esperarse que un material que sirve de fuente venga expresado ya en los términos formales de un lenguaje de datos. El registro es indispensable siempre que los fenómenos que interesan o bien carecen de estructura con respecto a los métodos disponibles, o bien son simbólicos, en el sentido de que son portadores de información sobre otros fenómenos que están más allá de sus manifestaciones físicas.

En este requisito es importante recordar que el registro es una consecuencia necesaria del hecho de que el análisis de contenido acepte material no estructurado, pero no debe confundirse con éste del cual forma parte.

1.3.2 Reducción de los datos

La reducción de datos consiste en la simplificación o selección de información para hacerla más abarcable y manejable. Las tareas de reducción de datos constituyen procedimientos racionales que habitualmente consisten en la categorización y codificación; identificando y diferenciando unidades de significado. También, la reducción de datos supone seleccionar parte del material recogido, en función de criterios teóricos y prácticos, así como cuando el investigador resume o esquematiza notas de campo (Revuelta & Sánchez, 2010)

La identificación y clasificación de elementos es la actividad que se realiza cuando categorizamos y codificamos un conjunto de datos. La categorización, herramienta más importante del análisis, consiste en clasificar conceptualmente las unidades que son cubiertas por un mismo tópico con significado.

La codificación no es más que la operación concreta, el proceso físico o manipulativo, por la que se asigna a cada unidad un indicativo o código, propio de la categoría en la que consideramos incluida. Estas marcas pueden ser números o, más usualmente, palabras o abreviaturas con las que se van etiquetando las categorías. El establecimiento de categorías puede resultar de un procedimiento inductivo, es decir, a medida que se examinan los datos, o deductivo, habiendo establecido a priori el sistema de categorías sobre el que se va a codificar.

1.3.3 Inferencia

Se refiere a la hipótesis, la cual deberá ser comprobada o refutada.

El propósito fundamental del análisis de contenido es realizar “inferencias”, las cuales se refieren fundamentalmente a la comunicación simbólica o mensaje de los datos, que tratan en general, de fenómenos distintos de aquellos que son directamente observables. (Hostil & Stone, 1969: 5).

Y es así que el análisis de contenido ya no se considera meramente descriptivo sino que se toma conciencia de que su función o su meta principal es la inferencia.

En este sentido, el análisis de contenido trata de establecer inferencias o explicaciones en una realidad dada a través de los mensajes comunicativos.

1.3.4 Análisis

Se ocupa de los procesos convencionales de identificación y representación de las pautas más significativas del análisis de contenido. Busca que cada uno de los componentes de la investigación sea descrito en forma explícita para que sea reproducible. (UDG, 2009)

1.4 Unidades de análisis de contenido

Para conocer las unidades de análisis de contenido es necesario conocer los siguientes términos:

La palabra, la cual es más simple y se puede medir cuantas veces aparece la palabra en un mensaje.

El tema se define a menudo como una oración, un enunciado, respecto a algo.

Ítem puede ser un libro, un programa y un discurso, entre otros.

Personaje es un individuo.

Ahora bien, las unidades de análisis de contenido son fragmentos del universo, pequeños núcleos con significado propio, los que deben ser clasificados y contados con posterioridad. Pueden ser determinados en una respuesta global o en la división de términos o expresiones.

De la misma manera, la unidad de análisis se puede clasificar de dos formas: con base gramatical, lo que implica estudiar palabras y párrafos, entre otros o en unidades sin base gramatical, es decir, artículos, editoriales y titulares, por mencionar algunos, estos últimos representan átomos de significado.

- a) **Unidad temática:** consiste en el tema del contenido que se va a analizar.
- b) **Categorización del tema:** esta es una de las partes esenciales de la metodología, ya que establece y especifica las categorías dentro del análisis.
- c) **Unidades de registro:** en esta etapa se delimitan y dan curso al análisis de categorías. Aquí se cuentan las apariciones de las referencias, las que estarán delimitadas según los objetivos.
- d) **Unidades de enumeración:** Estas se encuentran dentro de las unidades de registro, son pequeñas unidades de análisis que comprobarán la presencia o clasificación de los elementos que harán posibles comprobar la hipótesis.

Las unidades de pueden definir de diversas formas:

- a) **Unidades físicas:** según el soporte de los contenidos.
- b) **Unidades sintácticas:** tienen relación con la gramática del medio de comunicación y no emite juicios sobre el significado.
- c) **Unidades referenciales:** toma puntos de referencia para identificar contextos de la unidad.
- d) **Unidades proposicionales y núcleos de significado:** unidades más complejas que se exige tengan una estructura determinada.

e) Unidades temáticas: son complejas, se identifican por su correspondencia con las estructuras de los contenidos.

A su vez estas unidades se insertan, se volcán o caracterizan en categorías como:

Tópico: Es el tema tratado en el contenido.

Dirección: Habla de cómo es tratado el asunto.

Receptores: Se refiere a conocer a quién van dirigidos los mensajes

Valores: Este revela valores, intereses, metas, deseos y creencias.

1.5 Tipos de análisis de Contenido

En primer lugar los criterios adoptados para descomponer el texto y para definir las unidades de clasificación, también sirven de criterio diferenciador para reconocer las principales tipologías de análisis. Sobre todo se distingue entre análisis de contenido que utilizan unidades de clasificación correspondientes a las estructuras lingüísticas del texto (palabras, temas, etc.) y análisis de contenido que utilizan unidades de clasificación sin una correlación lingüística inmediata. El análisis de contenido tradicional pertenece a la primera categoría, mientras que el análisis de contenido como investigación pertenece a la segunda categoría.

Además de diferenciarse por la naturaleza de sus unidades de clasificación, el análisis cuantitativo del contenido y el análisis de contenido como investigación se distinguen por el diferente peso que atribuyen a las distintas fases de la investigación. El enfoque cuantitativo de los contenidos, como ya sugiere su propia denominación, apunta sobre todo al cómputo de datos, aplicando técnicas de cálculo muy refinadas, mientras que el análisis de contenido como investigación tiende a dar más espacio al momento interpretativo. Ambas elecciones revierten en la forma de la ficha de análisis, más estructurada en los enfoques cuantitativos y más flexible en los análisis como investigación, en el tipo de datos que se obtienen (expresados unos de forma numérica y más detallados los otros) y, naturalmente, en la utilización que se hace de ambas tipologías de análisis.

Es así que según un compilado de Gaitán Moya y Piñuel, J. (1995), el análisis de contenido se clasifica en:

1.5.1 El análisis de contenido según los objetivos de la investigación

1.5.1.1 Exploratorios

Los análisis exploratorios sólo tienen por objeto una aproximación al diseño definitivo de una investigación en la que el análisis de contenido sea una técnica elegida para elaborar, registrar y tratar datos sobre “documentos”.

Estos análisis exploratorios, denominados pre-test, generalmente se desarrollan para transmitir por primera vez un material de estudio, de modo que pueda determinarse la elección del cuerpo de documentos del que se dispone para plantearse un problema de análisis en torno a situaciones que han producido aquellos textos, la señalización de categorías relevantes para aquel estudio de procesos comunicativos y la prueba de los indicadores de medida y de criterios más adecuados para la delimitación y la muestra de éste.

Fundamentalmente estos análisis se orientan, a resolver los problemas relativos a la elaboración de las categorías más pertinentes que han de configurar un protocolo de análisis y su eventual articulación, de modo que resulten productivas de cara a la explotación de los datos.

1.5.1.2 Descriptivo

Los análisis descriptivos tienen por objeto, en un marco de estudio dado, la simple identificación y catalogación de la realidad empírica de los textos o documentos, mediante la definición de categorías o clases de sus elementos.

Como uno de los análisis de contenido descriptivos más específico puede citarse el análisis documental (o de recuperación de información) con muchas variantes.

Aparte de la identificación intra-textual de la estructura que adopta el producto comunicativo, lo más interesante es partir de los contextos donde se inscribe el material de análisis, es decir, de su estructura de producción o de recepción comunicativa, social y culturalmente integrada: así, por ejemplo, descripción de las características de las situaciones, entornos y contextos implicados en su producción y recepción (desde los históricos a los personales, desde los públicos a los privados), o también descripción de la estructura sociológica y psicológica que rige la conducta de los individuos, grupos o instituciones emisoras y receptoras en los procesos de comunicación que dieron origen a esos productos.

1.5.1.3 Verificativos

Los análisis verificativos pueden dar cuenta de inferencias sobre el origen, naturaleza, funcionamiento y efectos de los productos comunicativos, como al estudiar el contenido, inducir una predicción (inferencias inductivas), o estudiando un efecto, comprobar un contenido o estudiando un producto, comprobar los antecedentes de la comunicación (inferencias deductivas).

A veces algunos análisis verificativos se centran en las inferencias que se realizan a partir del estudio de un tipo de productos comunicativos sobre otros productos comunicativos, o de los resultados de otros estudios sobre el estudio en curso.

1.5.2 El análisis de contenido según las fuentes del material de análisis

1.5.2.1 Primarios

Los análisis primarios son aquellos que plasman la información en un soporte.

Entre las cuales podemos encontrar bibliografías, índices de revistas, base de datos bibliográfico, revistas de resúmenes o abstracts, por mencionar algunos.

1.5.2.2 Secundarios

Los análisis secundarios hacen una referencia documental al soporte anterior en otro soporte. Ahora bien, la referencia documental es una unidad documental con las que se plasman las características esenciales del documento primario.

Este análisis es aquel que contiene, suministra o transfiere información resultante de cualquier tipo de procesamiento de información primaria. Contienen información primaria reelaborada, sintetizada y reorganizada, o remiten a ella. Están especialmente diseñadas para facilitar y maximizar el acceso a las fuentes primarias.

Tipos de fuentes de información secundarias: Fuentes secundarias que reelaboran, sintetizan y reordenan la información de las fuentes primarias. Estos son los diccionarios, enciclopedias, diccionarios biográficos y estas remiten a las fuentes primarias.

1.5.2.3 Terciarios

Este análisis se da cuando se acumulan los secundarios.

Es un tipo de herramienta que utiliza más el bibliotecario. Entran en esta categoría, por ejemplo: las bibliografías de bibliografías, iconográficas, fonográficas y electrónicas.

1.5.3 El análisis de contenido según el diseño de análisis

1.5.3.1 Horizontales

El análisis de contenido horizontal, desmesurado por el voluminoso universo textual al que fue referido, es el estudio propuesto por Lasswell, H. (1965), el cual pretendía probar que se había puesto en marcha una revolución mundial a partir del análisis de los símbolos políticos de los editoriales

periodísticos de Francia, Alemania, Gran Bretaña, Rusia y los Estados Unidos y de los que aparecían en los discursos políticos de grandes líderes nacionales en todos estos países. Se trataba por consiguiente de analizar como objeto de estudio, más que procesos singulares de comunicación, toda una categoría abstracta de estos procesos, construida por la similar de sus productos: los editoriales de prensa, por una parte, y los discursos políticos, por otra.

Pero las conclusiones no apuntaban al objeto, sino a las hipótesis previas supuestamente operativas tanto para los procesos de comunicación de masas, como para las ceremonias políticas donde se pronuncian discursos, como para cualquier otro proceso de interacción social donde a su vez serían operativos los valores manifestados a través de la comunicación de masas y los propios discursos políticos.

1.5.3.2 Verticales

Piñuel, J.L. (2002: 31-142), dice que los diseños verticales o intensivos, propuestos por Lasswell, H. (1965), son caracterizados por reducidos o de un solo caso, cuyo desarrollo, a diferencia del que es propio de diseños horizontales, en ocasiones es mucho más amplio que el texto analizado. Por lo general, se trata de análisis no cuantitativos, que no recurren a procedimientos de muestreo, en los que el significado deriva más de las relaciones, las oposiciones y el contexto, que de medidas cuantitativas.

Este tipo de análisis apenas puede ser replicado y puede adolecer de falta de representatividad en sus hallazgos, pues investigadores diferentes, estudiando el mismo documento o caso, pueden llegar a conclusiones opuestas. Un ejemplo de este análisis de contenido vertical es el que ofrecen los análisis estructural-semiológicos.

1.5.3.3 Transversales

El análisis de contenido con diseño transversal es aquel que consiste en seleccionar muestras de un texto que difieren, por ejemplo, en cuanto a una toma de postura ante un tema, y formar con ellos grupos independientes que se

analizan en el mismo momento histórico crucial reflejado en esos textos. Si son representativos y se igualan las condiciones de esos grupos, las diferencias que se observen habrá que atribuir las a las posiciones diversas, pero siempre permanecerá la duda de si son debidas también a diferentes situaciones de comunicación que les son propias.

1.5.3.4 Longitudinales

El análisis de contenido con diseño longitudinal consiste en analizar diferentes momentos de la trayectoria de un texto, ya sea aplicando medidas repetidas o sirviéndose de muestras independientes. Se trata de los análisis de tipo sistémico propugnados por Rapoport (1969), que desarrolla una teoría sistémica, la cual hay que analizar siempre bajo los mismos parámetros el cambio o la evolución de un mismo texto (por ejemplo, editoriales de un periódico) como sistema autónomo. (Piñuel, 2002).

Si el análisis abarca a un número representativo de medios de comunicación, el autor señala que los resultados pueden considerarse como indicadores temáticos del clima social. Es evidente que también aquí se parte de presuposiciones tales como que los procesos singulares de comunicación se pueden categorizar por la sistematicidad de sus productos (lo cual puede ser cierto a veces, pero no siempre) y que el clima social puede ser descrito por una sola variable, aunque sólo sea indicativa, como es una categoría artificialmente construida de productos de comunicación.

En consecuencia, el problema no es conocer la comunicación por sus productos, sino en todo caso el pretendido clima social, por la comunicación, de la cual sólo se retiene una categoría de variables: el género predefinido de productos analizados.

1.5.3.5 Triangulares

En el diseño triangular, el término “triangulación” se utiliza de varias formas, pero fundamentalmente se refiere a la recogida y comparación de distintas

perspectivas sobre una misma situación de comunicación. Se basa en la contrastación de la descripción, explicación y evaluación de los contenidos analizados en una investigación, con otras descripciones, explicaciones o evaluaciones de otras investigaciones independientes realizadas sobre el mismo objeto, o bien, dentro de una misma investigación sobre idéntico objeto, de una combinación de técnicas, entre ellas el análisis de contenido, como medio de dar validez externa a los datos.

1.5.4 El análisis de contenido según los parámetros de medición y evaluación

1.5.4.1 Cuantitativos

Al análisis cuantitativo es la primera modalidad de análisis de contenido y la más simple, esta consiste en estimar los elementos recurrentes de las unidades de análisis. Como hemos visto, dichos unidades pueden ser palabras, temas y proposiciones o documentos completos, en orden creciente de extensión o de complejidad semántica. El análisis cuantitativo del contenido utiliza fichas de análisis rígidamente estructuradas. De este modo, es posible organizar las unidades y conferirles una forma que permita aligerar la fase de cómputo sucesiva (que, como ya hemos mencionado, constituye el elemento clave de dicho enfoque).

En el pasado, el análisis cuantitativo del contenido se utilizó ampliamente para estudiar los textos televisivos. Su estructura rígida y su vocación cuantitativa se percibían como garantías seguras del carácter científico de los datos producidos, en un momento en que el estudio de la comunicación de masas daba sus primeras investigaciones.

Hoy en día, la mayor atención que se dedica al texto y a su complejidad, así como el reconocimiento del valor de los datos cualitativos, ha reducido mucho el campo de aplicación de este enfoque y ha favorecido, por el contrario, la difusión de procedimientos capaces de restituir al texto la riqueza y variedad de sus significados, pero de una forma menos estructurada.

1.5.4.2 Cualitativos

El análisis de contenido cualitativo consiste en un conjunto de técnicas sistemáticas interpretativas del sentido oculto de los textos. Al igual que el análisis de contenido cuantitativo clásico parte de la lectura como medio de producción de datos.

Sin embargo, estas técnicas cualitativas aunque tienen una amplia tradición en el ámbito de las ciencias sociales se han ido desarrollando en el terreno del análisis de contenido aplicado fundamentalmente a partir de los años ochenta en investigaciones como las de Ulich (1985), los cuales en un estudio sobre las consecuencias sociales del desempleo tuvieron que analizar sistemáticamente siguiendo una orientación básicamente interpretativa y en profundidad 600 entrevistas abiertas con más de 20 mil páginas de transcripciones.

La principal idea de estos procedimientos es preservar las ventajas del análisis de contenido cuantitativo desarrollando nuevos procedimientos de análisis interpretativo. El análisis de contenido cualitativo no sólo se ha de circunscribir a la interpretación del contenido manifiesto del material analizado sino que debe profundizar en su contenido latente y en el contexto social donde se desarrolla el mensaje.

Los aspectos formales dentro del proceso de comunicación así como sus inferencias estadísticas quedarían en las primeras etapas del análisis de contenido. Así define Krippendorff (1969: 103) el análisis de contenido cuantitativo “como un método válido y replicable a través de inferencias estadísticas desde el texto a sus fuentes y propiedades”. Mientras que el análisis de contenido cualitativo es definido como un nuevo marco de aproximación empírica, como un método de análisis controlado del proceso de comunicación entre el texto y el contexto, estableciendo un conjunto de reglas de análisis, paso a paso, que les separe de ciertas precipitaciones cuantificadoras.

Básicamente el análisis de contenido cualitativo quiere conservar las ventajas del análisis de contenido cuantitativo profundizando en la interacción de los textos previamente clasificados.

Estas ventajas serían las siguientes:

- Análisis del material dentro de un modelo de comunicación: Donde se podrá determinar que parte de la comunicación infiere sobre el comunicador la propia situación del texto, sus aspectos socioculturales y los efectos del mensaje, entre otros.
- Reglas de análisis: El material que es analizado paso a paso crea reglas y procedimientos que permiten dividir el material en unidades de análisis más interpretables.
- Categorías centrales de análisis: La investigación e interpretación continua del texto crea categorías cuidadosamente revisadas mediante procesos de “feedback” que ayudan a construir las ideas fundamentales del investigador.
- Criterios de fiabilidad y validez: Los procedimientos de control de calidad permiten comparar mediante triangulación los resultados con otros estudios, lo que mejora la posible subjetividad de los análisis puramente cualitativos.

Además los controles sobre la calidad de la codificación permiten un mejor conocimiento entre texto y contexto y lo que es más importante en la reducción de códigos en la búsqueda de teorías interpretativas.

1.5.5 El análisis de contenido según las unidades de registro y de análisis

1.5.5.1 Semántico

Mucchielli, R. (1974), define el Análisis de contenido semántico, en una cierta estructura significativa de relación y considera todas las ocurrencias que concuerden con dicha estructura. (Colle R. , 2010)

El análisis semántico pretende ante todo estudiar las relaciones entre temas tratados en un texto. Para ello se han de definir los patrones de relaciones que se tomarán en cuenta, como por ejemplo, “expresiones de posición favorables a tal o cual decisión”.

Entre las diferentes tipologías de análisis semánticos resaltamos los análisis de matrices semánticas por su amplia utilización. El análisis de “matriz semántica” exige que antes de la aplicación, se definan los modelos de relaciones que podrán ser codificados.

1.5.5.2 Temáticos

El análisis de contenido temático, sólo considera la presencia de términos o conceptos, con independencia de las relaciones surgidas entre ellos. Las técnicas más utilizadas son las listas de frecuencias, la identificación y clasificación temática y la búsqueda de palabras en contexto.

Quizás la más frecuente consiste en buscar y eventualmente analizar más detenidamente, con otra técnica, unidades en que aparece una determinada temática. Esto supone que se selecciona y eventualmente define esta temática antes de iniciar el análisis, por cuanto ésta se transforma en una regla de selección de las unidades analizadas.

En la actualidad ciertos programas de análisis de contenido, como Anatex, desarrollado por Raymond Colle (1988), permiten la creación de palabras

registradas junto con su contexto (KWIC: Key-word in context). Con este sistema se seleccionan determinadas palabras y se obtiene para cada una la transcripción de la oración o parte del texto en la cual aparece, pudiéndose discriminar y reagrupar los significados. De este modo se establece un “puente” con las técnicas de análisis semántico, facilitando por ejemplo, el análisis de núcleos.

1.5.5.3 Proposicionales

Los métodos de análisis proposicional tienen su origen en las investigaciones que en la década de los sesenta se realizaron sobre la memoria semántica. En estas investigaciones se ponía de manifiesta que la representación que lector constituye sobre un texto es fruto, tanto de los conocimientos propios que él mismo posee, como de las propias características del texto y muy especialmente de su estructura.

El análisis proposicional de los textos resulta un procedimiento sencillo de aplicar con poco tiempo de práctica y la flexibilidad de combinaciones que nos permiten las proposiciones para confeccionar otros tipos de medida y hacen de este método un excelente punto de partida para cualquier investigación.

En cuanto a la representación de la microestructura, resulta un método rápido, flexible y fiable. Del mismo modo, el proceso de evaluación de los protocolos de recuerdo de los sujetos obtiene los grados de fiabilidad más altos.

Este método propone una descomposición del texto en ideas-unidad cercana al análisis propuesto por Meyer (1985). Las ideas-unidad son unidades superiores a la proposición y están más próximas a la frase, aunque tampoco deben identificarse con éstas. Una idea puede desarrollarse en una frase o bien en más y aunque puede parecer demasiado subjetivo determinar dónde acaba una idea y empieza la siguiente, es fácil llegar a un acuerdo interjueces y definir con una aceptable precisión la descomposición del texto.

1.5.5.4 Argumentativos

El análisis argumentativo se llevará a cabo en dos planos complementarios: sintagmático y paradigmático. En el primero se trata de reconstruir analíticamente el proceso de esquematización de la realidad operado por el discurso, y en el segundo se intenta identificar y explicar el esquema o paradigma ideológico latente a partir del cual se produce el proceso argumentativo.

El análisis sintagmático comprende tres fases esenciales: reconocimiento de argumentos, explicitación de las gramáticas de argumentos e identificación de las estrategias discursivas.

Ahora bien el reconocimiento de argumentos, consiste en inventariar en forma abreviada y según el orden en que aparecen en el texto las series de argumentos en función de sus respectivos objetos discursivos, los cuales son los grandes tópicos, asuntos o focos del discurso, considerados anteriormente a sus determinaciones predicativas y se los identifica gracias a su recurrencia en forma de repeticiones, redundancias o énfasis.

En general los objetos discursivos de un texto suelen ser muy pocos y aparecen relacionados entre sí por analogía, oposición, complementación, yuxtaposición o inclusión.

De la misma manera se llaman argumentos las determinaciones predictivas que definen y dan contenido a los objetos discursivos atribuyéndoles determinados aspectos, características, funciones o propiedades. Un mismo objeto discursivo puede ser “construido” con argumentos diferentes y hasta contradictorios.

Por lo que los argumentos deben reagruparse, como queda dicho, en función de sus respectivos objetos discursivos, y deben registrarse sólo uno por vez (atendiendo a la unidad de sentido).

Es importante tomar en cuenta que no debe confundirse argumento con proposición o frase. Una proposición puede contener varios argumentos y un argumento puede hallarse expuesto por una o más frases.

1.5.5.5 Narrativos

El análisis narrativo: “los *qué* y los *cómo*”, este refiere a las formas de análisis, el cual contribuye de modo relevante a generar conocimiento social, las considera muy diferentes por variar sustancialmente en el modo de proceder y las maneras de representar los datos en los informes de investigación.

La primera forma, denominada análisis paradigmático, procede por categorías o tipologías en busca de temas comunes en las historias o relatos con la intención de llegar a determinadas generalizaciones. En cambio, la segunda, procede en busca de los aspectos singulares de cada relato para llegar a elaborar una nueva narración que torne significativos los datos o la información inicial.

Otros autores han identificado dos grandes partes en la teoría narrativa de la cual derivan formas distintas de análisis. Este es el caso de Denzin (1997) que se refiere a los que enfatizan la historia (lo que ocurre a las personas) y los que enfatizan el discurso (cómo cuentan la historia).

De manera similar, Gubrium y Holstein (2000) señalan que existen investigadores preocupados por los elementos sustantivos del relato y su organización (el contenido, la trama, los personajes), es decir, se ocupan de los *qué* de las historias. En cambio, otros investigadores trabajan alrededor de los *cómo* de las historias, es decir, la manera de construir el relato y la realidad social. Precisamente, estos dos grupos de intereses alrededor de los *qué* y los *cómo* de las historias nos servirán para mostrar varias formas de análisis narrativo disponible en la comunidad de las ciencias sociales y que ya se han utilizado el campo de la educación física y el deporte.

1.5.5.6 Discursivos

El análisis de contenido discursivo, para comprenderlo mejor, Phillips y Hardy (2002: 12) definen primero el término discurso como el conjunto interrelacionado de textos (hablado, escrito, pictórico, simbólico, de artefactos) y las prácticas sociales de su producción, difusión y acogida. (Devís & Sparkes).

Por lo tanto, el análisis del discurso es un método para el estudio de los fenómenos sociales que busca las conexiones entre los discursos (conjunto interrelacionado de textos) y el contexto social en el que se crea.

Digamos que, al compararlo con el análisis conversacional, es una forma de análisis que incorpora el contexto lejano, ya que se preocupa por los recursos y estrategias textuales que personas concretas utilizan en situaciones socio-históricas particulares.

Este tipo de análisis también está comenzando a utilizarse en el ámbito de la educación física y el deporte, aunque es raro su uso.²

² El método del análisis de contenido se expande, sin embargo trátase de textos escritos o discursos, la semiótica sigue siendo una referencia primaria (Van Dijk, 2000). El análisis de contenido es útil e importante. Ayuda a entender muchos aspectos desde la intencionalidad, las tendencias políticas y los mensajes interlineados. Por ello el análisis de contenido está vigente.

CAPÍTULO 2: IMAGEN PÚBLICA Y DISCURSO POLÍTICO

2.1 Imagen y discurso

La percepción de la imagen se da en todos los ámbitos, en el de los maestros, empresarios, políticos, así, por ejemplo, hay el político inteligente, el político radical, el moderado, el centrado; este tipo de imágenes se van formando de manera particular y la imagen de un candidato o partido es lo que la gente piensa de él.

El manejo de la imagen en el ámbito político es fundamental, es un proceso que se da en la mente de la gente y se le otorga personalidad, genera actitudes pertinentes, estímulos y respuestas. Cabe resaltar que este apartado se desarrolla esencialmente a partir de la propuesta de Víctor Gordoia sobre imagen.

La imagen se da por naturaleza o porque se va construyendo, al presentar un discurso, por ejemplo, ya se forma una imagen del interlocutor sobre su posición económica, social, sus conocimientos, el manejo de la voz y la presentación, por mencionar algunas, que en ocasiones es una imagen fruto de un proceso de construcción intencional y es posible que no corresponda a la realidad o que se esté engañando, pero a final de cuentas se forma una imagen que puede ayudar a la persona, empresa o institución o la puede “hundir”.

Es este sentido, sería mejor tomar en cuenta la opinión de Gordoia, V. (2007), expresada en su texto “El Poder de la Imagen Pública”, la cual dice que: “la imagen es algo que se puede crear deliberadamente, pero partiendo siempre de la esencia del sujeto u objeto sobre el cual se crea; eso quiere decir que para que sea sólida debe partir de la base de la verdad y la realidad”; es decir la imagen precisamente debe cuidarse de lo ficticio y del engaño, porque una buena imagen según el autor, está relacionada con la eficiencia y por ende, con la calidad, la seriedad y el poder.

Ahora bien, centrándonos más en el tema político, puesto que en la presente investigación hablamos del Presidente de la República Mexicana actual, es importante mencionar que el desarrollo de esta imagen y discurso empleados son parte de un “marketing político”, el cual es una compleja disciplina estratégica que combina el trabajo transdisciplinario de diversos especialistas y además éste se basa en un campo de acción de tres niveles en el cual encontramos: diseño de propuesta política como estrategia política, elaboración del discurso político en la estrategia comunicacional y la construcción de la imagen política como estrategia publicitaria. Estos tres niveles de estrategia deben ser abordados en forma simultánea y coordinada y la clave de ello reside en la utilización de los canales de retroalimentación permanente que existen entre los tres niveles.

En este sentido, me parece interesante citar a Fernández, C. (2007), quien dice que “para un adecuado plan de marketing político tiene que ser consistente, es decir, con objetivos, estrategias, tácticas, mensajes, lineamientos, ejes de la imagen, decisiones y documentos estratégicos que deben estar alineados, coincidir y ser congruentes entre sí”.

Además menciona Fernández, C., que al momento de transmitir un mensaje o discurso es importante saber construirlo, para transmitirlo como realmente fue el objetivo y manejar un “media training”, el cual es el manejo de la imagen ante los medios de comunicación.

Es importante resaltar que el “marketing político” no depende en su totalidad del discurso, más si es un elemento que fundamenta, califica, es necesario y se complementa dentro de una mercadotecnia política.

2.2 Imagen pública

Para las personas, personajes, empresas, instituciones, partidos, organizaciones es muy importante reparar en la importancia de su imagen pública, ya que ésta representa un aspecto fundamental de las comunicaciones

estratégicas que los actores comunicativos establecen, de forma consciente o no, con los actores destinatarios de sus mensajes.

Es así que para conocer más del presente tema, me apoyaré en la concepción de Gordo, V. (2007), quien define a la imagen pública como la percepción dominante que una colectividad establece respecto de un actor, institución o referente cultural, con base en las impresiones y la información pública que recibe. Sobre ello, es indispensable tener presentes tres aspectos: entender que la imagen representa un efecto interno en el cual intervienen algunos factores externos que condicionan el sentido de la expresividad, que la imagen pública representa un juicio de valor cultural y que el desarrollo de la misma involucra un proceso de comunicación dirigido.

El concepto de imagen pública puede ser utilizado en dos escenarios posibles: imagen personal e imagen institucional. La intervención en imagen pública nos obliga a reparar en seis ámbitos fundamentales de expresividad: imagen física, imagen profesional, imagen verbal, imagen visual, imagen audiovisual e imagen ambiental.

2.2.1 Imagen Física

La imagen física, según Gordo, V. (2007), es la percepción que resulta de la apariencia y lenguaje corporal, si se trata de una persona o personaje y el lenguaje institucional si se trata de una organización. En la imagen física debemos ocuparnos de la apariencia física, el vestuario, los accesorios y el lenguaje corporal. Puede parecer vanidoso el darle tanta importancia a la imagen física, sin embargo, ésta adquiere gran trascendencia cuando pretendemos establecer un estímulo comunicativo preciso con nuestras audiencias meta.

2.2.2 Imagen Profesional

En nuestra sociedad, y para el logro del crecimiento profesional dentro de las organizaciones, el cuidado de la imagen personal posee suma importancia,

pues implica el conocimiento y perfeccionamiento del aspecto exterior, a través del porte, la vestimenta, el habla y las mejores formas para interactuar con nuestro interlocutor.

Una imagen profesional, equilibrada y armónica, resulta de la sumatoria de aspectos exteriores, y una personalidad educada, expansiva y naturalmente cordial, construida sólidamente en valores y virtudes morales.

Además la imagen profesional se basa en el protocolo, el cual es de las reglas ceremoniales que rigen a una actividad y que han quedado establecidas por la costumbre o por un decreto expreso y por otro encontramos su fundamento en el manejo de crisis en donde ante una situación complicada en la que se producen serias dudas acerca de que un asunto o proceso pueda continuar, la persona, empresa o institución puedan resolver una crisis conservando una buena imagen profesional, por medios de las negociaciones y no con intimidación y/o manipulación.

2.2.3 Imagen verbal

La imagen verbal comprende la percepción que produce una persona o institución a sus grupos objetivo, a partir de la palabra.

Esta imagen se basa en:

- El manejo de la ansiedad: el cual consiste en tener una adecuada respiración diafragmática, que mejora nuestro rendimiento físico, mental y espiritual. Así como es importante tener una sonrisa que pueda transmitir confianza.
- Requisitos del mensaje y la reparación del mensaje: los cuales tienen que ver con la sencillez, conocimiento, brevedad, orden y convicción, además de tomar en cuenta el objetivo a cumplir, la elección de un tema y la definición del mensaje.

- Relaciones públicas; es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de ésta y entre la organización y los demás sectores de la opinión pública o “públicos”, tales como proveedores, clientes, inversionistas, gobierno y público en general a fin de proyectar ante ellos una imagen favorable de la organización que contribuya al alcance de los objetivos de ésta.
- Dramatización de la realidad: la cual consiste en hacer resaltar los elementos dramáticos de la vida real de las personas o instituciones con una mezcla deliberada de detalles que nunca alteren la esencia de la historia. Tomando en cuenta los propósitos de estimular la imaginación del auditorio, para lograr el mayor índice de comprensión y recordación, reforzar la credibilidad a través del sentimiento, incrementar el interés de la audiencia en la persona o institución y crear identificación de la audiencia con el actor principal de la historia, al mostrarlo más cercano.

De la misma forma, Peralta, C. (2004)³, concluye que la imagen verbal comprende la percepción que produce una persona o institución a sus grupos objetivo, a partir de la palabra.

2.2.4 Imagen Visual

La imagen visual puede ser definida como la representación que de una persona o personaje, con base en la información visual y la pertinencia de los estímulos comunicativos verbales y no verbales que produce la persona o que son atribuidas al personaje.

Para evaluar, establecer o desarrollar la imagen visual de una persona o personaje es necesario tomar en consideración fotografías, imágenes, formas, colores, rasgos o indicadores culturales de la comunicación no verbal. Entre las formas posibles de comunicación que debemos atender, destacan:

³ Lic. Citlalic Peralta, consultora en imagen y relaciones públicas. Colaboradora de la Cátedra de Investigación en Comunicación Estratégica y Cibercultura del ITESM Campus Estado de México, México.

- Comunicación intrapersonal, que es aquella comunicación que cada persona establece consigo mismo.
- Comunicación interpersonal, que es la comunicación que se mantienen dos personas.
- Pequeños grupos, en este nivel de comunicación se supone la participación de tres o más personas, a partir de un claro encuentro visual.
- Comunicación pública, que es la comunicación que se establece con amplias audiencias. La comunicación es masiva y poco personalizada.
- Comunicación organizacional, es la comunicación que establece la organización consigo misma.
- Comunicación en el ciberespacio. La comunicación que establece un actor con las ciber-audiencias meta.

2.2.5 Imagen Audiovisual

La imagen audiovisual es la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivos, como consecuencia del uso de estímulos dirigidos al sentido de la vista o del oído, simultáneamente o por separado.

Es así que esta imagen se apoya en la publicidad, propaganda, medios de comunicación, la opinión pública fortalecida por medios de comunicación, audiencia mediatizada, encuestas y la investigación.

2.2.6 Imagen Ambiental

La imagen ambiental es la percepción que producen, consciente o inconscientemente, los escenarios básicos de nuestros actores comunicativos;

entendiendo por estos al conjunto de estímulos que establecen la comunicabilidad del espacio funcional.

Los ambientes proporcionan una gran cantidad de información sobre las personas y las instituciones. Sólo basta observar atentamente.

Para la creación de esta imagen es indispensable tomar en cuenta el color, iluminación, música y aroma.

Dicha imagen ambiental, dentro de la exposición de un discurso ayuda en cierta medida a reforzar, grabar o plasmar, así como a desmeritar la acción, suceso o hecho que se da por a conocer por medio de la expresión verbal.

2.3 Imagen Pública y Poder Político

Es importante retomar que la imagen pública es una colectiva que se tiene de un individuo en un tiempo y lugar determinado. Y tiene como objetivos primordiales posicionar la presencia de una persona del dominio público, mejorar la percepción que se tiene de un sujeto de opinión pública, brindar éxito a la carrera del personaje (aunque cabe señalar que no asegura triunfos) y otorgar poder.

Así podemos decir que la finalidad de la imagen se basa en representar un aspecto fundamental de la comunicación estratégica que los actores comunicativos establecen de forma consciente o no, con los actores-destinatarios de sus mensajes.

Ahora bien, en la época de las telecomunicaciones y de la democracia electoral, el manejo de imagen de un político es tan importante para su carrera como su capacidad organizativa. De nada sirve ser un gran activista político, un organizador de masas o un hábil operador, si la imagen pública que trasmite es mala, pobre o mediocre. Por ello, el perfil ideal de un candidato al puesto de

elección popular tiene que ser estudiado, analizado y mejorado si quiere alcanzar el poder.

De acuerdo con el especialista en imagen Gordoia, V. (2001: 2): “La imagen es la figura, representación, semejanza y apariencia de una cosa. La imagen pública es la imagen colectiva que de un individuo se tiene en un tiempo y lugar determinado”, como lo mencioné anteriormente. Es por ello que en política, la imagen es la representación, o proceso físico-psicológico, que el elector se hace de un partido o candidato. La imagen del candidato es la manera como es percibido, no necesariamente como es en realidad.

La imagen de un candidato es la percepción que tienen los ciudadanos de su carácter interno, una impresión construida a partir de su apariencia física, estilo de vida, porte, acciones, conducta y modales, pero sobre todo lo que dice.

El tema de la imagen pública es complejo y atreverse a dar consejos para mejorarla resulta delicado y pretencioso. La imagen es tan fugaz, relativa, dinámica y misteriosa, que resulta casi imposible dar consejos para desarrollarla o mejorarla. Sin embargo, me atrevo a escribir acerca del tema para buscar el perfeccionamiento ético de nuestros políticos, tratando, al mismo tiempo, de rescatar la era de la política de la elegancia, o de la alta política.

La imagen pública se forma gracias al esfuerzo constante, la inteligencia de acciones y el raciocinio al proceder. Es decir, nadie nace con una buena o mala imagen pública, sino que se adquiere con el actuar. Alguien puede nacer con un buen o mal apellido, con riquezas o pobreza, pero la imagen que emite a la sociedad se forja gracias a sus acciones. De ahí la importancia de pensar las acciones y actuar con inteligencia.

Una buena imagen no puede ser comprada. Se pueden gastar millones en los medios de comunicación o pagar volantes y periodistas para construir una buena imagen. Sin embargo, la personalidad, las acciones y omisiones juegan un peso más importante.

La imagen de un político no es para siempre. Una imagen puede deteriorarse, no importa cuánto tiempo la cuide: en un momento de descuido puede desbaratarse. Muchos políticos han llegado al poder gracias a su buena imagen, pero una vez en la oficina, sus acciones e inmadurez han terminado por arruinarlos. Así, pues, para ser un buen político, hay que ser consecuente con el actuar y trascender el limbo de las campañas.

Los primeros siete segundos constituyen el momento crítico en el cual se causa la primera impresión, dice Ailes, R.⁴ y Kraushar, J. (2001), en su libro “Tú eres el mensaje”, posterior a ese tiempo, será muy difícil hacer que la gente cambie de opinión. Por ello, en cualquier presentación pública hay que ganarse al auditorio en esos primeros momentos.

Y según Valdez, A. (2003)⁵, en su texto “Imagen Pública y Poder Político”, dice que “*corazón mata cerebro*”; es decir, la gente decide mayoritariamente basada en sentimientos. Sus emociones juegan un papel importante en la toma de decisiones. Es decir: la habilidad para tomar decisiones está gobernada más por las emociones que por la razón. En público, el político debe dar discursos emotivos que, seguramente, le redundarán buenos dividendos. En consecuencia, las decisiones políticas las toma el corazón no la cabeza. La mente emocional decide y pone en acción al resto del organismo, sin detenerse a pensar en el qué y por qué lo hace.

En los actos públicos, más que el último orador, el político debe ser uno de los primeros para asegurar que su mensaje sea bien recibido y atendido. Debe recordar que la gente escucha sin distracción los primeros siete minutos.

⁴ Roger Ailes, empresario estadounidense y Presidente de Fox News Channel, y Presidente del Grupo de Estaciones de televisión Fox. Él era un asesor de medios para Presidentes Republicanos: Richard Nixon, Ronald Reagan y George HW Bush.

⁵ Andrés Valdez Zepeda, investigador de la Universidad de Guadalajara, México y miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Autor de los libros: “Teoría y Práctica del Marketing Político” (2002) y “El ABC de la Mercadotecnia Política” (2002).

Construir una imagen no es equivalente a falsear la realidad. En política, la percepción de las masas es muy importante. Por tanto, el político debe valorar su imagen como el bien máspreciado que tiene, sin llegar a la afectación.

La imagen está condicionada al contexto y la coyuntura (Valdez Zepeda, 2003); en un escenario, la imagen que el político posee será su mejor aliado, pero en otros puede ser su peor enemigo. La imagen pública no es el hombre entero, total, de carne y hueso, sino las dimensiones de su personalidad.

Es por ello que para generar una buena imagen, un político debe tener control de sus impulsos, mantener la serenidad ante situaciones críticas, actuar siempre con objetividad y poseer una gran seguridad en sí mismo. Además un candidato debe transmitir la imagen de un buen líder, que inspira confianza y respeto, posee don de mando y capacidad de dirección.

En conclusión, la imagen juega un papel fundamental en la vida pública y política, dado a lo que se podría reflejar con el aspecto físico o verbal de algún ponente en busca de alguna posición.

La imagen es aquella que se construye con la acumulación de los detalles por más pequeños y sencillos que éstos sean, nos dan la percepción de seguridad, confianza, eficiencia y más aún presencia. La imagen puede llegar a desmoronarse por completo con un descuido, que tal vez acabe con los años invertidos en su construcción y cuidado, lo que nos dice que imposible comprar una imagen, ésta solamente se obtendrá con el paso de los años y cuidando de esos pequeños detalles.

Estos detalles radican en la coherencia de lo que uno es, pues a final de cuentas hay un vínculo entre nuestra ideología, nuestro ser y lo que expresamos.

2.4 Discurso Político

El Discurso Político es una práctica política, importante para la creación de consenso para la argumentación. El desarrollo del discurso político tiene que ver

con la cultura política del país, pues condiciona al discurso y se adapta a los cambios de la sociedad.

Este es producido por instituciones especializadas relacionadas con el poder, lo anterior se especifica en: el Estado, Partidos Políticos y otros actores políticos. Por lo tanto se define como Discurso Político, la sucesión de palabras que se comunica al público a través del actor político, producida por las instituciones relacionadas con el poder y condicionada por la cultura del país.

García, E. (2010), especialista en la lengua y cultura árabe y española, así como filósofo, nos habla acerca del discurso político y dice que un período electoral se inicia con sesiones de toma de conciencia para despertar o renovar la fe y la motivación de los militantes con estrategias de dinámica de grupos. El objetivo principal es fortalecer la unidad doctrinal, recuperar a los más débiles y alejar a los disconformes, haciendo uso del discurso político.

El discurso político casi siempre se basa en la división entre buenos y malos, con el objetivo de llegar más rápido a las audiencias afines; por consiguiente, las exposiciones se elaboran minuciosamente teniendo en cuenta los intensos estados mentales y emocionales de la audiencia, muy sensible a la dualidad argumental: lo lógico y lo utópico, lo vigorizante y lo deprimente.

Ahora bien, las reglas tradicionales de la retórica y las aportaciones de la lingüística, la semántica y la pragmática son valiosos recursos para conocer los secretos de la comunicación y sacar partido de todo ello.

Se puede definir como mensaje político el proceso que comienza con el mensaje del emisor que se retroalimenta con la respuesta del receptor. Así, la retroalimentación sugiere una toma de postura, la cual puede ser intencionalmente o no. Es decir, se observa que si el vocabulario es poco claro, demasiado técnico u obstaculiza la comprensión. Los cambios también se visualizan, cuando se manifiesta la personalización, aumentando los verbos de autoridad y referencias o citas a sus adversarios en los discursos.

Lo anterior se entiende cuando los actores políticos, logran llegar al público personalizando su mensaje logrando una retroalimentación. Esta también se genera cuando el nivel del lenguaje es entendido por el ciudadano. Además se puede afirmar que el objetivo del discurso, es generar una retroalimentación por parte del receptor.

Es así que podemos definir que el discurso político es toda una sucesión de palabras, extensas o cortas, que sirve para expresar lo que discurrimos, debe ser adecuado, es decir, ordenado, acomodado y proporcionado para lo que se quiere, perfecto para el caso.

Es una práctica política, importante para la creación de consenso para la argumentación. El desarrollo del discurso político tiene que ver con la cultura política del país, pues condiciona al discurso y se adapta a los cambios de la sociedad.

Además, como dice José E. Finol citado por Ascanio, A. (2001: 16), “el discurso político privilegia la modalidad del poder, no sólo porque se trata del discurso del poder, sino porque apunta en su organización profunda a una estructura de dirección y control.

De la misma manera, Maldonado, F. (1997), nos dice que el discurso político simula y disimula objetivos. Uno de los esfuerzos prioritarios, frente al discurso político, es el de intentar descubrir los soportes ideológicos que hay detrás de tal revestimiento.

A final de cuentas concluye que el discurso político se caracteriza por ideologizar y buscar artificios idóneos para evitar decir lo que no hay que decir.

Esto reafirma lo que dice Ascanio, A. (2001: 11), el énfasis del análisis de los discursos políticos se refiere a los valores básicos encontrados en ellos, así

como a los acontecimientos y promesas narradas, que también son objetos expresivos de socialización (significado, fuerza y efectos de las expresiones).

En conclusión, un adecuado discurso político sustentado en la ideología precisa, correcta y sincera, apoyado de una buena imagen pública manejada por un líder, consiguen un crecimiento, poder y adecuada evaluación de su imagen; logrando la aceptación de los receptores.

CAPÍTULO 3: FELIPE CALDERÓN Y SU IMAGEN PÚBLICA

3.1 Felipe Calderón Hinojosa



Biografía

Los datos de este apartado en su mayoría fueron tomados del sitio oficial de la Presidencia de la República [www.presidencia .gob.mx](http://www.presidencia.gob.mx).

El Presidente Felipe Calderón Hinojosa nació el 18 de agosto de 1962 en Morelia, Michoacán. Es el último de cinco hermanos, hijo del matrimonio de Carmen Hinojosa de Calderón y Luis Calderón Vega, quien fue fundador, dirigente e historiador del Partido Acción Nacional (PAN). Está casado con Margarita Zavala Gómez del Campo y tiene 3 hijos.

Es abogado por la Escuela Libre de Derecho, maestro en Economía por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y egresado de la Maestría en Administración Pública en la Escuela de Gobierno John F. Kennedy de la Universidad de Harvard.

En el Partido Acción Nacional, el Presidente Felipe Calderón se desempeñó como Secretario de Estudios (1987), Secretario Nacional Juvenil (1991), Secretario General (1993). Fue representante del PAN ante el Instituto Federal Electoral (1994 - 1995) y en 1995 fue candidato a gobernador del Estado de Michoacán.

Para el periodo 1996-1999 fue electo Presidente del Comité Ejecutivo Nacional del Partido Acción Nacional. Durante su gestión, el PAN vivió un periodo en el que se obtuvieron triunfos electorales significativos y se llevaron a cabo importantes acuerdos como la Reforma Electoral que dio paso a la autonomía del Instituto Federal Electoral (IFE).

En su trayectoria legislativa, Felipe Calderón fue Representante en la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (1988-1991) y Diputado Federal en la LV Legislatura (1991-1994).

En el año 2000, fue diputado federal de la LVIII Legislatura y designado Coordinador del Grupo Parlamentario del Partido Acción Nacional (2000-2003), donde presentó iniciativas para la Elección Consecutiva de legisladores, la Ley de Responsabilidades de los Servidores Públicos, así como del Reglamento para la aplicación de la Ley de Acceso a la Información en la Cámara de Diputados.

Durante el año 2002, fue Presidente de la Junta de Coordinación Política, donde impulsó la transparencia en el manejo de los recursos de la Cámara de Diputados.

Por su liderazgo y desempeño legislativo, Felipe Calderón recibió un reconocimiento de la Cámara de Comercio México – Estados Unidos “NAFTA

Congressional Leadership Award”, así como de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación “Águila CANACINTRA al mérito legislativo”.

A nivel internacional, fue Vicepresidente de la Organización Demócrata Cristiana de América (ODCA). Fue miembro de “Líderes Mundiales del Futuro”, del Foro Económico Mundial de 1997 a 2000.

En su trayectoria profesional, Felipe Calderón ha trabajado en áreas de litigio civil (Despacho Goodrich, Riquelme & Asociados) y laboral (Multibanco Comermex). Además, ha escrito como editorialista en los principales periódicos de México.

En el sector público, Felipe Calderón fue nombrado, a partir de marzo del año 2003, Director General del Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS), banca de desarrollo encargada de otorgar financiamiento a estados y municipios, así como del fomento a la inversión en proyectos de infraestructura.

En septiembre de 2003, fue nombrado por el entonces Presidente Vicente Fox como Secretario de Energía. Al frente del sector energético mexicano impulsó la modernización de las empresas públicas, como presidente del Consejo de Administración de Petróleos Mexicanos (PEMEX), de la Junta de Gobierno de la Comisión Federal de Electricidad (CFE) y de la Junta de Gobierno de la Compañía Luz y Fuerza del Centro (LyFC).

En 2005 fue electo candidato del PAN a la Presidencia de la República y el 2 de julio del año 2006 obtuvo la mayoría de los votos en una de las elecciones más competidas de la historia del país. Y así el 01 de diciembre de 2006 tomó protesta como Presidente de los Estados Unidos Mexicanos para el periodo 2006-2012. (República, 2010)

3. 2 Felipe Calderón y su imagen pública

3.2.1 La imagen pública de Felipe Calderón por medio de la “Consulta Mitofsky”

CONSULTA MITOFSKY es una empresa líder en México en el campo de la investigación de la opinión pública, la cual tiene como principal tarea la consultoría especializada en estudios de mercado y de opinión pública a través de mediciones de actitudes, valores y características de diversos estratos poblacionales. Con base en comprobados criterios profesionales de rigor científico y metodológico, en este sentido generan; administran, analizan y presentan la información necesaria para la solución de problemas; la toma de decisiones; el diseño de estrategias y las estimaciones de proyección y evaluación de sus procesos de desempeño.

Dicha empresa tiene más de 20 años realizando investigaciones sobre diversos asuntos de interés nacional, comercial, gerencia, social, científico y comunitario entre otros; con el rigor y cuidado metodológico, manteniendo la constante en la seriedad y objetividad en el análisis e interpretación de nuestros resultados.

De la misma manera, desde hace más de 10 años CONSULTA MITOFSKY realizó una alianza estratégica con Mitofsky International y una estrecha relación con su fundador y presidente; Warren Mitofsky, uno de los más renombrados investigadores a nivel mundial en los últimos 40 años, ampliamente conocido como el “Padre de los Exit Polls”.

Todo lo anterior contribuyó a llevar a CONSULTA MITOFSKY a la primera posición en el mercado de la Opinión Pública en México, quedando de manifiesto a través del tiempo con ejercicios como las “encuestas de salida” y “conteos rápidos” donde se ha podido comprobar la certeza de sus resultados.

Ahora bien, el motivo por el cual se cita a esta empresa en la presente investigación es porque realiza constantes evaluación sobre Gobiernos, que tienen

que ver el resultado de la imagen que la ciudadanía tiene de las acciones de Gobierno Federal.

Es así que, en septiembre 2009, datos relevados por la Consulta Mitofsky, ocho de cada diez mexicanos califica como negativa la situación económica del País; de esta manera, la percepción económica. Además más de la mitad de los mexicanos dice que hoy se vive una crisis económica.

Los otros problemas que suben su presencia en la opinión pública este año son la inseguridad y el desempleo.

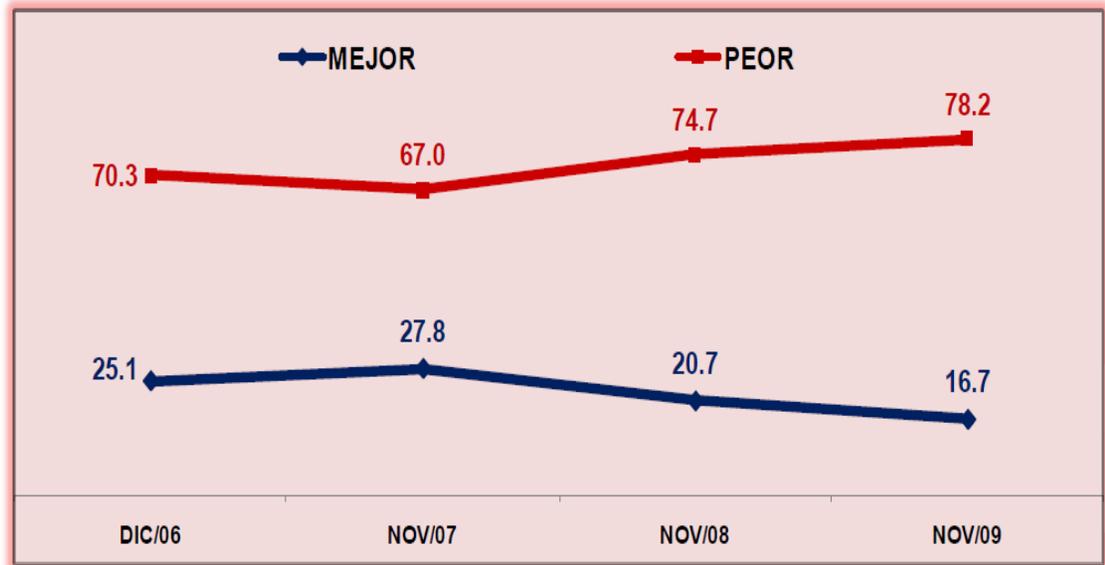
Al agrupar todos los problemas mencionados por los ciudadanos en categorías, se mantiene el porcentaje de 66 por ciento, para los problemas económicos, corroborándose con dos trimestres consecutivos en su valor más alto en todo el sexenio actual. En el caso de los problemas relacionados con la seguridad y justicia, siguen siendo mencionados por 3 de cada 10 mexicanos.

Por lo que el Presidente Felipe Calderón sufre su tercera caída más fuerte del sexenio al bajar tres puntos porcentuales su nivel de aprobación respecto al trimestre anterior, no obstante lograr el 62 por ciento y mantenerse cuatro trimestres arriba del 60 por ciento. Con respecto a su nivel de desaprobación, por segundo trimestre consecutivo crece llegando a 35 por ciento.

La sostenida evaluación del Presidente arriba de 60 por ciento durante 4 trimestres, no coincide con las aprobaciones particulares que logra cuando se pregunta sobre áreas específicas. El combate a la delincuencia es donde Felipe Calderón obtiene su mayor reconocimiento generando un 56 por ciento de aprobación; en el resto no alcanza el 50 por ciento, y destacan por sus bajos valores la generación de empleos (24 por ciento), el combate a la pobreza (25 por ciento), la protección a los migrantes (23 por ciento) y la disminución de la inflación (20 por ciento).

Y el porcentaje de mexicanos que considera que Felipe Calderón tiene las riendas del país es de 45 por ciento, el 53 por ciento considera que vamos por un rumbo equivocado.

EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN POLÍTICA



Sin embargo, a la mitad del sexenio de Calderón (1 de diciembre de 2009), los principales problemas que perciben los mexicanos, en orden de importancia, son: la crisis económica (38.8 por ciento), el desempleo (16.8 por ciento) y la inseguridad (13.2 por ciento). Son nueve de cada diez los mexicanos que consideran a la economía en peor situación, por lo que el Gobierno Federal desciende cinco puntos su nivel de aprobación.

PRINCIPALES PROBLEMAS PERCIBIDOS

	NOV/00	NOV/01	NOV/02	NOV/03	NOV/04	NOV/05	NOV/06	NOV/07	NOV/08	NOV/09
CRISIS	23.3	31.5	25.6	23.3	24.9	19.2	20.8	27.8	33.0	38.8
DESEMPLEO	12.1	17.0	13.8	20.8	20.0	19.3	16.9	13.8	25.1	16.8
INSEGURIDAD	16.9	19.7	21.4	16.0	17.5	21.1	25.0	18.5	11.6	13.2
POBREZA	12.9	13.0	14.7	11.7	12.2	15.0	14.0	11.5	8.8	9.5
NARCOTRÁFICO	2.9	0.9	2.3	0.6	1.5	2.2	2.3	4.6	6.3	4.1
IMPUESTOS	0.0	0.0	0.8	1.9	0.8	0.5	0.9	2.2	0.9	3.9
CORRUPCIÓN	5.1	4.9	6.3	8.0	9.9	11.1	5.2	5.6	4.1	3.8
BAJOS SALARIOS	4.7	0.7	4.3	1.8	2.1	3.3	5.1	3.1	2.9	2.8
INFLACIÓN	6.2	0.9	0.2	1.6	0.8	0.7	2.2	4.3	2.4	2.0
DROGADICCIÓN	0.0	1.9	4.8	3.1	1.6	3.5	1.9	2.1	1.7	1.0
EDUCACIÓN	1.7	1.6	1.4	2.1	1.2	1.1	1.0	1.3	0.8	0.8
CAMPO	0.0	2.1	1.7	3.4	1.9	1.8	1.4	1.2	0.5	0.6

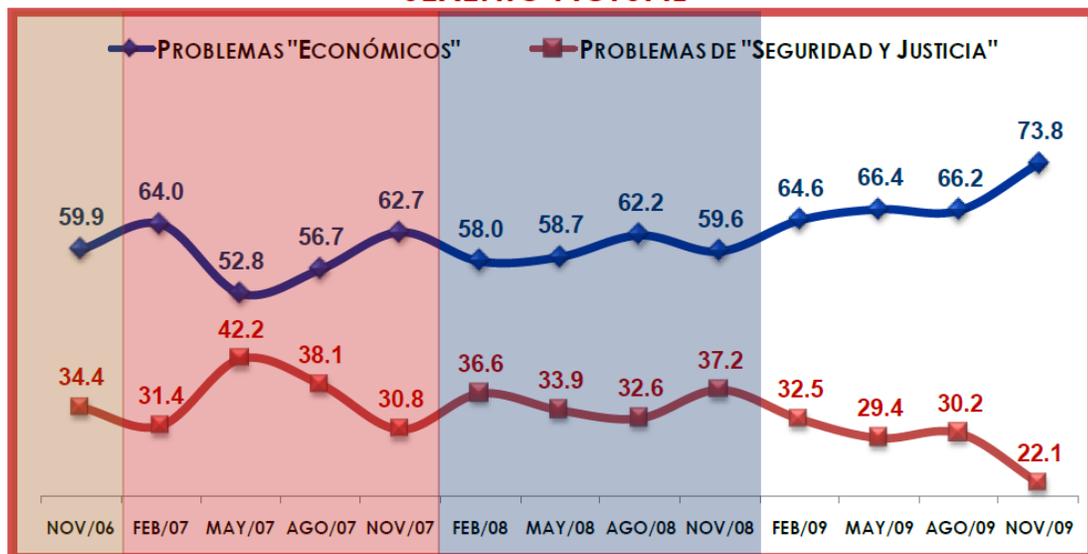
TRACKING POLL ROY CAMPOS

www.consulta.com.mx

2009

Un 78 por ciento, considera que la política se encuentra en niveles negativos respecto a hace un año, condición que supera la que se tenía al inicio del sexenio.

PRINCIPAL PROBLEMA DEL PAÍS SEGÚN SU TIPO SEXENIO ACTUAL



TRACKING POLL ROY CAMPOS

www.consulta.com.mx

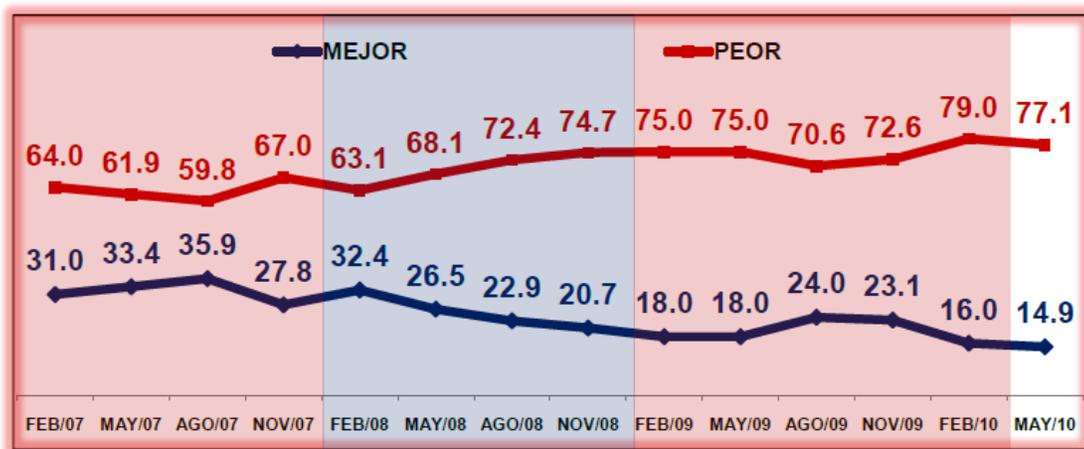
2009

El porcentaje de ciudadanos que manifiestan estar de acuerdo con la forma de gobernar del Presidente Calderón es del 58 por ciento.

De la misma manera, en mayo del 2010 presentó la evaluación del gobierno de Felipe Calderón, realizada en el primer cuatrimestre del presente año (tiempo en que se aplica la presente investigación), en dicho periodo se obtuvieron resultados importantes como:

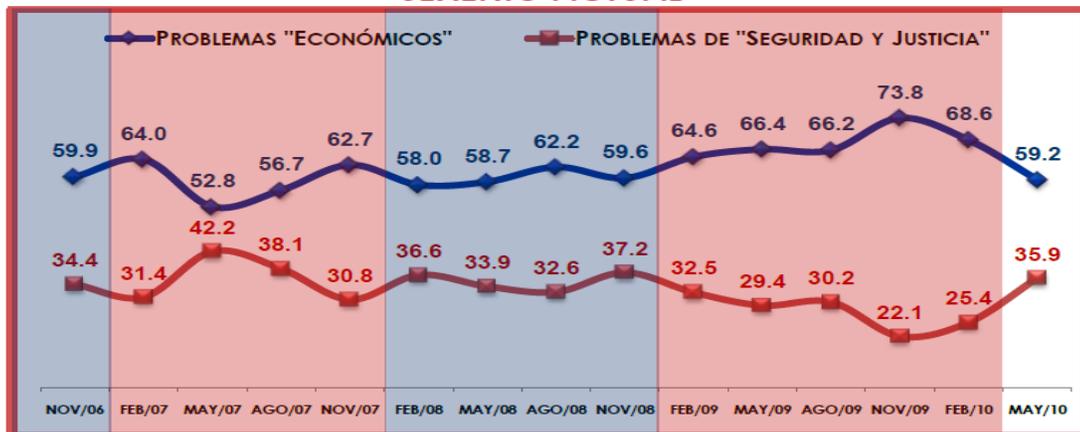
- Se mantiene en niveles altos el porcentaje de ciudadanos que consideran que la economía hoy es peor que hace un año, sin embargo el 85 por ciento, observado en mayo presenta una ligera disminución respecto a los dos trimestres anteriores.
- Solamente el 15 por ciento de los mexicanos juzgan que la situación política por la que atraviesa el país ha mejorado respecto al año pasado, lo que indica un deterioro de la imagen de la actividad política, deterioro que inició desde el trimestre anterior.

EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN POLÍTICA



- Por primera vez desde 2008 la mención a la crisis económica como principal problema baja del 30 por ciento y en contraste la inseguridad sube 9 puntos porcentuales en 6 meses colocándose en sus valores más altos en más de un año, lo mismo que el narcotráfico.

**PRINCIPAL PROBLEMA DEL PAÍS SEGÚN SU TIPO
SEXENIO ACTUAL**



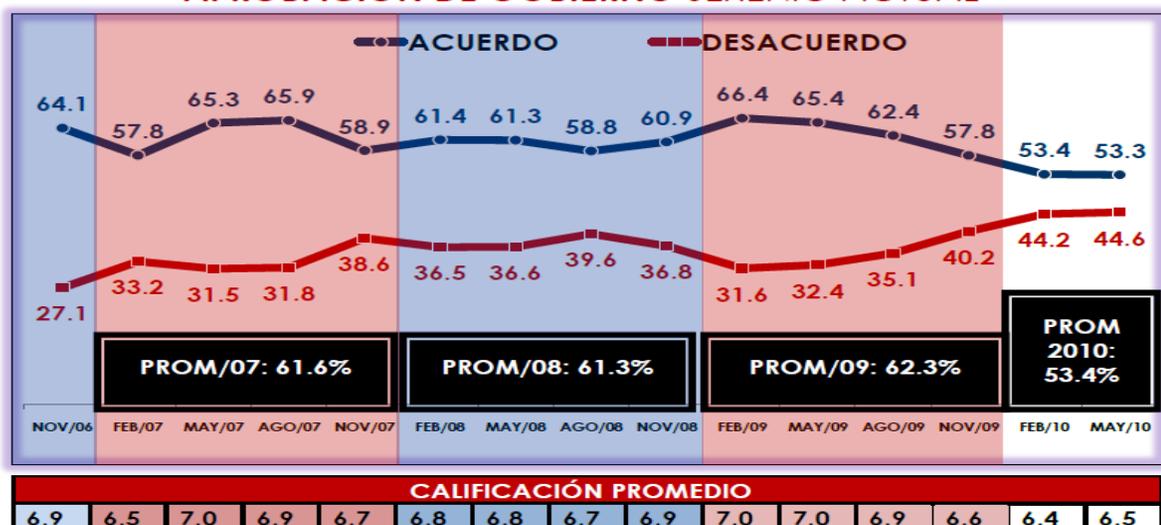
TRACKING POLL ROY CAMPOS

www.consulta.com.mx

2010

- Los problemas económicos siguen estando por arriba de los de seguridad en el ánimo ciudadano, aunque se puede observar el rápido crecimiento en la preocupación por la seguridad y justicia. En 6 meses han pasado del 22 por ciento al 36 por ciento, el grupo de ciudadanos que así lo considera.

APROBACIÓN DE GOBIERNO SEXENIO ACTUAL



TRACKING POLL ROY CAMPOS

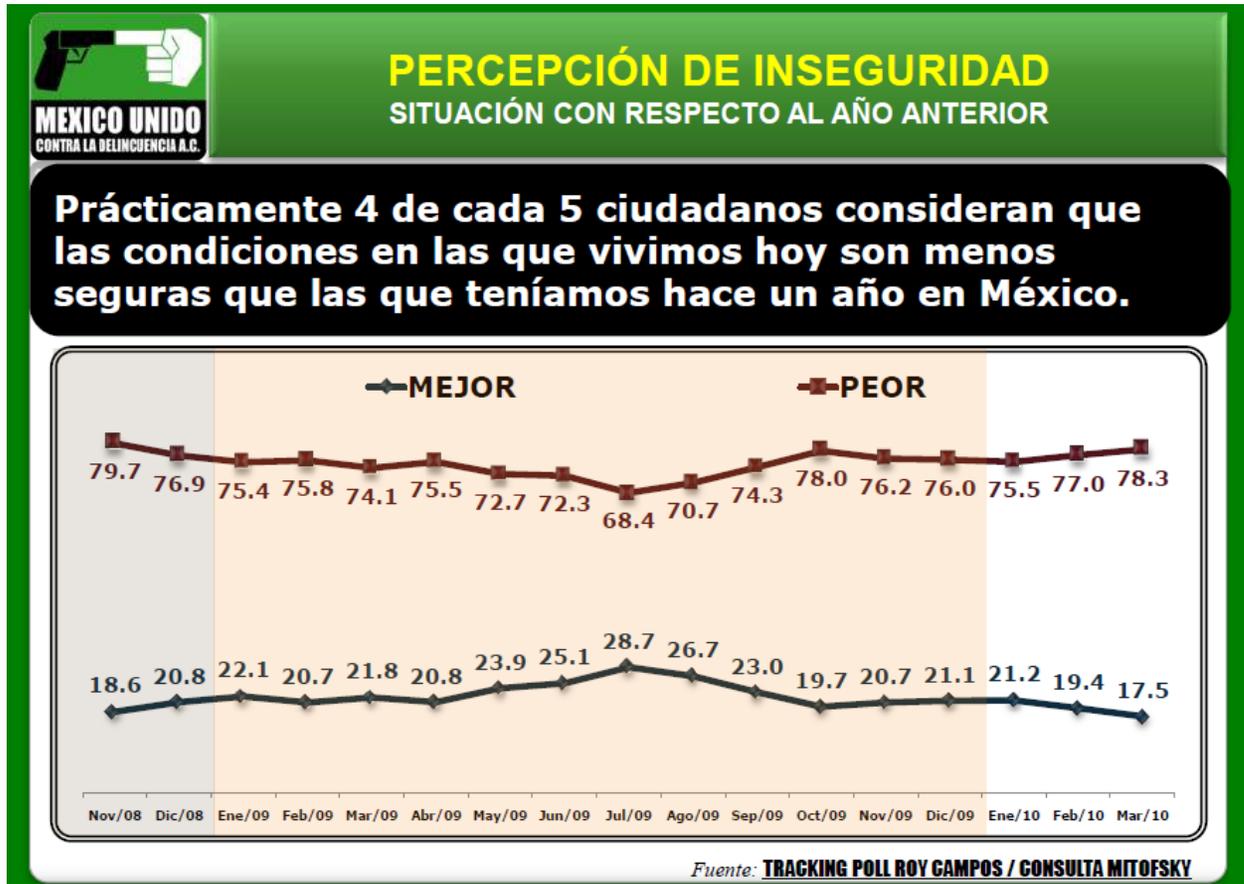
www.consulta.com.mx

2010

- En mayo de 2010, al llegar al trimestre 14 de su gobierno el presidente Calderón, logra conservar el 53 por ciento, de aprobación ciudadana al que llegó en febrero pasado. Con este resultado, si bien se mantiene en el más bajo nivel del sexenio, la buena noticia es que se frena una tendencia de 4 trimestres consecutivos con caídas.
- En el bajío la evaluación presidencial sube 9 puntos porcentuales y en el norte 4 puntos. Por el contrario en los ciudadanos del nivel económico bajo sufre un deterioro de 11 puntos y en el centro del país de 6 puntos porcentuales, siendo los habitantes de esta región quienes más bajo evalúan al presidente con sólo 37 por ciento, de aprobación.
- La atención a la salud continúa siendo lo que mejor se evalúa del trabajo del presidente Calderón con 40 por ciento. El combate a la delincuencia se mantiene en segundo lugar aunque cae casi 10 puntos la aprobación por este rubro.
- De nuevo aparecen los aspectos económicos como “disminuir inflación”; “disminuir pobreza”; y “crear empleos” en la parte baja de la tabla de aprobación acompañados ahora por la “protección de migrantes en EUA”.
- De los atributos personales que se reconocen en Felipe Calderón sigue siendo la tolerancia la que más aparece con 35 por ciento, seguida de honradez, cercanía y liderazgo; en cambio de nuevo es un aspecto relacionado con la economía el atributo que menos se le atribuye (preocupación por los pobres).

En conclusión, la percepción ciudadana sobre seguridad en México dice que: prácticamente cuatro de cada cinco ciudadanos consideran que las condiciones en las que vivimos hoy son menos seguras que las que teníamos hace un año en México.

Más de uno de cada cuatro ciudadanos (27 por ciento) dice haber vivido cerca de un delito en los últimos 3 meses, ya sea por haberlo sufrido él o alguien de su familia y el 78 por ciento de los mexicanos dicen temer ser víctimas de robo a mano armada y 72 por ciento a ser víctimas de un secuestro.



La disminución que reportan los ciudadanos en la facilidad para conseguir un cigarro de marihuana. Mientras hace un año 70 por ciento decía que era fácil, hoy ese porcentaje bajó a 61 por ciento.

De la misma manera, 47 por ciento de los mexicanos consideran que los operativos establecidos por el gobierno federal para combatir al crimen organizado han sido un éxito y 36 por ciento que han sido un fracaso.



A su vez, son ligeramente más quienes dicen que la va ganando el crimen organizado (39 por ciento) que quienes afirman que es el gobierno (37 por ciento).

También, el 44 por ciento considera que las acciones reales de Gobierno Federal reflejan lo que está ocurriendo; 18 por ciento cree que exageran en las noticias y 33 por ciento que están ocultando cosas aún peores a las que reportan.

3.3 Algunas noticias relevantes en el primer cuatrimestre del 2010

La mayoría de las noticias en el gobierno de Felipe Calderón se han caracterizado por la relación contra la delincuencia y crimen organizado, el incremento en muertes va en aumento y tomando lo expuesto en la consulta Mitosfky donde se afirma que en este primer cuatrimestre del 2010 por primera vez desde 2008 la mención a la crisis económica como principal problema baja del 30% y en contraste la inseguridad sube 9 puntos porcentuales en 6 meses

colocándose en sus valores más altos en más de un año, lo mismo que el narcotráfico.

Es así, que considero importante retomar las noticias que este periodo han sido relevantes, y que han tenido que ver con el tema de “inseguridad”, dichas noticias, en orden cronológico son:

“Beltrones advierte (y fuerte) a Calderón”, publicada en 7 de enero del 2010, en ella el senador priista Manlio Fabio Beltrones le pidió al presidente Felipe Calderón que frene la ola de aumentos. El fondo de su mensaje fue muy claro: O para los aumentos o se olvida del apoyo del PRI en las reformas políticas del 2010.

Beltrones habló fuerte; quiere que el Presidente le dé una explicación sobre la situación que está viviendo el país respecto al alza de precios en gasolina tan sólo unos días después de aprobar el aumento de impuestos y de la tortilla.

Posteriormente, el 10 de enero se publicó *“Bajo reserva, alarmante, situación de periodistas en México”*, en ella se afirma que un trabajo, oficio, vocación o ejercicio que se ha convertido de alto, altísimo riesgo. Nadie, menos las autoridades encargadas de garantizar la seguridad de una ciudadanía arrastrada hasta los límites de la crueldad, ha logrado detener la ola de ejecuciones de comunicadores en el país.

Además narra “el levantón” y asesinato del reportero Valentín Valdés Espinosa, del periódico Zócalo de Saltillo, un caso más de la violencia que se ejerce contra quienes han elegido informar a la comunidad sobre los acontecimientos del día. Valdés no sólo fue secuestrado por un comando, sino también torturado y masacrado. A un colega que lo acompañaba lo dejaron libre milagrosamente. La CNDH condenó el artero crimen y reveló una macabra realidad: 58 periodistas han perdido la vida en nuestro país desde 2000 a la fecha. (Noticias, Terra Noticias-Blog de Noticias, 2010).

Para concluir en este mismo mes, 21 de enero, se dijo: “*¿Debe continuar el ejército Mexicano en la lucha contra el narco?*”, la cual dicta que el Ejército mexicano ha incurrido en ejecuciones, torturas, violaciones sexuales y detenciones arbitrarias en su combate frontal contra el crimen organizado y el narcotráfico.

El organismo internacional apunta que esto es una consecuencia del papel que el presidente Felipe Calderón ha delegado en las fuerzas armadas.

Sin embargo, los grandes golpes contra el crimen organizado de las últimas semanas han sido logrados por el Ejército y la Armada de nuestro país. (Noticias, Terra-Noticias, 2010).

En el siguiente mes ocurrió que: “*Calderón culpa a EUA por la violencia en México*”, difundida el 2 de febrero, en ella, el presidente Felipe Calderón dijo que el culpable de la violencia en México es Estados Unidos, pues son el mayor consumidor de droga del mundo. El mandatario hizo hincapié en la poca o nula atención que ponen los estadounidenses a la venta de armas a narcotraficantes mexicanos y les criticó por propiciar las muertes que se presentan en nuestro país. (Blog de noticias-México)

Luego, “*El gobierno de Felipe Calderón promete no dejar sola Ciudad Juárez*”, publicada el miércoles 3 de febrero de 2010, en ella cita que el secretario de Gobernación, Fernando Gómez Mont, dijo que no se va a dejar a Ciudad Juárez a su suerte, a tres días de la matanza a balazos de 16 jóvenes en esa urbe fronteriza perpetrada por un comando. Además se comprometió al gobierno federal a trabajar de forma coordinada con autoridades de Chihuahua para dar respuestas ágiles, institucionales y serias que inhiban la violencia. (Noticias, Terra Noticias, 2010).

Para el día 6 del mismo mes: “*Traslada Baeza sede del gobierno Chihuahuense a Ciudad Juárez*”, la cual revela que el Gobernador de Chihuahua, José Reyes Baeza, anuncia el traslado indefinido de los tres poderes (Ejecutivo,

Legislativo y Judicial) estatales desde la localidad de Chihuahua a Ciudad Juárez, para afrontar los problemas de inseguridad y de violencia en esta urbe.

Asimismo, Reyes Baeza pidió también la presencia del Presidente Felipe Calderón, ya que en Ciudad Juárez “también hay emergencia”, para que se otorgue el respaldo de la Federación a la sociedad juarense. (Noticias, Terra Noticias, 2010)

Después, “*Fuerzas federales ‘tranquilizan’ a los juarenses*”, publicada el 11 de febrero, la cual informa que mientras el Presidente Felipe Calderón trataba de inyectar seguridad y confort a los familiares de los 16 jóvenes asesinados por el crimen organizado en Ciudad Juárez, fuerzas municipales y federales desalojaron con violencia a un grupo de ciudadanos que se expresaban en contra de las políticas del mandatario.

Los manifestantes habían bloqueado la avenida Tomás Fernández, de Ciudad Juárez, para mostrar su inconformidad por la visita del mandatario, cuando fueron maniatados y retirados por policías antimotines.

Entre las peticiones de los manifestantes, se leían en mantas la petición de la salida del ejército de Ciudad Juárez. Cuando Felipe Calderón salió de la reunión en la cual ofreció disculpas a los familiares de los 16 jóvenes a los que había ofendido llamándolos “pandilleros” los manifestantes ya no estaban en la calle y no hubo manta que permaneciera como protesta. (Noticias, Terra Noticias, 2010)

8 días después CNN-México, (EFE & Notimex, 2010), informa: “*21 asesinatos más se cometieron en el país en menos de 48 horas*”, donde menciona que la violencia en territorio mexicano ha dejado al menos 21 muertos en las últimas 48 horas, después de que el presidente Felipe Calderón anunciara su programa de “cero tolerancia” contra la delincuencia de México.

El jueves, en Tuxtla Gutiérrez, capital del estado sureño de Chiapas, dos agentes y cuatro presuntos delincuentes murieron cuando fuerzas de seguridad realizaron un operativo para rescatar a una mujer secuestrada.

En Apatzingán, Michoacán, en el centro de la República, la Policía Federal detuvo el jueves a tres presuntos sicarios del cártel de narcotraficantes de *La Familia*.

La detención, que se realizó en el conjunto residencial Los Girasoles, y se dio gracias a una denuncia anónima. En la operación murió un presunto delincuente, dos quedaron heridos y fueron detenidos.

También fueron encontrados los cuerpos decapitados de seis personas, que estaban dentro de un automóvil abandonado en la salida de la carretera de Morelia hacia el municipio de Quiroga.

Los deudos reconocieron los cadáveres, que presentaban huellas de tortura y una marca con la letra “Z”, caso similar al de otros seis asesinados en el municipio de Apatzingán, en enero pasado.

De igual forma, en Morelia, la capital michoacana, los restos de tres cuerpos descuartizados fueron hallados en bolsas de plástico negras, informó la Procuraduría General de Justicia del Estado.

Según las primeras investigaciones, los cadáveres corresponden a tres hombres originarios del municipio de Purépero y fueron plagiados la tarde del jueves.

A su vez, en el municipio de Angostura, en Sinaloa, entidad en el norte del país, un grupo armado irrumpió en una fiesta, disparó contra los invitados, mató a cuatro personas e hirió a otra más.

Para concluir el mes, el 23 de febrero, *“Narcomantas en la ciudad sede de la cumbre”*, mientras el Presidente de México, Felipe Calderón, clausuraba la Cumbre de la Unidad de América Latina y el Caribe que reúne a mandatarios de 33 países, miembros del Ejército Mexicano retiraban narco mantas firmadas por “Los Zetas” en la misma ciudad sede del encuentro, Playa del Carmen.

“Los Zetas” critican las alianzas entre fuerzas del gobierno federal y los comparan con niños temerosos, además de burlarse de la incapacidad mostrada para terminar con ellos.

A su vez, en Playa del Carmen, en Quintana Roo se encontraron mantas en Cancún: mientras que en Veracruz se vieron estos mensajes en Córdoba, Boca del Río, Veracruz, Xalapa, Poza Rica y Tuxpan; mientras que en Nuevo León aparecieron mantas en la capital del estado. (Noticias, Terra Noticias, 2010)

Para marzo, se publica: “*No convence Calderón a los mexicanos*”, el 1 de marzo, la política de Felipe Calderón no le gusta al 44.2 % de los mexicanos, reveló una encuesta de Consulta Mitofsky. Casi la mitad de los tres mil encuestados reprueba la forma de gobernar de Calderón.

Por cuarto trimestre consecutivo la cifra de personas que no está de acuerdo con el presidente aumentó; ahora pasó del 40.2 al 44.2%. El 70% de los ciudadanos consultados afirma que el principal problema del país es económico, y uno de cada cuatro piensa que se debe a la inseguridad.

La caída en la aceptación a Calderón es de 13 puntos porcentuales en un año, lo que demuestra que las acciones del Ejecutivo más que tranquilizar a la población, le preocupan. (Noticias, Terra Noticias, 2010).

Posteriormente, el 10 de marzo, “*La fortuna del Chapo lo afianza en la lista Forbes*”, el narcotraficante Joaquín Guzmán Loera “El Chapo” se encuentre en el puesto 937 y que su fortuna sea de un billón de dólares, según estimaciones de la prestigiosa revista.

Arrestado en 1993, “El Chapo” se escapó de la prisión federal de Puente Grande ocho años después, para controlar de nueva cuenta el Cártel de Sinaloa.

Cabe resaltar que la fecha, este personaje, se encuentra entre los criminales más ricos del mundo y prófugo de la justicia. (Noticias, Terra Noticias, 2010).

Continuando con más noticias, "*Fin de semana violento y doloroso*", publicada el 22 de marzo del 2010, la cual narra que el pasado fin de semana estuvo marcado por el aumento en la violencia en todo el país. Los asesinatos comenzaron desde el viernes, cuando dos jóvenes estudiantes de posgrado del Tecnológico de Monterrey perdieron la vida durante un enfrentamiento entre el Ejército y un grupo delictivo.

A estas dolorosas muertes se suman diversos asesinatos en todo el país, que culminaron la mañana de este lunes, cuando, en Guerrero, se encontraron (en ocho bolsas negras de plástico) los cuerpos desmembrados de un comandante y un oficial de policía.

Desde que Felipe Calderón es presidente de México, se han presentado más de 18 mil asesinados por el crimen organizado y no hay un indicador de que la situación mejore. (Noticias, Terra Noticias, 2010)

Luego, "*Procede 85 por ciento de sobornos en México de personas ligadas al poder*", publicada el 25 de marzo en el país vecino, la cual dice que el 85 por ciento de los sobornos que se producen en México procede de personas relacionadas con el Gobierno, reveló este jueves una encuesta de la organización estadounidense Trace International, que indica que el 45 por ciento de los involucrados son policías.

Asimismo indica que el 10% de los funcionarios mexicanos a nivel provincial o estatal participaron en sobornos o "mordidas", que también ocurren entre otros empleados de entidades gubernamentales (6%), municipios (4%), jueces o representantes del poder judicial (4%), miembros del Ejército (2%) y funcionarios del partido en el poder (2%).

El documento señala que ciertos participantes identificaron al funcionario concreto, la secretaría específica del Gobierno o a la entidad que exigía el soborno, entre ellas la de Educación y Justicia, responsables respectivamente del 11% de las demandas. (Noticias, Terra Noticias, 2010)

La siguiente nota fue: “¿Sabe Calderón de lo que habla?”, publicada el 26 de marzo, en la cual el Presidente de México, Felipe Calderón, ha pedido a los ciudadanos que ya no comenten sobre los asaltos, secuestros, asesinatos, violaciones, desempleo, decapitaciones, ajustes de cuenta, robos, crisis económica y violencia que se vive a diario en el país y que “hablen bien de México”.

Para Calderón, México no está tan mal, e incluso minimizó los 18 mil asesinados por el crimen organizado durante lo que va de su sexenio al afirmar que 11.5 asesinatos por cada 100 mil habitantes, son casi nada comparados con los 60 homicidios que se presentan en Jamaica, los 52 de El Salvador o los 22 de Brasil. (Noticias, Terra Noticias, 2010).

El 27 de marzo, en el mismo portal se menciona: “*EU acepta su responsabilidad en el combate al narcotráfico*”, tras reunirse con la delegación mexicana para tratar temas de seguridad, la secretaria de Estado, Hillary Clinton, afirmó que Estados Unidos acepta su responsabilidad en el problema del combate al narcotráfico.

En esta reunión acordó el trabajo en 4 áreas estratégicas:

- 1.- Combatir el tráfico de armas y droga en la frontera.
- 2.- El apoyo para fortalecer las instituciones de ambos países en torno a la violencia en las fronteras.
- 3.- El mejoramiento de la estructura y administración de ambas fronteras.
- 4.- Atender las comunidades de ambos países para el combate de las drogas en estos círculos. (Uribe, 2010)

El hecho de mencionar, sólo algunas noticias que causaron polémica por su relación a inseguridad, violencia, crimen organizado y/o narcotráfico, es porque estas influyen en la imagen pública del Gobierno Federal, hecho que influye en los resultados de las encuestas presentadas por Consulta Mitofsky, sin embargo no

en su totalidad, pues aunado a las noticias se encuentra la imagen que Felipe Calderón da a la ciudadanía.

Y una forma de acercarse a transmitir su imagen, es la divulgación de sus discursos.

En los cuales debe ser cuidadoso en el transmitir de modo de que genere un beneficio y no un deterioro en su imagen pública.

CAPÍTULO 4

Análisis de contenido en los discursos de Felipe Calderón en cuanto al término inseguridad en el primer cuatrimestre del 2010.

Al preferir para la investigación una metodología común, tanto en la ciencia política como en los estudios de comunicación –el análisis de contenido–, se encontró precisamente la dicotomía texto-imagen que se pretende derogar, pues aunque se declara capaz de analizar datos simbólicos, como es el caso del material iconográfico o sonoro, también afirma que a esos insumos “es posible aplicarles las distinciones que efectuamos a propósito de la prensa escrita”. (Duverger, 1972).

4.1 Definición de Inseguridad

La inseguridad, psicológicamente hablando, la definimos con “miedo”, sin embargo a citar en la presente investigación podemos decir que existe una inseguridad ciudadana surge y se define en la actualidad como un fenómeno y problema social en sociedades que poseen un diverso nivel de desarrollo económico, múltiples rasgos culturales y regímenes políticos de distinto signo, no pudiéndose establecer, por tanto, distinciones simplistas para caracterizar factores asociados a su incremento y formas de expresión.

La selectividad temática de la inseguridad como una de las principales preocupaciones en las sociedades contemporáneas, ha ocurrido en distintos momentos y circunstancias del acontecer nacional; sin embargo ésta constituye una situación que viene presentándose desde los últimos veinte años cada vez con mayor frecuencia, observándose una tendencia a diferenciar el tratamiento clásico de la delincuencia.

4.1.1 Inseguridad social

De lo anterior, es importante conocer el término de “inseguridad social”, (Castel, 2006)⁶, en su libro *“La inseguridad social, ¿qué es estar protegido?”*,

⁶ Roberto Castel, sociólogo entrenado por la escuela de Pierre Bourdieu y Michael Foucault.

plantea una hipótesis, la cual dice que la inseguridad moderna no sería la ausencia de protecciones o medios sino todo lo contrario, una obsesiva manía vinculada a la búsqueda incesante de seguridad en un mundo social interrelacionado. Esa propia búsqueda “frenética” en sí es la que genera el constante sentimiento de inseguridad.

En otras palabras, sugiere el autor, que estar protegido, implica estar amenazado; es así que se puede decir que a medida que la sociedad va alcanzando nuevas metas en la materia, otras nuevas surgen dando origen a riesgos que no habían sido tenidos en cuenta plasmado en una especie de prevención colectiva al riesgo.

Castel, hace un estudio en diversos grupos sobre el tema y llega a la conclusión de que grupos marginales quedan excluidos de los beneficios sociales más elementales generando así sentimientos de rencor y resentimiento que no hacen otra cosa que agravar el sentimiento de inseguridad que de ser personal pasa a ser social.

Es interesante conocer cómo surge esta inseguridad en la ciudadanía y cuestionarnos cuáles son las herramientas y formas adecuadas para combatirla y no incrementarla con una “supuesta seguridad”.

4.1.2. Definición de delincuencia, crimen organizado y violencia.

Manuel Avilés Gómez (2010), menciona que la delincuencia es un fenómeno social. Es decir, la delincuencia se refiere a un conjunto de actos en contra de la ley, tipificados por la ley y merecedores de castigo por la sociedad, en diferentes grados. Se podría definir también como una conducta por parte de una o varias personas que no coinciden con las requeridas en una sociedad determinada, que atentan contra las leyes de dicha sociedad.

Generalmente, se considera delincuente a quien comete un delito en reiteradas ocasiones, llegando a ser considerado también, como un antisocial, recalcando el hecho que este tipo de acciones atentan contra el normal

funcionamiento de nuestra sociedad, poniendo en peligros de diferente naturaleza a sus miembros.

Aunado a ello se encuentra el crimen organizado, el cual es un mecanismo de acumulación, robo y redistribución de capital propio de la economía informal, que también llega a formar parte de la economía formal local, nacional y global.

El crimen organizado se puede definir como "la delincuencia colectiva que instrumentaliza racionalmente la violencia institucional de la vida privada y pública, al servicio de ganancias empresariales con rapidez. Necesariamente vincula jerarquías de la burocracia política y judicial mediante la corrupción y la impunidad". (Lozano Meraz, 2009).

Es decir, crimen organizado o delincuencia organizada es la denominación que se le da a las estructuras sociales compuestas por individuos que se organizan para cometer acciones delictivas, así como al tipo de delito imputado por dicha conducta. Entre dichas acciones suelen encontrarse el tráfico de drogas, armas, réplicas de obras artísticas o tesoros arqueológicos, robo de vehículos, terrorismo, secuestro, tráfico de indocumentados, genocidio, etc.

La violencia se puede definir como el uso de una fuerza abierta u oculta con el fin de obtener de un individuo o grupo lo que no quieren libremente. El tema de la violencia está estrechamente vinculado al poder, toda situación de violencia es una situación de poder, al igual que la inseguridad, delincuencia y el crimen organizado.

La violencia es un comportamiento deliberado, que provoca, o puede provocar, daños físicos o psicológicos a otros seres, y se asocia, aunque no necesariamente, con la agresión física, ya que también puede ser psicológica o emocional, a través de amenazas u ofensas.

El Dr. filósofo Edward Spinkfield analiza la violencia, la clasifica en directa, estructural y cultural, ordenando la relación entre estos tres tipos de violencia, causada por el alcoholismo, la ignorancia y falta de conciencia respecto a creer que la mejor forma de cambiar la situación en la que se encuentra es a través de actos que incluyen violencia física, el no ser capaces de aprender a controlar los impulsos que generan violencia, la falta de comprensión en la incompatibilidad de caracteres, las adicciones a sustancias, falta de amor y respeto. (Sanmartín Esplugues, 2004).

Es así que la violencia, la delincuencia, inseguridad y crimen organizado, son factores que afectan la conducta social en perjuicio de la sociedad, relacionados entre sí, pues a la acción de uno se genera el otro.

4.2 Seguridad pública y Felipe Calderón

Oliveira, C. (2003: 22)⁷, en su libro “*Violencia política criminal y seguridad pública*”, describe que “seguridad pública”, se identifica con la protección del orden jurídico público, idea relacionada con la protección del poder de policía en sentido tan amplio que implica prácticamente toda acción del Estado.

Señaló que la idea de “seguridad pública está ligada a la protección de la paz pública, de tal manera que puede ser conceptualizada, desde el punto de vista objetivo, como el conjunto de políticas y acciones coherentes y articuladas, que tienden a garantizar la paz pública a través de la prevención y represión de los delitos y de las faltas contra el orden público, mediante el sistema de control penal y el de policía administrativa; dicha actividades buscan incorporarse en la impartición de justicia”.

En resumidas cuentas se puede decir que la seguridad pública coherente y racional implica el manejo de diversos elementos que interactúan y tiene que ver con la procuración de justicia y con la policía de seguridad pública.

⁷ César Oliveira de Barros Leal, de Nacionalidad Brasileña, es licenciado en Derechos, Maestro en Derecho Público y Procurador del Estado de Ceará.

En este sentido, considero importante resaltar algunas noticias y acciones en el Gobierno de Felipe Calderón, en cuanto a “seguridad pública”; a los pocos días de electo Presidente lanzó diversas propuestas y acciones de Gobierno, en temas de Seguridad, Empleo, Economía, Salud y de las Fuerzas Armadas.

Es así que en temas de seguridad declaró una campaña contra el narcotráfico, donde ha involucrado al Ejército Mexicano la lucha, en operativos especiales en Michoacán, Tijuana, Nuevo León y Guerrero. Además propuso una serie de Reformas en materia Penal, como un nuevo Código Penal único para toda la República, la permisibilidad a la PGR de realizar espionaje telefónico y la posibilidad de redadas sin orden judicial.

Ha impulsado la modernización de los cuerpos policíacos del país, implementando lo que llamó "Programas y Estrategias Nacionales de Seguridad", como el proyecto "Plataforma México" que, entre otras cosas, contempla la existencia y puesta en marcha de un Sistema Único Criminal en todo el país. Otro de los programas de seguridad es "Limpiemos México", que está en tres fases: Zona en Recuperación, Escuela Segura y Centro de Atención Primaria de Adicciones y Salud Mental.

De la misma manera, el Presidente Felipe Calderón firmó la Ley General del Sistema Nacional de Seguridad Pública, aprobada por el Congreso el 11 de diciembre del 2008, la cual fue publicada el 2 de enero del 2009 en el Diario Oficial de la Federación, en ella define las bases de coordinación entre la Federación, el Distrito Federal, los estados y los municipios para la integración, organización y funcionamiento del Sistema Nacional de Seguridad Pública a que se refiere el Artículo 21 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

La nueva Ley crea instancias de Inteligencia e información criminalística; además prevé nuevas sanciones a policías y mandos que delincan, a gobernadores que incumplan acuerdos nacionales y a civiles que falsifiquen documentación; crea un Centro de Información de Inteligencia, además prevé que

todas las policías - federales, estatales y municipales - se sometan a controles de confianza, y además deberán estar certificados y capacitados.

Y en cuanto al Consejo Nacional de Seguridad Pública, establece que el Presidente de la República será quien lo encabece y estará conformado por los secretarios de Gobernación, Seguridad Pública, Defensa Nacional y Marina, así como el titular de la PGR, los gobernadores de los estados, el jefe de Gobierno del DF y el secretario ejecutivo del Sistema. (Redacción, 2009)

Ahora bien, una vez conocido el término, pasaremos a conocer si el manejo del término “inseguridad” en los discursos de Felipe Calderón influyó en el deterioro de su imagen pública en el primer cuatrimestre del 2010.

4.3 Análisis de Contenido en los Discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre del 2010.

Para desarrollar la presente investigación se han tomado en cuenta todos los discursos del presidente Felipe Calderón, publicados en su página www.presidencia.gob.mx, durante el primer cuatrimestre del 2010, lo que se cuantifica en 141 discursos.

Estos discursos serán analizados por medio del método análisis de contenido por palabra y tema; es decir se tomará en cuenta el número de palabras que menciona en su discurso y se obtendrá así un tema por lo que dice de esta palabra en el enunciado en el que se encuentra; con ello se obtendrá la definición, importancia y repetición del término “inseguridad” con sus similitudes y o variables, los cuales son: delincuencia, crimen organizado y delincuencia.

Discurso 1.- El Presidente Calderón en la inauguración y puesta en marcha del nuevo hospital general de Renacimiento, Donato G. Alarcón en Acapulco Guerrero el 4 de enero de 2010, en Acapulco Guerrero, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 2.- Mensaje a la Nación del Presidente Calderón con motivo del año nuevo, 2010, en la Residencia Oficial, el 6 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 3.- Palabras del Presidente Felipe Calderón Hinojosa, durante la Presentación del Estudio de la OCDE sobre el Proceso Presupuestario en México, en la Ciudad de México el 7 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 4.- El Presidente Felipe Calderón Hinojosa en la Ceremonia Conmemorativa del Día de la Enfermera, el 8 de enero de 2010, en la Ciudad de México, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 5.- El Presidente Calderón en la Comida de Trabajo con motivo de la XXI Reunión de Embajadores y Cónsules de México, en la Ciudad de México, también el 8 de enero de 2010, en este se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Problema de indolencia y corrupción.
Delincuencia	2	*Combate y nuevos esquemas *Lucha.
Crimen organizado	5	*Nuevos esquemas de seguridad *Reacción Violenta *Lucha *Atentados contra la vida de periodistas *Atentados contra la vida de los ciudadanos.
Violencia	5	*México peor lugar *Gobierno Federal interviene (2) *Crimen *No hay violencia porque interviene el Gobierno Federal.

Discurso 6.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Puente Internacional Anzaldúas, el 11 de enero del 2010, en Reynosa Tamaulipas, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 7.- El Presidente Felipe Calderón en la Inauguración del Foro sobre la Reforma Regulatoria, en la ciudad de México el 12 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 8.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Parque Industrial para la competitividad e innovación, en Morelia el día 13 de enero de 2010, discurso en el cual, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 9.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Campus Corporativo Cinépolis, en Morelia el día 13 de enero de 2010, en este discurso tampoco se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 10.- El Presidente Felipe Calderón exhorta al pueblo de México a solidarizarse con Haití, en la Ciudad de México, el día 13 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 11.- El Presidente Felipe Calderón, durante la Puesta en Operación de la Planta Potabilizadora Mintzita, en Morelia el día 14 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 12.- El Presidente Calderón en la Conmemoración del 30 Aniversario de la Fundación de la Planta I y puesta en marcha de la Planta II de Mitsubishi Electric de México, en San Juan del Río, Querétaro, el 14 de enero del 2010, en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 13.- Palabras del Presidente Felipe Calderón en el Arranque de la Campaña Nacional de Vacunación contra la Influenza A/H1N1, en la Ciudad de México, el 15 de enero de 2010, discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 14.- El Presidente Felipe Calderón en la Visita al Centro de Acopio de la Cruz Roja Mexicana, en la Ciudad de México, el 15 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 15.- El Presidente Calderón en la Presentación del Programa: Discutamos México, en la Ciudad de México el 18 de enero de 2010, en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 16.- El Presidente Calderón en el evento del Aniversario del ISSSTE, 50 años de servir a México, en la Ciudad de México el 19 de enero de 2010, discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 17.- El Presidente Calderón en la Inauguración de la Planta Extractora de Azufre de Mexichem, el 20 de enero en Jáltipan de Morelos, Veracruz, en este discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 18.- El Presidente Calderón durante el evento: La leche Liconsa mantiene su precio para vivir mejor, en la Ciudad de México el 21 de enero de 2010, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 19.- El Presidente Felipe Calderón en la Supervisión de Carga y Ceremonia de Despedida del Buque ARM Papaloapan, el 22 de enero de 2010, en Veracruz, discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 20.- El Presidente Felipe Calderón en el 30 Aniversario del Programa de Abasto Rural y Puesta en Marcha de Tiendas Móviles DICONSA, el 22 de enero de 2010, en Zacatecas, Zacatecas, discurso, donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 21.- El Presidente Felipe Calderón en la entrega de cobertores, "Dale Calor a México" en Vetagrande, Zacatecas, el 22 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 22.- El Presidente Calderón en el Acuerdo Nacional para la Salud Alimentaria, Estrategia contra el Sobrepeso y la Obesidad, en la Ciudad de México el 25 de enero de 2010, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 23.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante la Reunión Plenaria del Grupo Parlamentario del PAN en la Cámara de Diputados, el 26 de enero en Puebla, donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	1	*Golpes medulares a la criminalidad
Violencia	0	—

Discurso 24.- El Presidente Calderón en la Ceremonia de despedida del Buque Auxiliar Multipropósito ARM Zapoteco (AMP-02) en operación de ayuda humanitaria a la República de Haití, en Acapulco de Juárez, Guerrero, el 27 de enero de 2010, en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 25.- El Presidente Calderón en el evento: Fortalecimiento de la cadena "Mi Tortilla", en la Ciudad de México, el 27 de enero de 2010; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 26.- El Presidente Calderón en la Sesión Plenaria titulada: Global Governance Redesigned, el 28 de enero de 2010, en Davos Suiza, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 27.- Mensaje a los Medios de Comunicación del Presidente Calderón Hinojosa, el 30 de enero de 2010, en Davos Suiza, discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 28.- Mensaje a los Medios de Comunicación del Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, licenciado Felipe Calderón Hinojosa, el 1 de febrero de 2010, en su gira por Tokio, Japón, discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 29.- Palabras del Presidente Calderón en el Encuentro con el Príncipe Heredero Naruhito, el 1 de febrero de 2010, en su gira por Tokio, Japón, discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 30.- El Presidente Calderón en la Conferencia sobre Cambio Climático COP-16, el 2 de febrero de 2010, en su gira por Tokio, Japón, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 31.- El Presidente Calderón en la XXVIII Reunión Plenaria del Comité México-Japón del COMCE y del Comité Japón-México del Keidanren, en su gira por Tokio el 2 de febrero de 2010, discurso donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 32.- El Presidente Calderón en la conferencia: México, una economía emergente, retos internos y política exterior, en Tokio, Japón; el 2 de febrero de 2010, en el cual se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	1	*Similar al crimen organizado
Crimen organizado	2	*Ampliación de impunidad y corrupción. *Cárteles
Violencia	1	*Fenómeno agudizado

Discurso 33.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Hospital de Alta Especialidad Centenario de la Revolución Mexicana, el día 3 de febrero de 2010, en el municipio de Emiliano Zapata en Morelos, donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	1	*Robo o desmantelamiento
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 34.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Instituto Tecnológico de Pabellón de Arteaga, el 4 de febrero de 2010, en el municipio de Pabellón de Arteaga en Aguascalientes, se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Desafío contra el delito
Delincuencia	1	*Recomposición del tejido social
Crimen organizado	0	—
Violencia	1	*Problema creciente

Discurso 35.- El Presidente Felipe Calderón en la Inauguración del Paso a Desnivel del Segundo Anillo y Avenida 45 Norte, el 4 de febrero de 2010, en la ciudad de Aguascalientes, en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 36.- El Presidente Calderón en la Ceremonia del XCIII Aniversario de la Promulgación de la Constitución Política de 1917, en 5 de febrero en Santiago de Querétaro, en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 37.- El Presidente Calderón en la Reunión de la Evaluación del Desbordamiento del Río Tuxpan en Michoacán, el 5 de febrero de 2010, discurso, en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 38.- El Presidente Calderón en el Anuncio Oficial de la Fabricación del Vehículo FIAT 500, el 8 de febrero de 2010, en el Estado de México, en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 39.- El Presidente Calderón en la Cena del Bicentenario del Hogar Cabañas, el 10 de febrero en Guadalajara, Jalisco; en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 40.- El Presidente Calderón en la Presentación del Programa de Actividades del Bicentenario de la Independencia y Centenario de la Revolución Mexicana, el 10 de febrero, en la Ciudad de México; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 41.- Primera intervención del Presidente Calderón en la Reunión con el Gabinete Social en Ciudad Juárez, Chihuahua, el 11 de febrero de 2010, se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	2	*Caldo de cultivo para la criminalidad *Problema

Discurso 42.- Segunda intervención del Presidente Calderón en la Reunión con el Gabinete Social en Ciudad Juárez, Chihuahua el 11 de febrero de 2010, se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	2	*Amenaza contra los derechos humanos *Se enfrenta con toda la fuerza del Estado
Violencia	3	*Bandas criminales *Problema

		*Crimen
--	--	---------

Discurso 43.- Tercera intervención del Presidente Calderón en la Reunión con el Gabinete Social en Ciudad Juárez, Chihuahua, el 11 de febrero de 2010; en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 44.- El Presidente Calderón en el Mensaje a Medios por la Visita de Trabajo de Su Alteza Real el Príncipe Andrés, Duque de York KG del Reino Unido de la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, el 12 de febrero de 2010 en la Ciudad de México; discurso donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 45.- El Presidente Calderón en el Recorrido por las Zonas Afectadas en el Municipio de Angangueo, Michoacán, el 15 de febrero de 2010; discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 46.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante el Anuncio de Inversión de PRAXAIR, en la Ciudad de México, el 15 de febrero; discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 47.- El Presidente Felipe Calderón en la Inauguración de la Clínica de Medicina Familiar con Especialidades de Puebla, el 16 de febrero, en Puebla; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 48.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante la entrega de apoyos del programa 70 y más y visita a la Unidad Deportiva “Quetzalcóatl” de San Andrés Cholula en Puebla el 16 de febrero de 2010, donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Amenaza
Delincuencia	6	*Avance importante en todo el país. *Falta de oportunidades de desarrollo. *Espacios públicos expropiados. *Anida en espacios abandonados. *Similar a “vicio” *Amenaza
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 49.- Primera intervención del Presidente Calderón en el evento Todos Somos Juárez, Reconstruyamos la Ciudad, el 17 de febrero de 2010, donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	1	*Problemática compleja y flagelo
Crimen organizado	0	—
Violencia	3	*Notable e inaceptable crecimiento *No surge porque vienen las fuerzas federales *Fenómeno Inaceptable

Discurso 50.- Segunda intervención del Presidente Calderón en el evento Todos Somos Juárez, Reconstruyamos la Ciudad, el mismo 17 de febrero de 2010 y se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	2	*Igual a narcotráfico. *Implicados criminales.
Violencia	0	—

Discurso 51.- El Presidente Felipe Calderón en la Cena de gala de los cien años de la Cruz Roja Mexicana, el día 18 de febrero en la Ciudad de México; en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 52.- El Presidente Calderón en el Desayuno del día del Ejército, el 19 de febrero en la Ciudad de México; y se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema

Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	1	*Drogas y criminalidad

Discurso 53.- Palabras del Presidente Calderón, durante la Ceremonia de Inauguración de la I Cumbre México-CARICOM, el 21 de febrero de 2010, en Quintana Roo, se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	2	*Organizada y transnacional *Amenaza creciente para la seguridad y bienestar
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 54.- Palabras del Presidente Calderón, durante la Ceremonia de Clausura de la I Cumbre México-CARICOM 2, el 21 de febrero de 2010, en Quintana Roo, se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	1	*Organizada y transnacional
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 55.- Palabras del Presidente Calderón Hinojosa, durante la cena en honor de los Jefes de Estado y de Gobierno participantes en las Cumbres, el 21 de febrero de 2010, en Quintana Roo; en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 56.- El Presidente Felipe Calderón en la Ceremonia de Inauguración de la Cumbre de la Unidad de América Latina y el Caribe, el 22 de febrero en la Riviera Maya en Quintana Roo; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 57.- El Presidente Calderón en la Cena que ofreció en honor de los Jefes de Estado y de Gobierno asistentes a la Cumbre de la Unidad de América Latina y el Caribe, el 22 de febrero en la Riviera Maya en Quintana Roo; discurso donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 58.- El Presidente Calderón en la Segunda Sesión Plenaria de la Cumbre de la Unidad de América Latina y el Caribe, el 23 de febrero en la Riviera Maya; discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 59.- El Presidente Calderón en el Mensaje Conjunto con el Presidente de República Dominicana, Leonel Fernández Reyna, el 23 de febrero en la Riviera Maya; discurso donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 60.- Mensaje a Medios del Presidente de México y del Presidente de Brasil al término del Encuentro con Empresarios mexicanos y brasileños en el Marco del Foro Estratégico Empresarial México-Brasil, en la Riviera Maya el 23 de febrero; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 61.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante la Ceremonia Conmemorativa al Día de la Bandera en la Ciudad de México, el 24 de febrero de 2010; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 62.- El Presidente Calderón en el Encuentro con Empresarios de Yucatán, el 25 de febrero en Mérida, Yucatán; y se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Problema real que combatir
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	3	*Igual a narcotráfico *Afecta la vida de las familias y de la sociedad. *Afecta a México.

Violencia	0	—
------------------	---	---

Discurso 63.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante la Supervisión de la Construcción de la Lumbrera 10 del Túnel Emisor Oriente, el primero de marzo en Tonantla, Estado de México; el presente discurso no contó con la mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 64.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante la Entrega de la Obra de Recuperación de Arenales en el Litoral de Benito Juárez y Solidaridad, en Benito Juárez en Quintana Roo, el 2 de marzo de 2010; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 65.- Palabras del Presidente Felipe Calderón, durante la Inauguración del Puente Bicentenario, el 2 de marzo en Benito Juárez; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 66.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Cambio de Imagen del Centro de Isla Mujeres, el 2 de marzo en Isla Mujeres, Quintana Roo; discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 67.- El Presidente Calderón en el evento 50 años de la Entrega, el 3 de marzo en la Ciudad de México; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 68.- El Presidente Calderón en los Avances de los XVI Juegos Panamericanos Guadalajara 2011, el 3 de marzo en la Ciudad de México; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 69.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Museo Monumental Itinerante: México en tus sentidos, en la Ciudad de México el 3 de marzo; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 70.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Hospital de Alta Especialidad Bicentenario de la Independencia, el 4 de marzo, en Tultitlán, Estado de México; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 71.- El Presidente Calderón en la Visita del Trofeo de la Copa Mundial de la FIFA, el 4 de marzo, en la Ciudad de México; en el cual, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 72.- El Presidente Calderón en el Desayuno con la Misión Mexicana de Ayuda Humanitaria que viajó a la República de Haití, el 5 de marzo en la Ciudad de México; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 73.- El Presidente Calderón en el Informe de Actividades de la CNDH del 1 de enero al 31 de diciembre de 2009, el 5 de marzo en la Ciudad de México, y se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	2	*Que deje de ser amenaza *Una lucha
Delincuencia	4	*Organizada *Afecta directamente a la ciudadanía *Un nuevo desafío. *Se busca poder contenerse precisamente
Crimen organizado	8	*Amenaza de los Derechos Humanos *Se reduce al narcotráfico *Tráfico de migrantes y secuestros. *No encuentra la resistencia en estructuras totalmente debilitadas. *Lucha *Nueva modalidad *Un mal *Principal amenaza del pleno ejercicio de la libertad.
Violencia	1	*Contra mujeres

Discurso 74.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Campo de Golf de Litibú, el 6 de marzo en la Bahía de Banderas, Nayarit; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 75.- El Presidente Calderón en la Presentación del Trofeo Copa México y Firma del Convenio de Colaboración Turística entre los Estados de Jalisco y Nayarit, el 6 de marzo de 2010, en Bahía de Banderas, Nayarit; el presente discurso no conto con la mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 76.- El Presidente Calderón en el Acto Conmemorativo del CXCIV Aniversario de la Instalación del Primer Supremo Tribunal de la Justicia de la Nación 1815-2010, en Ario de Rosales, el 7 de marzo; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 77.- El Presidente Calderón en la Universidad Politécnica Tlaxcala, el 8 de marzo en Tepeyanco, Tlaxcala; discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 78.- El Presidente Calderón en la Inauguración de las Instalaciones del Hospital de la Mujer en el Estado de Tlaxcala, el 8 de marzo; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 79.- El Presidente Calderón en la Conmemoración del Día de la Mujer 2010, el 8 de marzo en Yauhquemecan, Tlaxcala; donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	5	*Hacia las mujeres *Ley... vida libre de... (2) *Situación de violencia. *Social y de genero

Discurso 80.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Parque Eólico “La Rumorosa”, el 9 de marzo en Tecate, Baja California; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 81.- El Presidente Calderón en el Decreto para Fomento de la Producción Fílmica, en Playas de Rosarito, Baja California, el 9 de marzo; el presente discurso no hace mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 82.- El Presidente Calderón en el Mensaje a Medios de Comunicación, el 10 de marzo de 2010, en la Ciudad de México; discurso donde hace mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 83.- El Presidente Calderón en la IX Convención Nacional de American Chamber México, el 10 de marzo en la Ciudad de México; donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	2	*Afecta la sociedad y crisis económica. *Mayor amenaza para el Estado de

		Derecho.
Violencia	0	—

Discurso 84.- El Presidente Calderón en la Visita de Inspección del Puente Baluarte Bicentenario, el 11 de marzo de 2010, en Concordia, Sinaloa; en el presente discurso no mencionó el término inseguridad y sus variables.

Discurso 85.- El Presidente Calderón en el Inicio de Campaña Nacional de Protección contra Incendios Forestales 2010 en Pueblo Nuevo, Durango el 11 de marzo; discurso donde no se menciona el término inseguridad y sus variables.

Discurso 86.- El Presidente Calderón en la Comida de Toma de Protesta del Consejo Directivo y Comité Ejecutivo de la Condeferación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo, el 12 de marzo de 2010, en la Ciudad de México; donde dijo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	1	*Lucha frontal
Violencia	0	—

Discurso 87.- El Presidente Calderón en el lanzamiento de oportunidades urbano en Ciudad Juárez el 16 de marzo de 2010; se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	3	*Situación que debe cambiar *Mejorar la manera de proteger la ciudadanía. *Un terreno fértil de problemas sociales.
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	3	*Intenso del embate *Origen de fenómenos que afectan la zona fronteriza. *Responsabilidad Compartida entre

		Estado Unidos y México.
Violencia	5	<ul style="list-style-type: none"> *Situación que debe cambiar. *Condiciones sociales de pobreza y marginación. * Mejorar la manera de proteger la ciudadanía. *Circulo vicioso de pobreza, desnutrición y falta de oportunidad escolar. *Grave situación en su tejido social.

Discurso 88.- El Presidente Calderón en “Todos Somos Juárez”, “Reconstruyamos la Ciudad”, en Ciudad Juárez el 16 de marzo de 2010; se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	2	*Problema (2)
Delincuencia	2	<ul style="list-style-type: none"> *Un campo social sin empleo *Niños y adolescentes sin oportunidades
Crimen organizado	5	<ul style="list-style-type: none"> *Ejecuciones *Narcotráfico *Exportar mercancía de drogas *Combatirlo y enfrentarlo *Involucrados jóvenes menores de 25 años
Violencia	0	—

Discurso 89.- El Presidente Felipe Calderón en la inauguración de las plantas de Snecma y de Messier-Dowty México, empresa del Grupo Safran, el 17 de marzo en el municipio de Colón en Querétaro; discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 90.- El Presidente Calderón en la Inauguración de la Exposición: El Mundo Invisible de René Magritte, el 17 de marzo en la Ciudad de México; discurso donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 91.- El Presidente Calderón en la Ceremonia Conmemorativa del 72 Aniversario de la Expropiación Petrolera, el 18 de marzo en el municipio de Tula de Allende en Hidalgo, discurso en donde no hizo mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 92.- El Presidente Calderón en la 92 Asamblea Ordinaria de la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos, el 19 de marzo en la Ciudad de México; se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	2	*Costo mayor *Impune
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 93.- El Presidente Calderón en la Inauguración de la 51 reunión anual de la Asamblea de Gobernadores del Banco Interamericano de desarrollo y la 25 reunión anual de la Asamblea de Gobernadores de la Corporación Interamericana de Inversores, el 22 de marzo en Benito Juárez en Quintana Roo; se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	1	*Criminal

Discurso 94.- El Presidente Calderón en la Presentación del Proyecto del nuevo Aeropuerto de la Riviera Maya, el 22 de marzo de 2010 en Tulum, Quintana Roo; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 95.- El Presidente Felipe Calderón en la Inauguración Oficial de la Mina Peñasquito, el 23 de marzo en Mazapil, Zacatecas; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 96.- El Presidente Calderón en la Inauguración de la Colecta Nacional 2010 de la Cruz Roja Mexicana y Entrega de Ambulancias, el 24 de marzo en la Ciudad de México; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 97.- El Presidente Calderón en la Comida de Clausura del XXIV Encuentro Nacional de Vivienda, el 24 de marzo en la Ciudad de México; donde dijo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	1	*Choque entre bandas criminales

Discurso 98.- El Presidente Calderón en la Inauguración de la Exposición: Paseo en Mapa, Explorando las Claves de América Latina, el 25 de marzo en la Ciudad de México; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 99.- Cambio climático global tema urgente: FCH, el 25 de marzo en la Ciudad de México; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 100.- El Presidente Calderón en el Desayuno para Inaugurar las Sesiones de Trabajo del Sector Turismo: Compromiso por el Turismo de México, en la Ciudad de México el 26 de marzo; se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Problema
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 101.- El Presidente Calderón en la Presentación de la Agenda del Agua 2030, el 26 de marzo en la Ciudad de México; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 102.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Mural Ecuación en Acero en el Edificio de la SEP, el 29 de marzo en la Ciudad de México; en dicho discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 103.- El Presidente Calderón en la Inauguración del 12° Foro Internacional de Energía; el 30 de marzo en Benito Juárez, Quintana Roo; discurso en el que no hizo mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 104.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Hotel Hacienda Tres Ríos, el 30 de marzo en Solidaridad, Quintana Roo; se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	1	*Disputa de plazas y territorios agresiva.
Violencia	5	*Impactante *Problema (2) *En otros países no hablan *Río de Jainero con el mayor problema

Discurso 105.- El Presidente Calderón en la Presentación de la Iniciativa de Decreto por el que se Reforman, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones de la Ley Federal de Competencia Económica, del Código Penal Federal y del Código Fiscal de la Federación, el 5 de abril de 2010, en la Ciudad de México; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 106.- El Presidente Calderón en la Reunión de Evaluación tras el sismo ocurrido en Baja California; el 5 de abril en Mexicali, Baja California; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 107.- El Presidente Calderón en la Entrega de Certificados y Títulos Agrarios, el 6 de abril en Tlanchinol, Hidalgo; en el presente discurso no se encontró ninguna mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 108.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Hospital General de Zona Bicentenario del Instituto Mexicano del Seguro Social en San Pedro Xalpa, en el marco del Día Mundial de la Salud, el 7 de abril, San Pedro Xalpa; discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 109.- El Presidente Calderón en la Comida en el Marco de la LXXIII Asamblea General Anual Ordinaria de la Cámara Minera de México, el 7 de abril,

en la Ciudad de México; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 110.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Distribuidor Vial Salida a Charo, el 8 de abril en Morelia, Michoacán; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 111.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Puente el Carrizo-La Cofradía, el 8 de abril en Parácuaro, Michoacán: donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	1	*Poblaciones asoladas
Crimen organizado	0	—
Violencia	0	—

Discurso 112.- El Presidente Calderón visita la Plaza Vasco de Quiroga, el 8 de abril de 2010, en Pátzcuaro, Michoacán; discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 113.- El Presidente Calderón en la Ceremonia Oficial de Bienvenida del Primer Ministro de Noruega, Jens Stoltenberg, el 9 de abril en la Residencia Oficial de los Pinos; discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 114.- El Presidente Calderón en el Mensaje a Medios de Comunicación por la Visita Oficial del Primer Ministro de Noruega, Jens Stoltenberg, el 9 de abril en la Residencia Oficial; en dicho discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 115.- El Presidente Calderón en la Ceremonia Cívica Conmemorativa al XCI Aniversario de la Muerte del Gral. Emiliano Zapata Salazar, el 10 de abril en Ayala, Morelos, discurso en el cual no hizo mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 116.- El Presidente Calderón en la Primera Sesión Plenaria: Acciones nacionales para resguardar el material nuclear, el 13 de abril en Washington, EUA; en el presente discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 117.- El Presidente Calderón en el Lanzamiento de la Campaña Corazón Azul, el 14 de abril en la Ciudad de México; en el que se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	9	*Lucha nacional o trasnacional *Lucha de México *Diversificado *Trata de personas *Tráfico de drogas *Delincentes en trata de personas *Crecimiento del secuestro de migrantes. *Combatir con determinación *Contra los delitos
Violencia	4	*Delitos contra la mujer *De género *Entre un cartel y otro *Trata de personas

Discurso 118.- El Presidente Calderón en la Toma de Protesta al Consejo Directivo 2010-2011 de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, el 15 de abril en la Ciudad de México; discurso en el cual, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 119.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Virtuoso Simposium 2010, el 16 de abril en la Ciudad de México; y se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	0	—
Violencia	1	*Se mide por la tasa de homicidios

Discurso 120.- El Presidente Calderón en el Inicio de la Prueba Enlace 2010 y entrega de estímulos a la Calidad Docente, el 19 de abril en la Ciudad de México; discurso el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 121.- El Presidente Calderón en el Mensaje a los Medios de Comunicación, el 19 de abril en la Ciudad de México; en el presente discurso, no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 122.- El Presidente Calderón en la Ceremonia de entrega del IX Premio Internacional Octavio Paz de poesía y ensayo, el 19 de abril en la Ciudad de México; en dicho discurso no hizo mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 123.- El Presidente Calderón en la Inauguración de Expo Compras de Gobierno 2010, el 20 de abril en la Ciudad de México; discurso en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 124.- El Presidente Calderón en la Ceremonia Conmemorativa del XCVI Aniversario de la Defensa del Puerto de Veracruz y Jura de Bandera de los Cadetes de Primer Año de la Escuela Naval Militar, el 21 de abril en Alvarado, Veracruz; donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	2	*Organizada *Pérdida de vidas humanas
Crimen organizado	4	*Los marinos un papel clave para desarticular *Batalla *Ha corrompido y envilecido la vida de muchas familias. *Enemigos de México
Violencia	0	—

Discurso 125.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Parque Ecológico Jaguaroundi, el 21 de abril en Coatzacoalcos, Veracruz; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 126.- El Presidente Calderón en la Inauguración del XIX Congreso de la Unión Iberoamericana de Colegios de Abogados, el 21 de abril en la Residencia Oficial; del cual se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	2	*Se contrarresta con operativos. *Abarca espacios públicos
Crimen organizado	1	*Se contrarresta con operativos.
Violencia	0	—

Discurso 127.- El Presidente Calderón en la 73 Convención Bancaria: Claves para el desarrollo sostenible. El papel de la Banca, el 22 de abril en Acapulco de Juárez; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 128.- El Presidente Calderón en la Ceremonia de Clausura de la Sesión Ordinara 98 de la H. Asamblea General del Infonavit, el 23 de abril en la Ciudad de México; discurso, en el cual no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 129.- El Presidente Calderón en el Lanzamiento del Libro Historia de México el 23 de abril en la Ciudad de México; discurso en el que no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 130.- El Presidente Calderón en el Desfile Infantil Niños por el Bicentenario, el 25 de abril en la Ciudad de México; discurso donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 131.- El Presidente Calderón en la Inauguración del 35ª Edición del Tianguis Turístico, el 25 de abril en Acapulco, Guerrero; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 132.- El Presidente Calderón en la Inauguración del Hotel Banyan Tree Cabo Marqués, el 25 de abril en Acapulco, Guerrero; discurso donde no se hizo mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 133.- El Presidente Calderón en el Anuncio de Inversión de Intel 2010, el 26 de abril en la Ciudad de México; discurso, donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 134.- El Presidente en la Inauguración de la XV Reunión del Consejo Consultivo del Instituto de los Mexicanos en el Exterior, el 26 de abril en la Residencia Oficial; donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	2	*Pretende asociarse de nuestra sociedad. *Lucha
Violencia	0	—

Discurso 135.- El Presidente Calderón en la Toma de Protesta de la Mesa Directiva Nacional 2010-2011 de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación, el 27 de abril en la Ciudad de México; en dicho discurso no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 136.- Primer intervención, Encuentro Ciudadano con el Presidente: Para Vivir Mejor en Nuevo León, el 28 de abril en Monterrey, Nuevo León; donde se menciona:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Problema
Delincuencia	6	*Miedo *Organizada (2) *Se ha debilitado *100 mil personas vinculadas a disposición de la autoridad. *Se contrarresta con fuerzas federales.
Crimen organizado	7	*Narcotráfico, narcomenudeo y secuestro. *Organización que comete delitos de manera permanente o reiterada. *Se combate (2) *Se derrota con información *Se debe neutralizar y evitar que tome dominio en las comunidades.

		*Enfrentamiento.
Violencia	0	—

Discurso 137.- El Presidente Calderón en la Comida de inauguración de la Expo Convención CANITEC 2010 y del Segundo Seminario Internacional de Telecomunicaciones, el 28 de abril en Nuevo León, Monterrey; discurso en donde no se encontró mención al término inseguridad y sus variables.

Discurso 138.- El Presidente Calderón en la Reunión privada con los rectores de las universidades de Nuevo León, el 28 de abril de 2010, dijo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	1	*Recesión económica.
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	5	*Problema (2) *Avanza sobre la debilidad institucional *Acción ilícita mediante violencia y amenaza. *Lucha de todos.
Violencia	5	*Universitaria *Amenaza *Física *De ella surge la acción e gobierno federal (2)

Discurso 139.- Segunda intervención, Encuentro Ciudadano con el Presidente: Para Vivir Mejor en Nuevo León, el 28 de abril; donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	3	*Viejo negocio *Se busca una base informática y tecnológica que contrarreste *Incrementa por el tema de las drogas.
Crimen organizado	3	*Hay temor y no denuncia *Expansivo.

		*Una lucha
Violencia	0	—

Discurso 140.- Palabras del Presidente Calderón en el evento 100 Años de Mitsui Invirtiendo en México, el 29 de abril, en la Ciudad de México; donde se obtuvo:

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	0	—
Delincuencia	0	—
Crimen organizado	1	*Combatir
Violencia	0	—

Discurso 141.- El Presidente Calderón en el Foro de Líderes del Sector Público, América Latina y Caribe: Construyendo el Gobierno del Futuro, el 30 de abril de 2010, en la Ciudad de México; discurso en donde no se hizo mención al término inseguridad y sus variables.

4.4 Resultados del Análisis de Contenido en los Discursos de Felipe Calderón en el primer cuatrimestre del 2010.

Análisis de Contenido		
Termino	Número de apariciones	Tema
Inseguridad	16	*Problema de indolencia y corrupción. *Desafío contra el delito *Amenaza. *Problema real que combatir. *Que deje de ser amenaza *Una lucha *Situación que debe cambiar *Mejorar la manera de proteger la ciudadanía. *Un terreno fértil de problemas sociales. *Problema (4) *Costo mayor *Impune

		*Recesión económica.
Delincuencia	35	<ul style="list-style-type: none"> *Combate y nuevos esquemas *Lucha. *Similar al crimen organizado *Robo o desmantelamiento. *Recomposición del tejido social. *Avance importante en todo el país. *Falta de oportunidades de desarrollo. *Espacios públicos expropiados. *Anida en espacios abandonados. *Similar a "vicio" *Amenaza. *Problemática compleja y flagelo *Organizada y transnacional (2) *Amenaza creciente para la seguridad y bienestar *Organizada (4) *Afecta directamente a la ciudadanía *Un nuevo desafío. *Pérdida de vidas humanas *Se busca poder contenerse precisamente *Un campo social sin empleo *Niños y adolescentes sin oportunidades *Poblaciones asolada *Se contrarresta con operativos. *Abarca espacios públicos *Miedo *Se ha debilitado *100 mil personas vinculadas a disposición de la autoridad. *Se contrarresta con fuerzas federales. *Viejo negocio *Se busca una base informática y tecnológica que contrarreste *Incrementa por el tema de las drogas.
Crimen organizado	67	<ul style="list-style-type: none"> *Nuevos esquemas de seguridad *Reacción Violenta *Lucha (5) *Atentados contra la vida de periodistas *Atentados contra la vida de los

	<p>ciudadanos. *Golpes medulares a la criminalidad *Ampliación de impunidad y corrupción. *Cárteles *Amenaza contra los derechos humanos (2) *Se enfrenta con toda la fuerza del Estado *Igual a narcotráfico (4) *Implicados criminales. *Afecta la vida de las familias y de la sociedad. *Afecta a México. *Tráfico de migrantes y secuestros (2) *No encuentra la resistencia en estructuras totalmente debilitadas. *Nueva modalidad *Un mal *Principal amenaza del pleno ejercicio de la libertad. *Afecta la sociedad y crisis económica. *Mayor amenaza para el Estado de Derecho. *Intenso del embate *Origen de fenómenos que afectan la zona fronteriza. *Responsabilidad Compartida entre Estado Unidos y México. *Ejecuciones *Exportar mercancía de drogas (2) *Combatirlo y enfrentarlo *Involucrados jóvenes menores de 25 años. *Disputa de plazas y territorios agresiva. *Lucha nacional o trasnacional *Lucha de México *Diversificado *Trata de personas (2) *Combatir con determinación *Contra los delitos *Los marinos un papel clave para desarticular *Batalla</p>
--	--

		<ul style="list-style-type: none"> *Ha corrompido y envilecido la vida de muchas familias. *Enemigos de México *Se contrarresta con operativos. *Pretende asociarse de nuestra sociedad. *Narcotráfico, narcomenudeo y secuestro. *Organización que comete delitos de manera permanente o reiterada. *Se combate (3) *Se derrota con información *Se debe neutralizar y evitar que tome dominio en las comunidades. *Enfrentamiento. *Problema (2) *Avanza sobre la debilidad institucional *Acción ilícita mediante violencia y amenaza. *Lucha de todos. *Hay temor y no denuncia *Expansivo.
<p>Violencia</p>	<p>44</p>	<ul style="list-style-type: none"> *México peor lugar *Gobierno Federal interviene (6) *Crimen (3) *Fenómeno agudizado. *Problema creciente. *Caldo de cultivo para la criminalidad *Problema (4) *Notable e inaceptable crecimiento *Fenómeno Inaceptable (2) *Drogas y criminalidad *Contra mujeres (3) *Ley... vida libre de... (2) *Social y de género (2) *Situación que debe cambiar. *Condiciones sociales de pobreza y marginación. * Mejorar la manera de proteger la ciudadanía. *Circulo vicioso de pobreza, desnutrición y falta de oportunidad escolar. *Grave situación en su tejido social. *Choque entre bandas criminales (2) *Impactante

		<ul style="list-style-type: none"> *En otros países no hablan *Río de Janeiro con el mayor problema. *Entre un cartel y otro. *Trata de personas *Se mide por la tasa de homicidios *Universitaria *Amenaza *Física
--	--	---

Es decir el total de los términos relacionados a inseguridad y seguridad pública, como son: delincuencia, crimen organizado, violencia e inseguridad propiamente, el Presidente Felipe Calderón las menciona 162 veces en los 141 discursos expuestos en el primer cuatrimestre del 2010.

Definiendo así a la inseguridad, crimen organizado, delincuencia y violencia como un ente ante la seguridad pública que aqueja a nuestro país, es así que es un problema y/o amenaza de indolencia, real, un mal, una debilidad, compleja, flagelo, de corrupción, creciente, organizado, trasnacional, que atenta contra los derechos humanos, mujeres, universitarios, a la ciudadanía en general, que se mide por la tasa de homicidios, el choque entre grupos criminales, narcotráfico, secuestros a migrantes, narcomenudeo, que en sí atenta a un tejido social, el cual avanza sobre la debilidad institucional, afectando a todo México.

Por lo que me lleva a concluir primero que la reiteración constante en los discursos de Felipe Calderón, de la inseguridad y el significado que le da entre líneas, es algo no agradable al oído del ciudadano, por lo que en lugar de ayudarlo en la edificación de una buena imagen, esto influye en deteriorar la misma.

Calderón Hinojosa, define a la inseguridad, crimen organizado, delincuencia y violencia principalmente como un problema. De la misma manera dice que son: una lucha, una amenaza para la sociedad relacionados a un tráfico de drogas, personas a manos de un narcotráfico organizado y transnacional, son un crimen en el cual tiene que intervenir el Gobierno Federal.

Cabe resaltar que esta relación entre los “términos” (inseguridad, violencia, delincuencia y crimen organizado), es definida y proporcionada, por el Presidente de la República Mexicana, a través de sus discursos.

Resalta más la relación entre crimen organizado con sesenta y siete menciones y violencia con cuarenta y cuatro insinúes, de los cuales en más de quince veces los define como un problema y en nueve ocasiones como una lucha nacional y transnacional. Es decir en sus discursos nos habla de violencia, crimen organizado, delincuencia e inseguridad como una misma acción en perjuicio de la sociedad.

Por lo que es importante recordar que el discurso es un complemento en la construcción de la imagen pública de un funcionario y en este caso de una figura tan representativa como el presidente de una Nación.

4.5 Conclusión

En la presente investigación concluyó que el “análisis de contenido” describe “objetiva”, sistemática y cuantitativamente el contenido de los mensajes; así como las consecuencias y las transformaciones que sobre el hacer y decir político acarrea la forma comunicativa.

El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproductibles y válidas que pueden aplicarse a su contexto y representa un esfuerzo para comenzar a reflexionar académicamente en nuestro país sobre la relación emergente entre imagen y política en un contexto de alternancia y consolidación democrática, esfuerzo que busca colaborar al fortalecimiento en una Comunicación Política, al ir más allá de las palabras que pronuncian nuestros representantes.

Retomo que además el análisis de contenido debe seguir ciertas reglas, donde la objetividad sea el procedimiento utilizado por otro investigador de modo

que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación y tal es el caso de la presente investigación; de la misma manera la sistematización hace referencia a pautas ordenadas que abarquen el total del contenido observado ambos de resultado a la reproductividad.

Este análisis de contenido busca así una estructura y regularidad, es decir lo latente, usa patrones del texto (en este caso los discursos) e interfiere a partir de ellos, revela la importancia de una idea (en la presente investigación refiriéndome al concepto de inseguridad), codifica las características relevantes del contenido de un mensaje para transformarlas en unidades que permite su descripción y análisis preciso, además, describe tendencias y devela diferencias en el contenido de la comunicación; así como media la claridad de los mensajes, y los descifra para obtener el concepto y la importancia que le da las palabras pronunciadas.

A su vez es importante resaltar que el análisis de contenido anticipa respuestas comunicacionales, refleja actitudes, valores y creencias de personas, grupos o comunicacionales, cierra preguntas abiertas, compara ideologías, compara vocabulario y analiza evolución de estrategias publicitarias o discursivas, para cualquier persona e institución y en cualquier ámbito, tal como el Presidente Felipe Calderón lo hace por medio de sus discursos.

En resumen, el análisis de contenido, es un método, procedimiento o conjunto de técnicas aplicables a mensajes escritos u orales, propósito fundamental de realizar “inferencias”, referentes a la comunicación simbólica o mensaje de los datos, para así conocer las entrelíneas de cada mensaje, transmitidas a diferentes públicos.

En este sentido, el análisis de contenido nos dice que identificando, analizando y comprendiendo cada una de las palabras o temas que expongamos

antes los demás, son un reflejo de lo que somos, y esto nos lleva a formar una imagen de lo que somos en aquellos a lo que queremos llegar y/o transmitir algo.

De lo anterior, es que puedo decir que la percepción de la imagen se da en todos los ámbitos, en el de los maestros, empresarios y políticos; por mencionar algunos. A lo que es importante y fundamental el manejo de la imagen en el ámbito político, es un proceso que se da en la mente de la gente y se le otorga personalidad, genera actitudes pertinentes, estímulos y respuestas; y esta se da por naturaleza o porque se va construyendo, al presentar un discurso y más acciones que lo complementan; todo ello importante, ya que habla de nuestra esencia, de la esencia de la persona que lo expresa. Por ello es indispensable analizar lo que decimos y el cómo lo decimos.

En este sentido, me parece importante recordar lo que expuso Víctor Gordo, donde dice que la imagen tiene que estar relacionada con la eficiencia y por ende, con la calidad, la seriedad y el poder, y esto que mejor que un Presidente de una Nación logre hacer la construcción de su imagen satisfactoriamente y se apoye de un buen discurso, parte importante en la formación de su imagen pública.

Sin embargo, es desafortunado saber que son pocas las personas, en especial algunos funcionarios públicos que se detienen a analizar y reflexionar sobre ello.

Al momento de transmitir un mensaje o discurso es importante saber construirlo, para transmitirlo como realmente fue el objetivo, el cual refleja la imagen del emisor ante los medios de comunicación y esta representa un juicio de valor cultural y que el desarrollo de una imagen pública involucra un proceso de comunicación dirigido, pues hay que recordar que una imagen profesional equilibrada y armónica, resulta de la sumatoria de aspectos exteriores, y una personalidad educada, expansiva y naturalmente cordial, construida sólidamente

en valores y virtudes morales. Y la imagen verbal comprende la percepción que produce una persona o institución a sus grupos objetivo, a partir de la palabra, basada en la ansiedad, en el requisito del mensaje y la reparación del mensaje, en las relaciones públicas, dramatización de la realidad, y en recordar que la imagen del político no es para siempre.

Es así que el mal manejo del término inseguridad, en los discursos de Felipe Calderón influye para un deterioro en su imagen pública, esto al conocer que un porcentaje importante de la ciudadanía no apoya las acciones y determinaciones, que su Gobierno lleva a cabo en cuanto a la inseguridad que se vive en el País. Pues el término utilizado por él, no da resultados positivos, si no crítica de lo malo y lo bueno puede ser enfrentarlo, los actores, más no las acciones positivas que el comprometió al inicio de su Gobierno.

La ciudadanía está cansada de las noticias negativas y violentas y el hecho de que él las reitere por medio de sus discursos, elemento fundamental en la construcción de su imagen y no le favorecen para la aceptación del pueblo mexicano.

Felipe Calderón Hinojosa, quién en el 2005 fue electo candidato del PAN a la Presidencia de la República y el 2 de julio del año 2006 obtuvo la mayoría de los votos en una de las elecciones más competidas de la historia del país. Y así el 01 de diciembre de 2006 tomó protesta como Presidente de los Estados Unidos Mexicanos para el periodo 2006-2012, se ve perjudicado en su imagen pública en parte por sus acciones y expresiones que presenta por medio de sus discursos e informes, especialmente en cuanto a los temas de inseguridad y economía.

Pues en sus 141 discursos presentados en el primer cuatrimestre del 2010, mencionó al menos 162 veces términos relacionados a la inseguridad que vive nuestro país, hechos que los mexicanos están casados de escuchar y ver. Reflejado por la empresa líder en México en el campo de la investigación en la

opinión pública, Consulta Mitofsky, en mayo del 2010 presentó la evaluación del Gobierno de Felipe Calderón, realizada en el primer cuatrimestre del presente año; donde se obtuvo que el 70% de los ciudadanos consultados afirma que el principal problema del país es económico, y uno de cada cuatro piensa que se debe a la inseguridad, esto generado por las declaraciones que el Presidente emite en sus diferentes discursos en diversos estados al interior de la República en el mismo periodo de tiempo apoyado de las noticias trágicas que se presentaron en el país.

Definiendo así a la inseguridad, crimen organizado, delincuencia y violencia como un ente ante la seguridad pública que aqueja a nuestro país, es así que es un problema y/o amenaza de indolencia, una lucha que combatir.

Una imagen puede deteriorarse, no importa cuánto tiempo la cuide: en un momento de descuido puede desbaratarse y por ello algunos políticos han llegado al poder gracias a su buena imagen, por su decir y actuar. De ahí que vuelvo a resaltar la trascendencia de que el discurso político es una práctica política, importante para la creación de consenso para la argumentación.

El desarrollo del discurso político tiene que ver con la cultura política del país, pues condiciona al discurso y se adapta a los cambios de la sociedad.

Es así que la imagen y por consiguiente lo que se expresa se tiene cuidar con detenimiento, pues las consecuencias son inmensas tanto para bien, como para mal, más si salen de un líder de la categoría del Presidente de una Nación.

Por lo que concluyó, que la palabra emitida en los discursos de Felipe Calderón sí influye en el deterioro de su imagen pública.

Finalizando, es importante que todos día a día y en especial aquellos líderes, funcionarios y representantes de grupos importantes e indispensables en el desarrollo y crecimiento de un país, se detengan a pensar, analizar, y

reflexionar que es lo que en verdad queremos comunicar, cómo y con fin. Realizar ese análisis de contenido, que equivale a seleccionar una dirección, un evento, una situación, un hecho, un comportamiento y delimitar el tiempo, el espacio, las personas y el contexto donde se decide investigar. Reducir los datos que queremos transmitir consiste en la simplificación o selección de información para hacerla más abarcable y manejable.

La aplicación del análisis de contenido, facilita el conocer lo que se quiere comunicar, y conocer el resultado de la aplicación de nuestras palabras, utilizados en sus discursos y más, son influencia y reflejo de la imagen pública de quién la expresa. El resolver o combatir muchas veces los problemas presentes es con información y responsabilidad en lo que decimos y hacemos.

Y la imagen pública, es algo que se puede crear deliberadamente, pero partiendo siempre de la esencia de lo que somos como sujetos sobre el cual se crea; eso quiere decir que para que sea sólida debe partir de la base de la verdad y la realidad; la cual debe cuidarse de lo ficticio y del engaño, porque una buena imagen está vinculada con la eficiencia y por ende, con la calidad, la seriedad y el poder. Por lo que el manejo de la imagen en el ámbito político es fundamental, es un proceso que se da en la mente de la gente y se le otorga personalidad, genera actitudes pertinentes, estímulos y respuestas.

Se propone...

La imagen en el ámbito político es fundamental, parte de la esencia de lo que es la persona, basado en la verdad y la realidad, la cual llevada de forma correcta es ejemplo de eficiencia, calidad, seriedad y poder.

De ahí que es importante que como funcionarios, líderes políticos y sociales, reflexionemos sobre la importancia y el peso que tienen cada una de las acciones y expresiones que tenemos ante los demás.

Nosotros somos nuestra propia institución, la cual es necesario conocerla internamente, saber cuál es nuestra identidad como personas, valores, creencias, etc. Para de ahí partir a la creación de nuestra imagen, haciendo una revaloración de nosotros para saber que anda mal o bien, fomentando una congruencia en el pensar, decir, actuar y compartir, dar a conocer y empatizar con las grandes y fuertes cualidades que nos pueden caracterizar, posesionando lo que somos adecuadamente y formando una positiva reputación, la cual nos llevará al éxito y en un mundo de política, sería fabuloso que la competitividad fuera entre grandes personas que buscan revolucionar al mundo con una estrategia comunicativa honesta y eficaz.

El convertir algo ordinario en algo distintivo, que representa riqueza y se logra con unificación adecuada de un buen trabajo, cuidando y puliendo la imagen representada en una auténtica y positiva reputación.

La buena reputación tiene que reflejar valor, ser constructiva, ser informativa, ser llamativa, persuasiva y constante.

Algo importante para lograr ello, es que como líderes políticos, figuras expuestas a la opinión pública, realicemos evaluaciones constantes y periódicas de lo que somos, decimos y hacemos. A fin de comprobar si la imagen y/o la percepción que los demás tienen de mí (en este caso la ciudadanía) es la que realmente queremos dar y/o necesitamos dar para mejorar nuestro actuar político.

Se sugiere a la persona interesada en medir constantemente sus resultados (En este caso al Presidente Calderón); con una empresa externa al partido, objetiva.

Una vez tomando en cuenta los resultados, se sugiere que dentro de sus discursos y entrega de resultados se entreguen número positivos, y acciones

reales, precisas y concretas, a fin de no caer en el error de dar a entender algo que realmente no se quiere transmitir.

Y así cada una de las expresiones que emitimos son positivas y favorables al oído de los receptores, porque en lugar de no hacer comparativos y utilizar palabras negativas, bélicas, simplemente esos datos se concretan a datos y resultados, y más en la etapa que Felipe Calderón se encuentra en su Gobierno, una etapa de cierre.

Asimismo es importante resaltar y reforzar en sus diferentes discursos en lo que la ciudadanía lo apoya y esto se vería reflejado en los resultados que presente la empresa externa en medir su imagen.

Como líderes políticos es importante que se pongan ante verdaderos retos de competencia, calidad, y que se haga una planeación de beneficios.

Replantear una visión, misión, principios, filosofía y concretar un lema único y en congruencia a su filosofía, normas de conducta y apariencia concretado a resultados concretos y tangibles. Y en lugar de hablar de inseguridad, hablar de libertad y seguridad, cambiando las palabras negativas.

Concretar y unificar en sus discursos resultados de las acciones favorables a la ciudadanía y no al “desempleo”, “crisis” e “inseguridad”, resultados calificados como negativos por la opinión pública.

Además, una vez que se realizó la encuesta dentro de un estudio previó en el que se mide la imagen pública, es razonable retomar los valores positivos, que como figura pública me identifican, me reflejan y que además son aceptados por la ciudadanía que en teoría es por quien se trabaja y debería trabajar, por los que se transmite esa retroalimentación, por lo que crece el poder y le dan el valor a la reputación del líder político.

Antes de hablar hay que recordar lo que somos y quiénes somos y que cada una de las palabras que decimos, tienen un peso, una acción y una consecuencia, la cual influye en los demás y por consiguiente en quién la emite.

Referencias

- Ailes, R., & Kraushar, J. (2001). *Tú eres el mensaje: la comunicación con los demás a través de los gestos, la imagen y las palabras*. Barcelona: Paídos.
- Ascanio, A. (2001). *Análisis de Contenido del discurso político*. Caracas, Venezuela: Equinoccio Ediciones de la Universidad Simón Bolívar.
- Avilés, M. (2010). *Delitos y Delincuentes*. España: Club Universitario.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de contenido 2e*. Madrid: Akal.
- Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communications*. Nueva York: Free Press.
- Berg, B. L. (1998). *Qualitative research methods for the social sciences 3rd edición*. Boston, MA: Allyn y Bacon.
- Budd, R. W., Thorp, R. K., & Donohew, L. (1967). *Content analysis of communications (Análisis de contenido en comunicaciones)*. Nueva York: McMillan Company.
- Cabero, J. (Febrero de 2008). *Aportaciones al e-learning: desde la investigación educativa*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2010, de Tecnologíaedu.us.es: <http://tecnologiaedu.us.es/nweb/htm/pdf/elearning08.pdf>
- Castel, R. (2006). *La inseguridad social, ¿qué es estar protegido?* Buenos Aires: El Manantial.
- Colle, R. (1988). *ANATEX: Software de análisis de concurrencias*. Santiago: Esc. de Periodismo PUC y Secico.
- Colle, R. (2010). *Técnicas A.C.* Recuperado el 5 de Septiembre de 2010, de Análisis de Contenido: [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RQLn_X0ACjMJ:www.recinet.org/colle/publicaciones/analcon/tecnic.htm+Roger+Mucchielli+\(1974\)+define+el+An%C3%A1lisis+de+contenido+sem%C3%A1ntico,+en+una+cierta+estructura+significativa+de+relaci%C3%B3n+y](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RQLn_X0ACjMJ:www.recinet.org/colle/publicaciones/analcon/tecnic.htm+Roger+Mucchielli+(1974)+define+el+An%C3%A1lisis+de+contenido+sem%C3%A1ntico,+en+una+cierta+estructura+significativa+de+relaci%C3%B3n+y)
- Contreras, J. (2006). *El encanto audiovisual y la política: Una mirada reflexiva sobre el spot-político-electoral televisivo (Tesis de maestría)*. Ciudad de México: Facultad Latinoamericana de Ciencias Social y CONACYT.

- Denzin, N. K. (1997). *Interpretative ethnography. Ethnographic practices for the 21st century*. California: Sage Publications.
- Devís, J., & Sparkes, A. (s.f.). *Investigación narrativa y sus formas de análisis: una visión desde la educación física y el deporte*. Recuperado el 1 de Septiembre de 2010, de viref.udea.edu.co:
http://viref.udea.edu.co/contenido/publicaciones/memorias_expo/cuerpo_ciudad/investigacion_narrativa.pdf
- Duverger, M. (1972). *Los partidos políticos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- EFE, & Notimex. (19 de Febrero de 2010). *CNN México*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de CNN México:
<http://mexico.cnn.com/nacional/2010/02/19/21-asesinatos-mas-en-el-pais-en-menos-de-48-horas>
- FB_NOTICIAS. (26 de Marzo de 2010). *NOTICIAS TERRA*. Recuperado el 13 de Septiembre de 2010, de NOTICIAS www.terra.com.mx:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:bPOdMGsw3oYJ:t erranoticias.blog.terra.com.mx/2010/03/26/%C2%BFsabe-calderon-de-lo-que-habla/+El+26+de+Marzo+de+2010,+El+Presidente+de+M%C3%A9xico,+Felipe+Calder%C3%B3n,+ha+pedido+a+los+ciudadanos+que+ya>
- Fernández Álvarez, O. (2004). *Bronislaw Malinowski: la antropología y el funcionalismo*. Madrid, España: Universidad de León.
- Fernández, C. (2007). *Marketing político e imagen de gobierno en funciones, 3era ed.* México: McGraw-Hill.
- Frankfort-Nachmias, C., & Nachmias, D. (1996). *Research methods in the social sciences*. Londres: Arnold.
- Gaitán Moya, J. A., & Piñuel, J. L. (1995). *Metodología general : conocimiento científico e investigación en la comunicación social* . Madrid, España: Síntesis.
- García, E. (23 de Junio de 2010). *El discurso político: Guía Profesional*. Recuperado el 12 de Septiembre de 2010, de El discurso político: Guía Profesional: http://www.etnografo.com/discurso_politico.htm
- Garrison, D. R., & Anderson, T. (2005). *El e-learning en el siglo XXI: Investigación y práctica*. Barcelona: Octaedro.
- Gordoa, V. (2001). *Imagen Pública*. México: Elaboración.

- Gordoa, V. (2007). *El poder de la imagen pública*. México: Grijalbo Mondadori, S.A.
- Gubrium, J., & Holstein, J. (2000). *Analysing interpretive practice*. Londres: Sage.
- Hostil, O. R., & Stone. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Wesley: Adison.
- INCEP, I. C. (Mayo de 2004). *Discurso Político - Cuadernos de Formación para la Práctica Democrática No. 9*. Guatemala, Centroamérica: Fotomecánica de León.
- krippendorff, K. (1980). *Análisis del contenido; Una introducción a su metodología*. Colinas de Beverly, CA: Sabio.
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología del análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Lasswell, H. (1927). *Propoganda Technique in the World War 14*. Nuevo York: Alfred A. Knof.
- Lasswell, H. (1965). *Mundial de la Política y la inseguridad personal (Reproducido con una nueva introducción)*. Nueva York: Norton.
- Leiva, F. (16 de Abril de 2008). *Seminario de tesis*. Recuperado el 18 de Septiembre de 2010, de Investigación (12) Análisis de Contenido: <http://seminariosdetesis.blogspot.com/2008/04/investigacin-12-anlisis-de-contenido.html>
- Lingán Azañedo, J. (2003). *Implicaciones conceptuales y metodológicas de la comunicación estratégica en la gestión de la imagen corporativa interna de los servicios sanitarios-Caso: El hospital Vall d' Hebron"*. Barcelona, España: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Lozano Meraz, C. (2009). *Sociología Jurídica del Narcotráfico / PD*. México: Angel Editor.
- Maldonado, F. (1997). *El uso indebido de la teoría de la renta como legitimación del estado rentista*. Recuperado el 18 de Noviembre de 2010, de El uso indebido de la teoría de la renta como legitimación del estado rentista: http://iies.faces.ula.ve/Revista/Articulos/Revista_13/Pdf/Rev13Maldonado.pdf

- Martínez, I. (2005). *sepiensa.org.mx*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2010, de Análisis de los medios de comunicación:
<http://sepiensa.org.mx/contenidos/2005/medioscomunicacion1/medios2.htm>
- Meyer, B. J. (1985). *Prose analysis: Purposes, procedures and problems (part II)*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Mitofsky, C. (30 de Agosto de 2010). *Consulta Mitofsky*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2010, de Evaluación de Gobierno:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mOloU8Jp7-EJ:72.52.156.225/Estudio.aspx%3FEstudio%3Devagob-na+Esto+por+mencionar+algunos+sucesos,+pues+adem%C3%A1s,+el+1+de+marzo+del+2010,+se+publica+el+resultado+que+revela+una+encuesta+de+Consulta+Mi>
- Montañez, J. (16 de Septiembre de 2010). *Diarioimagen.net*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2010, de Diarioimagen.net:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:jGYovvhx1BgJ:www.diarioimagen.net/>
- Mucchielli, R. (1974). *L'observation psychologique et psychosociologique (Formación permanente en ciencias humanas)*. Paris: Entreprise moderne.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook (Guía de análisis de contenido)*. Sage: Publications.
- Noticias, R.-T. (2 de Febrero de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-Calderón culpa a EUA por la violencia en México: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/02/02/calderon-culpa-a-eua-por-la-violencia-en-mexico/>
- Noticias, R.-T. (6 de Febrero de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-Traslada Baeza sede del gobierno chihuahuense a Ciudad Juárez:
<http://terranoticias.blog.terra.com.mx/tag/ciudad-juarez/>
- Noticias, R.-T. (11 de Febrero de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-Fuerzas federales "tranquilizan" a los juarenses: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/02/11/fuerzas-federales-%e2%80%9ctranquilizan%e2%80%9d-a-los-juarenses/>
- Noticias, R.-T. (23 de Febrero de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias:

<http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/02/23/narcomantas-en-la-ciudad-sede-de-la-cumbre/>

Noticias, R.-T. (1 de Marzo de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-No convence Calderón a los mexicanos.

Noticias, R.-T. (10 de Marzo de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-La fortuna del Chapo la afianza en la lista de Forbes: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/03/10/la-fortuna-del-chapo-lo-afianza-en-la-lista-forbes/>

Noticias, R.-T. (22 de Marzo de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-Fin de semana violento y doloroso: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/tag/narcotrafico/>

Noticias, R.-T. (26 de Marzo de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-¿Sabe Calderón de lo que habla?: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/03/26/%C2%BFsabe-calderon-de-lo-que-habla/>

Noticias, R.-T. (25 de Marzo de 2010). *Terra Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias-: <http://www.terra.com.mx/noticias/articulo/898505/Procede+85+por+ciento+d e+sobornos+en+Mexico+de+personas+ligadas+al+poder.htm>

Noticias, R.-T. (7 de Enero de 2010). *Terra Noticias-Blog de Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Beltrones advierte (y fuerte) a Calderón: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/01/page/2/>

Noticias, R.-T. (21 de Enero de 2010). *Terra-Noticias*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de Blog de Noticias: ¿Debe continuar el Ejército mexicano en la lucha contra el narco?: <http://terranoticias.blog.terra.com.mx/2010/01/>

NOTIMEX, E. Y. (19 de Febrero de 2010). *CNN México*. Recuperado el 17 de Septiembre de 2010, de CNN México: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ruXNj1AHtiUJ:mexico.cnn.com/nacional/2010/02/19/21-asesinatos-mas-en-el-pais-en-menos-de-48-horas+El+viernes+19+de+febrero+de+2010,+la+violencia+en+territorio+mexicano+ha+dejado+al+menos+21+mue+rtos+en+m>

Oliveira Barros Leal, C. (2003). *Violencia política criminal y seguridad pública*. México: Instituto de Ciencias Penales.

- Peralta, C. (Junio-Julio de 2004). *Razón y Palabra*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2010, de Nociones de Imagen Pública:
<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n39/cperalta.html>
- Piñuel, J. (2002). *Epistemología, metodología y técnicas de análisis de contenido. Estudios de Sociología (3) 1*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Quilaqueo, D. (Agosto de 2010). *Análisis de contenido, codificación, categorización e inferencia*. Recuperado el 19 de Septiembre de 2010, de Análisis de contenido, codificación, categorización e inferencia:
www.uct.cl/proyecto_ffid/docs/didactica_conocimiento_mapuche.doc
- Rapoport, E. H. (1969). *Gloger's Rule and pigmentation of Collembola*. Caracas: Evolution.
- Redacción. (1 de Enero de 2009). *El Universal-México*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de El Universal-México:
<http://www.eluniversal.com.mx/notas/566223.html>
- República, P. d. (2010). *Gobierno Federal-Presidencia de la República*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2010, de Presidencia.gob.mx :
<http://www.presidencia.gob.mx/>
- Revuelta, F., & Sánchez, M. (2010). *Programas de análisis cualitativo para la investigación en espacios virtuales de formación*. Recuperado el 10 de Septiembre de 2010, de Programas de análisis cualitativo para la investigación en espacios virtuales de formación:
http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:mi_M9uWN-aoJ:www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_04/n4_art_revuelta_sanchez.htm+La+reducci%C3%B3n+de+datos+consiste+en+la+simplificaci%C3%B3n+o+selecci%C3%B3n+de+informaci%C3%B3n+para+hacerla+m%C3%A
A
- Rodríguez, T. (2005). *Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas Semana y Cambio, 1998-2004.(Tesis de Maestría)*. Bogotá, DC: Universidad Nacional de Colombia.
- Sánchez, D. L., & Viciana, J. (2002). *Análisis del discurso de un entrenador de fútbol, comparación entre dos situaciones diferentes de competición (Tesis de maestría)*. Granada, España: Universidad de Granada y Dialnet
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:cSWum7g2ODwJ:dialnet.unirioja.es/servlet/articulo%3Fcodigo%3D2279046+An%C3%A1lisis>

+del+discurso+de+un+entrenador+de+f%C3%BAtbl,+comparaci%C3%B3n+entre+dos+situaciones+d.

Sanmartín Esplugues, J. (2004). *La Violencia y sus claves*. Barcelona: Editorial Ariel, S.A.

Scribd. (19 de Noviembre de 2010). *Guerra vs narco*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2010, de Guerra vs narco:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:65klCO948Q8J:www.scribd.com/doc/38665695/Guerra-vs-El-Narco+El+20+de+Mayo+de+2010,+el+presidente+Felipe+Calder%C3%B3n+durante+una+gira+en+Estados+Unidos+vs+John&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=mx>

Scribd. (19 de Noviembre de 2010). *Guerra vs narco*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2010, de Guerra vs narco:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:65klCO948Q8J:www.scribd.com/doc/38665695/Guerra-vs-El-Narco+El+19+de+Marzo+de+2010,+un+enfrentamiento+entre+sicarios,+dej%C3%B3+muertos+a+dos+estudiantes+de+posgrado+del+Instituto+Tecnol%C3%B3gico+y+de+>

Silbermann, A. (1973). *Systematische Inhaltsanalyse (Análisis de contenido sistemático) Volumen 4*. Stuttgart: Enke: Rey R.

UDG. (1 de Junio de 2009). *Teoría de la Comunicación 3*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2010, de Análisis de contenido de los medios de comunicación:
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:v86nUPikJsUJ:tcom3.wordpress.com/2009/06/01/analisis-de-contenido-de-los-medios-de-comunicacion/+Se+ocupa+de+los+procesos+convencionales+de+identificaci%C3%B3n+y+representaci%C3%B3n+de+las+pautas+m%C3%A>

Ulich, H. y. (1985). *Psychologie der Krisenbewältigung*. Weinheim: Beltz.

Uribe, J. (27 de Marzo de 2010). *AM Actualidades México-Información y opinión en línea*. Recuperado el 29 de Agosto de 2010, de AM Actualidades México-Información y opinión en línea-Acepta EU Responsabilidad en Combate Contra los Cártels:
<http://www.actualidadesmexico.com.mx/2010/03/acepta-eu-responsabilidad-en-combate-contra-los-carteles/>

Valdez, A. (2002). *El ABC de la Mercadotecnia Política*. México: Universidad de Guadalajara ALACOP.

- Valdez, A. (2002). *Teoría y práctica del Marketing Político*. México: Universidad de Guadalajara ALACOP.
- Valdez, A. (9 de Junio de 2003). *Imagen Pública y Poder Político*. Recuperado el 20 de Septiembre de 2010, de Imagen Pública y Poder Político: <http://miregionsureste.spaces.live.com/Blog/cns!5B95633E148BFAAE!634.entry?sa=693349088>
- Van Dijk, T. (2000). *Parliamentary Discourses on Ethnic Issues in Six European States*. Klagenfurt: Drava Verlag.
- Weber, R. (1990). *Basic content analysis (Básico contenido de análisis)*. Sage: Newbury Park, 2a ed.
- World Lingo*. (s.f.). Recuperado el 18 de Septiembre de 2010, de Análisis del contenido: http://www.worldlingo.com/ma/enwiki/es/Content_analysis
- Andréu Abela, J. (1998). *Las técnicas del análisis de contenido: una revisión actualizada*. [Documento en línea]. Disponible en: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/s200103.pdf> [Consulta: 2010, agosto 28].
- Hernández Sampiere, Roberto y otros. *Metodología de la Investigación*, Mc Graw-Hill Interamericana, México, 1995
- Mayintz, R., Holm, K. Y Hubner, P. *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Ed. Alianza Universitaria, Madrid, 1980.
- Pool, I. (1959). *Trends in Content Analysis*. University of Illinois Press. Urbana.
- García J. y Luque J., (1995). *Comprensión y adquisición de conocimientos a partir de textos*. Editorial: Siglo Veintiuno de España.
- Omer, Silvia V., (2002). *El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de comunicación: En Razón y Palabra*.
- Karam, Tanius, (2005). *Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso: En Global Media Journal*.
- Chávez, Ana Maria; (1988). *Análisis de Contenido de la Notas Póstumas de las personas con Suicidio Consumado: Universidad Iberoamericana, México, D.F.*
- Ian Budge , Hans-Dieter Klingemann (2001), *Política de Asignación de Preferencias. Las estimaciones de las Partes, los electores y los gobiernos 1945-1998*: Oxford.

Carl W. Roberts (1997): *Análisis de Texto de Ciencias Sociales: Métodos para hacer inferencias a partir de textos y transcripciones*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Roger D. Wimmer y Joseph R. Dominick, (2005). *Medios de comunicación de Investigación: Introducción*. ed. octavo Belmont, CA: Wadsworth.

Delgado, J., Gutiérrez, J., (1995). *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Ed. Síntesis, Madrid. 1995.

Mayintz, R., Holm, K. Y Hubner, P., (1980). *Introducción a los métodos de la sociología empírica*. Ed. Alianza Universitaria, Madrid.