

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“Aciertos y desaciertos de la comunicación entre los diputados de la LXX Legislatura y los ciudadanos de Morelia”

Autor: Claudia Ivette Núñez Gonzalez

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:
LCC. Hugo Medina Bojórquez**

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.



**UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**“ACIERTOS Y DESACIERTOS DE LA COMUNICACIÓN
ENTRE LOS DIPUTADOS DE LA LXX LEGISLATURA Y LOS
CIUDADANOS DE MORELIA”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN PRESENTA:**

CLAUDIA IVETTE NÚÑEZ GONZÁLEZ

ASESOR: L.C.C HUGO MEDINA BOJÓRQUEZ

CLAVE: 103221

MORELIA, MICH. Lunes 16 de marzo de 2008.

“ACIERTOS Y DESACIERTOS DE LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS DIPUTADOS DE LA LXXI LEGISLATURA Y LOS CIUDADANOS DE MORELIA”

Justificación.....	4
Planteamiento del problema.....	11
Hipótesis.....	12
Metodología.....	12
Introducción.....	18

CAPÍTULO 1.- EL PODER LEGISLATIVO EN MÉXICO

1.1 El sistema político mexicano y sus antecedentes.....	25
1.2 Historia del Congreso del Estado de Michoacán.....	26
1.2.1 Funciones de los diputados.....	28
1.3 Conformación de la LXX Legislatura.....	28

CAPÍTULO II.- COMUNICACIÓN ENTRE REPRESENTANTES Y REPRESENTADOS

2.1 Comunicación política.....	32
2.2 La comunicación interpersonal. Importancia en la comunicación entre gobernante y gobernado.....	34
2.3 Modelos de la comunicación.	37
2.4 Los representantes populares en cargos de diputados locales: formas de comunicarse con los ciudadanos.....	41
2.4.1 Oficina de Comunicación social y sus funciones dentro del Congreso	48
2.4.2 Acceso a la Información como medio de comunicación con la ciudadanía.....	52
2.5 Participación del ciudadano en la política.....	59
2.6 Formas de retroalimentación del representante al representado.....	64

CAPÍTULO III.- LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

3.1 Relación entre los medios de comunicación y el gobierno.....	71
3.2 Influencia de los medios de comunicación para la formación de la opinión pública.....	74
3.3 La delgada línea entre lo público y lo privado.....	80
3.4 Responsabilidad en la transmisión de mensajes: función mediadora entre el poder político y el ambiente social.....	81

CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN ENTRE DIPUTADOS Y MORELIANOS.

4.1 Resultados arrojados por el análisis de la comunicación entre los diputados de la LXX Legislatura y los ciudadanos de Morelia.....	86
--	----

CAPÍTULO V.- Propuesta “Cara a cara: acciones por ti” para mejorar la comunicación entre los diputados y los ciudadanos de Morelia.

5.1 Propuesta “Cara a cara: acciones por ti”	123
5.2 Conclusiones.....	129
Bibliografía.....	134
Anexos.....	138

“Aciertos y desaciertos de la comunicación entre los diputados de la LXX Legislatura y los ciudadanos de Morelia, Michoacán”.

JUSTIFICACIÓN

El Poder Legislativo de los Estados Unidos Mexicanos se deposita en un Congreso General, dividido en dos Cámaras, una de Diputados y otra de Senadores; y ambas Cámaras tienen como propósito fundamental el análisis, discusión y aprobación de las normas que constituyen nuestro sistema jurídico.¹

De igual forma, la Constitución Política del Estado de Michoacán de Ocampo establece que:

CAPITULO II

Del Poder Legislativo

Artículo 19.- Se deposita el ejercicio del Poder Legislativo en una asamblea que se denominará: Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo.

SECCIÓN I

De la Formación del Poder Legislativo

Artículo 20.- El Congreso del Estado se integra con representantes del pueblo, electos en su totalidad cada tres años. La elección se celebrará el segundo domingo del mes de noviembre del año anterior en que concluya su función la Legislatura.

Por cada diputado propietario, se elegirá un suplente.

¹ Centro de Estudios Sociales e Investigación de Opinión Pública del Congreso de la Unión. Disponibles los datos en <http://www.diputados.gob.mx/cesop/>

El Congreso del Estado estará integrado por veinticuatro diputados electos según el principio de mayoría relativa, mediante el sistema de distritos electorales uninominales y dieciséis diputados que serán electos según el principio de representación proporcional, mediante el sistema de lista de candidatos votados en una circunscripción plurinominal.

Artículo 21.- Para la elección de los diputados de mayoría relativa, el Estado se dividirá en veinticuatro distritos electorales, cuya denominación y demarcación territorial señalará la ley.

Ningún partido político podrá contar con más de veinticuatro diputados electos mediante ambos principios.

De acuerdo a la Ley Orgánica del Congreso del Estado de Michoacán, en el artículo 44 se establece que son facultades del Congreso:

I.- Legislar sobre todos los ramos de la administración que sean de la competencia del Estado y reformar, abrogar y derogar las leyes y decretos que se expidieren, así como participar en las reformas de esta Constitución, observando para el caso los requisitos establecidos;

En el caso de Michoacán, el Congreso local ha mantenido una relación poco cercana a la ciudadanía y ésta desconoce las funciones que realmente tiene este Poder y que hemos mencionado anteriormente. Las personas del interior del Estado tienen una mala imagen del diputado debido a que éste o estos no se comunican constantemente y los medios que emplean para estar en contacto con los ciudadanos son poco útiles; y esto, genera las siguientes consecuencias:

Cuando los michoacanos no se sienten parte de sus representantes en el Congreso local, no participan en la toma de decisiones elementales para su desarrollo económico y social como entidad. Y es que esto es una situación generalizada en todo nuestro país.

La comunicación entre los seres humanos y sobre todo, entre el pueblo y sus diputados, es un tema que hasta hace pocas décadas ha entrado a la vida social y al estudio especializado; en Morelia, no existe ningún trabajo publicado que se haya encargado de analizar dicha relación y comunicación

Con el motivo de mostrarles un amplio panorama de dicha situación, establecimos y comentamos algunos antecedentes necesarios de conocer para obtener una idea lo más cercana posible al problema que aquí estamos planteando.

La comunicación política tiene origen desde las civilizaciones prehispánicas, cuando la supervivencia de una comunidad dependía del discurso correcto de sus representantes.

La escritora Aimeé Vega, de la revista electrónica “Razón y Palabra”, en su artículo número 35, publicado y titulado “Los Escenarios de la Comunicación Política Mexicana”, explica que:

“La incorporación de la comunicación política occidental en México inició como parte del proceso de transición democrática. Mientras que otros países ya tenían una vasta experiencia en el campo, el reciente proceso de transición le permitió al país conocer el fenómeno sólo a finales de la década de los 80. Entonces, se inauguró el protagonismo de los medios de comunicación, especialmente el de la televisión, en la política. También, periodistas, políticos y académicos se iniciaron en el análisis del fenómeno (Granados Chapa, 1982... y en la “democracia minutada” (Rospir, 1995), es decir en contar los tiempos de las campañas en los telediarios (Arredondo, 1991; Aguayo y Acosta, 1997; Lozano, 2001).

Los medios de comunicación interactúan entre sí, haciendo una imagen social y actuando con plena autonomía. Este fenómeno debilita la figura de los partidos políticos, aunado al hecho de que la sociedad se diversifica.

Desde entonces, diversos estudios se han realizado respecto a las deficiencias y la situación que se ha venido viviendo entre el Poder legislativo y el ciudadano.

El análisis más completo que pudimos encontrar es el realizado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, asesorado por Consulta Mitofsky, Parametría, BGO, Ipsos- Bimsa, Departamento de Investigación del periódico Reforma y GEA-ISA y que fue elaborado en octubre del 2003.

Los resultados emitidos por este Centro arrojaron resultados que demuestran que en México, el Congreso de la Unión tiene poca confianza y aprobación pública y junto con la policía y los partidos políticos, son las instituciones peor calificadas por los ciudadanos.

Sin embargo, estudios realizados en Europa, Asia, África y América Latina coinciden en que los Parlamentos en todo el mundo atraviesan por un proceso gradual de desconfianza y “desafección” desde hace por lo menos tres décadas. Los resultados del estudio en México, demostraron que la mala imagen del Legislativo radica en los siguientes elementos:

1. El Poder Ejecutivo ejerce un fuerte dominio sobre las actividades del Poder Legislativo que históricamente ha sido visto como apéndice burocrático alejado de las necesidades de la población.
2. La Cámara de Diputados ha contado con poco presupuesto para la difusión de actividades y decisiones (con un 8.8% del presupuesto total). Debido a esto, las personas no conocen la estructura y funciones de un diputado, por lo que se le “castiga” por no cumplir responsabilidades que en realidad no le competen.
3. La cobertura mediática de la Cámara de Diputados y de su trabajo ha privilegiado los desacuerdos sobre los acuerdos y ha difundido de manera permanente casos aislados de legisladores que no representan el total de los diputados.

4. Los medios de comunicación pocas veces difunden los resultados del trabajo legislativo. En México existe un escaso conocimiento sobre la composición y las atribuciones de la Cámara de Diputados.

Según los resultados de las encuestas obtenidas, sólo 4 de cada 100 ciudadanos afirman tener mucha confianza en la Cámara de Diputados, mientras que el 58% afirma que siente nada de confianza o desconfianza total. De igual forma, 7 de cada 10 mexicanos dicen que trabajan poco y 1 de cada 10 que “trabajan mucho”.

Estos son sólo algunos tópicos de la encuesta, pero son los que resumen de mejor forma la mala imagen que tiene la ciudadanía de los diputados federales.

En la Biblioteca Digital de la Universidad Nacional Autónoma de México, existen dentro de las tesis del 2007 más de 9000 proyectos relacionados con la comunicación, y sólo encontramos sólo 4 trabajos referentes a la comunicación entre el gobierno y los ciudadanos.

- La comunicación como estrategia: Análisis del funcionamiento y la comunicación del área de promoción y vinculación del Programa de Micro-créditos de la Secretaría de Economía / Claudia Centeno García No. 112.
- La comunicación institucional entre el Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo Federales, a través de la Subsecretaría de Enlace Legislativo, en el sexenio de Vicente Fox/ Celia Isabel de la Cruz Torres/ 136
- Comunicación política en la asistencia social :programa diseñado por el Área de Comunicación Social para el DIF Chicoloapan, periodo 2003–2006/ Mario Fernando García Hernández./ 199
- Un modelo alternativo de comunicación para la implementación de políticas públicas :el seguro popular / José Miguel Juárez Castillo./ 311,

Sin embargo, en Michoacán no tenemos registro de estudios publicados sobre la comunicación entre los ciudadanos de Morelia y sus diputados representantes en el

Congreso local, y es por esto que retoma vital importancia para nuestra sociedad y los cambios que estamos buscando.

OPINIÓN PÚBLICA

Ha sido así, que la opinión de los ciudadanos respecto a sus gobiernos desde épocas antiguas, no es la mejor. Ejemplo de ello lo expone el autor Mario Alfredo Cantarero en su publicación número 29, titulada “Usuarios de la Información Política: Entre desencantos, expectativas sociales e incomunicación”:

“...las vivencias de la población durante el siglo XX, con relación al sistema político no ha sido grata: dictaduras, dinastías partidarias, gobiernos poco o nada democráticos, elecciones fraudulentas, crecimientos económico sin distribución equitativa de los frutos, enriquecimientos ilícitos, etc., etc. Para la población, se trata de una serie de experiencias negativas y sufrimientos, a partir de las cuales se ha configurado las críticas mordaces y la displicencia política.”²

La imagen que tienen los integrantes de la sociedad acerca de los gobiernos se ha formado por:

- El carisma de los funcionarios públicos
- La calidad de los servicios
- Equidad y aprovechamiento de impuestos por contribuciones
- La situación económica de la ciudad, estado o país.
- La cercanía de las autoridades
- El clima de seguridad pública.

Otro elemento que contribuye a la configuración de la opinión negativa de la población sobre los diputados se refiere a la falta de credibilidad en el contenido de los mensajes políticos. Aunque la población puede opinar favorablemente sobre el

²CANTARERO, Mario Alfredo. “Usuarios de la Información Pública” En Revista Razón y Palabra. Volumen1. Número29/2002. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n29/intro.html>. y consultada en abril 2008.

ritmo de un “jingle” propagandístico, o cantarlo, las personas a veces no se apropian del contenido y no reaccionan a favor de las peticiones del mensaje.

“...constantemente, a través de los medios de comunicación social, en época electoral o en la contienda política normal, los políticos (alcaldes, ministros, diputados, presidentes, etc.) utilizan un lenguaje que poco o nada tiene que ver con la vida de los salvadoreños, tal y como se plantea. Por ejemplo, si es de izquierda, el funcionario dice que trabaja por la democracia, por el medio ambiente, por los derechos de la mujer, por los derechos del consumidor, por los derechos laborales, por el desarrollo, por la libertad, por la justicia, mientras que al adversario de derecha lo califican de poco serio, neoliberal, anti-popular, antidemocrático, conservador, autoritario, injusto, fascista”.

De esta manera puede decirse que los mensajes gubernamentales son frecuentemente recibidos por destinatarios predispuestos.

Actualmente, es posible apreciar cómo las personas acuden menos a las urnas a votar. Por ejemplo, en las elecciones presidenciales del 2006, se instalaron, según el Comité Asesor de Conteo Rápido (grupo académico colegiado que ha regido sus trabajos por los estándares estadísticos internacionales y cuyos integrantes son distinguidos Doctores en áreas estadísticas y matemáticas), 7636 casillas distribuidas en 300 distritos electorales, de los cuáles, se registró una votación inferior al 70% de la población total registrada en el padrón electoral.

Y esto, ¿a qué se atribuye? De por sí, las elecciones presidenciales del 2006 fueron las más competidas de la historia de nuestro país. Se vivió un clima de conflictos, de desconfianza, de inestabilidad en el que las diferencias ideológicas entre partidos como el PRI, PAN Y PRD hicieron de su lucha por el poder una lucha entre todos los ciudadanos.

Estos datos son el reflejo de una incorrecta emisión de mensajes sobre lo que hacen los diputados, al exceso de propaganda que en ocasiones hace pensar que lo que

gastan los partidos políticos en los medios de comunicación podría ser empleado en gastos educativos o de salud.

En cambio, si existiera una relación basada en la comunicación efectiva, que se encuentra basada en procesos de comunicación política y social efectivos, además de un entendimiento adecuado entre ellos, una legislatura sería altamente productiva.

Para que esta situación mejore, esta tesis presenta un análisis que permitirá conocer las deficiencias que se dan en la comunicación interpersonal y por medios de comunicación masiva para partiendo de los resultados obtenidos por esta investigación, realicemos una propuesta de comunicación que mejore la participación de los ciudadanos, lo que genere mayor democracia y después de esto, la comprensión de las necesidades que mejoren la calidad de vida para el ciudadano.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Al observar la realidad económica, política y social que se vive en el Estado, los conflictos y las diferencias políticas entre los miembros de los tres niveles de gobierno, se puede observar que han mermado la imagen, confianza y credibilidad que tienen los ciudadanos de sus representantes en el poder Ejecutivo, Legislativo y Judicial, lo que nos permite determinar la necesidad de encontrar la forma en la que se puede mejorar la percepción e imagen del Congreso del Estado de Michoacán ante la ciudadanía.

Por eso, proponemos un programa de difusión de trabajo que le dará solución a este problema. Una sociedad enterada de sus problemas y las necesidades que tiene como comunidad, procurará atenderlos de la mejor forma. Si a esto se le agrega el hecho de que se le consulte sobre las propuestas del poder político y se le tome en cuenta para la toma de decisiones, se conseguirá una participación mucho mayor.

OBJETIVOS:

- ☞ Demostrar que existe un problema de comunicación entre los diputados de la LXX Legislatura y los ciudadanos a los que representan.
- ☞ Realizar un análisis de los aciertos, desaciertos de esa comunicación y con base en dicho estudio generar una propuesta para dar solución al problema planteado.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- ☞ Determinar la imagen promedio que tiene el ciudadano de Morelia del diputado de la LXX Legislatura que lo representó
- ☞ Presentar esta investigación a algunos ciudadanos de Morelia, que puedan fungir como líderes de opinión y hagan pública la importancia que implica la participación ciudadana.

HIPÓTESIS:

Los diputados del Congreso de Michoacán de la LXX Legislatura tienen una comunicación poco efectiva con los ciudadanos de Morelia.

METODOLOGÍA:

El método que fue utilizado para la elaboración de esta tesis fue el método descriptivo por ser un plan que describe paso a paso la forma de realizar un procedimiento, todos los detalles de una situación. De igual forma, estableceremos un análisis de contenido debido a que “este método realizado en las zonas urbanas puede ser empleado para describir y analizar casi cualquier tipo de fenómeno que reciba una expresión verbal, en las comunicaciones, los grandes medios de

información, los discursos, los sermones. El análisis de contenido definido como una técnica que tiene como fin permitir la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido nos permitirá proceder a estudios comparativos y su utilidad nos permitirá describir objetivamente como sea posible el contenido de las comunicaciones y estudiar opiniones y tendencias de la sociedad”³

Una vez realizado el análisis de nuestro objeto de estudio, la presente tesis plantea una propuesta de solución al problema planteado.

El enfoque es mixto, ya que empleamos técnicas cuantitativas. Este trabajo consiste en la aplicación de 50 instrumentos por cada uno de los cuatro distritos que integran el municipio de Morelia de acuerdo con el mapa electoral y cualitativas, como entrevistas a los diputados representantes de los morelianos durante la LXX Legislatura que permitan determinar las opiniones y concepciones que tienen los unos de los otros.

Se estableció la necesidad de aplicar esta encuesta debido a que la encuesta social, es una fuente de información del marketing político, ya que tiene o permite una gran fluidez de los destinatarios de la comunicación política.

Para dicha investigación estas encuestas representaron la forma de conocer los movimientos y cambios de actitud por parte de los receptores de la comunicación.

Entre los diferentes tipos de encuestas, trabajamos con la encuesta social, como método de obtención de información mediante preguntas orales o escritas, planteadas a una muestra de personas que tienen las características requeridas para obtener respuestas que resuelvan el problema de investigación.

La información que se puede obtener mediante la encuesta es muy variable, y lo que se obtuvo según opiniones, cuestiones demográficas como la edad, el sexo; o en su caso, conductas como la participación social y hábitos políticos.

³ Bauser, Morris Philip/ *La investigación social en las zonas urbanas*”. / Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales/ Ecuador, Quito/ Página 31 consultada.

Las entrevistas se entregaron a las personas para que cada una de ellas lo respondiera sin la intervención de un entrevistador, es decir, un cuestionario auto-administrado...⁴

Para elaborar el cuestionario, nos basamos en los objetivos de estudio y en el problema de investigación planteado al principio. Se procuró obtener la relación entre la población y sus representantes en el Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo, así como si es eficiente o no la comunicación que existe entre estos dos actores sociales. Este tipo de encuestas permitió seguir la evolución de la opinión pública.

En la ciudad de Morelia, según el censo del año 2000, existen 549.996 habitantes, por lo que tomando proporciones, se aplicaran 200 encuestas para tener de referencia del 0.036% aproximadamente de la población de los 4 distritos; es decir, 50 encuestas por distrito, con una relación de 200/ /550000, y que como proporción nos arrojó buenos números para nuestro sondeo.

La formulación de las preguntas fue cerrada, ya que sólo nos permitió la elección limitada de respuestas a un Sí o No, así como opciones para elegir. Sólo una pregunta fue abierta con la finalidad de que los ciudadanos pudiesen elegir alguna inquietud que quizá no estaba satisfecha por la omisión o mala formulación de una pregunta clave, que podría ser clave con respecto al conjunto de las informaciones que pretendo obtener.

La popularidad política que puede registrarse mediante los sondeos, se encuentra sometida a muchos elementos que pueden a veces no coincidir con la intención del individuo en ese momento. Una mala interpretación de las encuestas puede tener importantes consecuencias (la mayoría de las veces), de tipo negativo para los políticos.

⁴ BRIONES, Guillermo/ *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*/ Editorial Trillas/ México, Argentina, España, Colombia, Puerto Rico y Venezuela/ pp. 100.

Un segundo inconveniente es que el encuestado pueda interpretar de modo subjetivo una pregunta, lo que puede ocasionar variaciones que casi parecen inexplicables

Sin embargo, debemos tener en cuenta que la existencia de estas encuestas de opinión tiene una influencia que repercute en el ámbito político, donde éstas generalmente influyen en actos y palabras de éstos.

Lo que pretendemos es generar en los diputados de la LXX Legislatura, una conciencia sobre cómo vieron los ciudadanos su trabajo, ver cuáles fueron los aspectos positivos y cuáles fueron sus carencias, para que de seguir en algún cargo público, puedan identificar cuáles son sus mayores deficiencias y trabajen sobre éstas para mejorarlas.

Se buscó que para los diputados de la LXXI Legislatura, este trabajo les permitiera conocer cuáles fueron las debilidades de sus antecesores y aprovecharan el momento en el que se encuentran para tomar estas oportunidades y mejorar su imagen, relación y comunicación con sus representados.

¿QUIÉNES FUERON LOS ENCUESTADOS?

- ❖ Ciudadanos mayores de 18 años.
- ❖ Escolaridad: Nivel básico, medio, superior o en su caso, ninguno.
- ❖ Habitantes de la ciudad de Morelia.
- ❖ Que pertenecieran a los distritos X, XI, XV Y XVI, que representan toda la ciudad.
- ❖ SEXO: Masculino y femenino.
- ❖ NIVEL SOCIO-ECONÓMICO: A, B, B+, C, C+.

Las variables fueron en función de los 4 distritos para hacer una comparación entre la relación que tienen los hombres y las mujeres con sus diputados; determinar si su nivel escolar les permite estar más enterados de la vida política de su ciudad, así como de ver las edades de las personas que se mantienen más enterados sobre la representatividad de sus diputados.

El nivel socio-económico requiere ser de todos los niveles porque todos son ciudadanos, independientemente de su situación económica o cultural.

El instrumento aplicado es el que se muestra a continuación:

- **Edad:** __ **Sexo:** F__ M__
- **Nivel de escolaridad:** Básico __ Medio__ Superior__ Ninguno: __
- **En las elecciones pasadas para elegir a su diputado local, ¿acudió a las urnas para votar?**
 - Sí
 - No
- **¿Sabe usted qué es un distrito en su ciudad o a cuál pertenece según su vivienda?**
 - Sí
 - No
 - A cual
- **¿Recuerda o sabe quién es el diputado que actualmente lo representa?**
 - ✓ Sí
 - No
- **¿Qué opinión le merece el trabajo que ha desempeñado desde que lo eligió?**
 - ✓ Excelente__ Bueno __ Malo__
 - ✓ Muy malo
- **¿Por qué motivos lo eligió para su representante?**
 - ✓ Historial político
 - ✓ Me convencieron sus propuestas
 - ✓ Buena imagen física
 - ✓ Es una persona cercana a su comunidad.
 - ✓ No recuerdo por qué lo elegí
- **¿Conoce el trabajo que ha desempeñado durante su gestión?**
 - Sí
 - No
- **¿Conoce usted alguna forma para mantener contacto con su representante?**
 - ✓ Sí
 - ✓ No
 - ✓ Cual
- **¿Él o ella visitan con regularidad su colonia?**
 - Sí
 - No.
- **¿Ha recibido usted algún apoyo por parte del diputado o diputada que lo representa?**
 - Sí
 - No
 - ¿Cuál?
- **¿Está usted enterado por los medios de comunicación local acerca del trabajo de su diputado o diputada?**
 - ✓ Sí
 - ✓ No.
- **¿Realmente está usted interesado por quién es su representante en el Congreso local?**
 - Sí

- No.
- ¿Por qué?

- **¿Quisiera hacer alguna solicitud al diputado que lo representa actualmente?:**

INTRODUCCIÓN:

Según un artículo publicado por el reportero Rodrigo Alonso Cruz, del periódico *Cambio de Michoacán*, 07/ 10/ 07, los legisladores morelianos no han cumplido sus promesas. Escribe que “La ciudadanía reclama que ni siquiera conoce a sus diputados; no se han parado en mi colonia, dicen”.

De igual forma, el periódico “*El Universal*” publicó una nota del reportero Ricardo Gómez y Andrea Merlos con fecha del 01/07/07 que expone “De acuerdo con los resultados de una encuesta ordenada por el propio cuerpo legislativo y aplicada en distintas regiones del país, los diputados de todas las fracciones políticas no pasaron la prueba de confianza de la sociedad, que les concedió como máximo una calificación de 5.6 en promedio, en un rango de 1 a 10.

Entre lo que más se recuerda de los diputados que integran la LX Legislatura, según los resultados de la encuesta, es el enfrentamiento físico y verbal que se dio en la ceremonia de toma de posesión del presidente Felipe Calderón el 1 de diciembre de 2006; que los diputados “no hacen nada”, y que a pesar de ello cobran “altos sueldos”.

La encuesta realizada por la empresa Berumen, forma parte del “Estudio sobre la honorable Cámara de Diputados”, con fecha de mayo de 2007, que incluye mil 500 entrevistas aplicadas del 5 al 14 de mayo, en diferentes regiones del país, y tiene una precisión de (+-) 3% con un nivel de confianza de 95%.

“A pesar de que la población concede gran importancia al Poder Legislativo, no hay confianza entre los mexicanos hacia los diputados federales, al concederles 5 de calificación en este aspecto”, dice el apartado de conclusiones denominado “Principales hallazgos”.

El documento revela que es en el centro del país donde menos se confía en los legisladores, al obtener el 4.2 de promedio.

En cuanto al tema de la confianza los diputados de cada partido reprobaron; nadie alcanzó el 6 de calificación; el PAN tuvo 5.5; el PRI, 5.4 y el PRD, 5.0; PVEM, 4.8;

PT, 4.9; Convergencia, 4.0; Nueva Alianza, 4.7 y el Partido Alternativa Socialdemócrata y Campesina (PASC), 4.2 de calificación”.⁵

Estos son claros reflejos que pueden citarse para ilustrar que existe un problema de comunicación entre los ciudadanos que representan el poder político (representantes) y los ciudadanos, quienes otorgan poder mediante el voto (representado). Los primeros no se han dado el tiempo de conocer a profundidad los problemas que aquejan a la sociedad, mientras que la población, no se vuelve a interesar por pedir resultados y el trabajo desempeñado a sus gobernantes.

Por ello, es necesario que para su correcto funcionamiento, exista la acción social y la comunicación efectiva que permita el diálogo correspondiente, es decir, que tanto emisor como receptor se ubiquen en un lenguaje comprensivo para ambos, que los mensajes generados sean decodificables, con ideas e inquietudes orientadas a una misma acción y a cumplir, si no los mismos objetivos, sí la satisfacción de las insuficiencias de ambas partes, lo que permita la comprensión mutua.

Para llegar a un consenso que beneficie a la sociedad y permita la construcción de un proyecto efectivo de comunicación, se requiere conocer cómo perciben los ciudadanos las acciones y actividades de los políticos, (en este caso propiamente de los diputados) su forma de actuar, qué tanto se han comprometido con las promesas de campaña, qué tanto “desquitan” el sueldo que proviene del erario público, es decir con las contribuciones de los michoacanos y si cumplen con la encomienda que la ciudadanía les ha hecho al conferirles autoridad y representatividad.

Se requiere construir una nueva imagen de nuestros legisladores, se necesita un buen manejo para que la ciudadanía pueda percibir sus acciones y propuestas y de esta forma, conseguir el éxito de la comunicación política. Para que un gobierno tenga esta superación, se requiere de la opinión pública, de la aceptación, participación, crítica, oposición, indiferencia y rechazo; elementos básicos para generar cambios y enriquecer la relación entre representantes y representados.

⁵Nota periodística de Ricardo Gómez y Andrea Merlos publicada el día domingo 01 de julio del 2007 en el periódico impreso en México y en el portal electrónico de “El Universal” <http://www.eluniversal.com.mx/nacion/152193.html/>

Los ciudadanos de Morelia exigen cambios y acciones para mejorar su realidad. Todos los días las personas que acuden a las oficinas de los diputados, esperan durante largos lapsos de tiempo y cuando al final son recibidos, muchas veces no reciben la respuesta que les gustaría o el apoyo que esperaban.

Otras ocasiones, los diputados realmente trabajan o se empeñan por trabajar en alguna iniciativa de ley, pero los ciudadanos sólo juzgan por momentos en los que sus delegados son retratados platicando y con un orden que hace pensar a la ciudadanía que realmente no trabajan. Durante muchos años, los congresos de todo el país han sufrido de un inadecuado manejo de imagen que impide a las personas determinar si su labor legislativa es efectiva y que todas las semanas están en reuniones por comisiones para poder solucionar los aspectos que demanden los ciudadanos.

Según la información contenida en un documento del Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública del Congreso de la Unión, una encuesta realizada durante en el mes de noviembre del año 2007, plantea el siguiente cuestionamiento: “Pensando en los próximos 12 meses, ¿usted confía mucho, algo, poco o nada en que la información que saldrá en la televisión estará apegada a lo que realmente pasa en México?”

La respuesta fue que el 42% confiaba mucho. La misma pregunta con los periódicos fue de un 38% de confianza. En tanto, cuando les cuestionaron que “¿Cuánto confía en que los diputados el próximo año (2008) aprobarán leyes que beneficien al país? La respuesta fue muy diferente. El 57% de los encuestados confía poco o nada en que serán leyes que beneficiarán al país. Esto demuestra los abismos de confianza que hay entre la información que puede presentar un medio de comunicación y entre lo que hacen o puedan hacer los diputados.

Entre los ciudadanos es común escuchar que “ningún gobierno es diferente”, “...es sólo más de lo mismo”. Ya no creen en promesas de campaña porque la mayoría de las veces, no se han cumplido.

Y en este sentido, los gobernantes deben poner especial atención, porque es la sociedad quien elige a sus gobernantes y legisladores, quien acepta o rechaza las medidas políticas y reformas, así como se involucra en los problemas o en el peor de los casos, se mantiene pasiva.

Es cierto, los gobiernos y congresos han cometido graves errores y tienen carencias, pero la responsabilidad también ha sido del ciudadano que no se ha dado a la tarea de acercarse al diputado. La proyección que tienen las entidades gubernamentales se ha centrado en un enorme porcentaje a los medios de comunicación, y han dejado a un lado la importancia de la calidez de una plática.

Si el diputado (en este caso), o el gobernante, se acerca a escuchar realmente a las personas, se dará cuenta de los problemas que tiene que enfrentar y se humanizará aún más para poder sentir parte de su responsabilidad como representante del pueblo, las necesidades y las opciones que tiene para los que votaron por él.

Pero, ¿qué es lo que hará diferentes las cosas?, ¿tendremos que esperar que se repita una situación similar a la que vivimos, o es una oportunidad de mejorar nuestro entendimiento entre los que nos representarán y las necesidades reales de los ciudadanos?

Y ahora toca también analizar cuáles han sido las deficiencias como miembros de una sociedad que requiere de mayor atención. Retomando los estudios más actuales en la materia, el análisis solicitado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP) en el año del 2007, se establece que en México existe un escaso conocimiento sobre la composición y atribuciones de la Cámara de Diputados. Y aunque los ciudadanos atribuyen alta importancia al Poder

Legislativo, tienen poco interés en el trabajo de los legisladores, además de que desaprueban su trabajo y consideran que el Congreso de la Unión no representa sus intereses.

Cuando se les preguntó si conocían cuántos diputados federales conformaban la Cámara de Diputados, sólo el 47% respondió correctamente, mientras el otro 53% dio números incorrectos.

Otra cifra es que sólo el 40% de los mexicanos conocen sus funciones y un 60% no. Sólo el 10 y el 24% identifican la función de legislación como propia de la Cámara de Diputados.

Cuando se les preguntaba “¿Qué tan importante es para el país y los ciudadanos la Cámara de Diputados federales? El 91% reconocía que es muy / algo importante, mientras un 9% decía que sólo poco o nada. Sin embargo, cuando respondieron si tenían o no interés sobre el trabajo del Legislativo, un 43% de la población dijo que no le interesaba, 7% no sabía y un 50% decía que sí le interesaba.⁶

¿Y cuáles han sido los factores que intervienen para que exista dicha falta de interés por acercarse a la política o conocer de nuestros funcionarios?

1.- “**La pobreza**”. En México, se tienen índices de la pobreza que existe en nuestro país. Haciendo un resumen, encontramos las siguientes cifras:

Índice de Pobreza Humana en México, 2000

TOTAL NACIONAL

Guerrero 20.9

Chiapas 19.2

Oaxaca 18.3

Veracruz 15.1

Tabasco 12.4

SLP 12.1

Hidalgo 12.1

Puebla 12.1

México 11.6

⁶ Centro de Estudios Sociales e Investigación de Opinión Pública del Congreso de la Unión. Disponibles los datos en <http://www.diputados.gob.mx/cesop/>

Michoacán 10.5
Coahuila 4.3

“La gente pobre en todo el mundo pone un gran énfasis en el mal desempeño del gobierno y experiencias adversas con los sistemas de justicia como dimensiones que afectan directamente su bienestar. Trabajos de científicos sociales sobre el Estado de Derecho en América Latina también subrayan la posición de que un Estado de derecho débil puede agravar las desigualdades en los niveles de vida, en donde los grupos más pobres sufren los mayores riesgos de abusos”.

“En segundo lugar, hoy se reconoce que los temas de la gobernabilidad y la rendición de cuentas son determinantes centrales de la eficacia de la prestación de servicios, en especial para los pobres.

En relación con su nivel de ingresos y el promedio latinoamericano, México tiene un desempeño menor al esperado en cuanto a participación social y rendición de cuentas, estado de derecho y corrupción, pero tiene calificaciones promedio o ligeramente mejores dado su nivel de ingreso—por encima del promedio latinoamericano— en gobernabilidad y capacidades regulatorias.

Las pruebas internacionales apoyan la idea de que la participación y la rendición de cuentas son importantes para tener mejores servicios para los pobres y quienes no lo son, esta simple comparación ofrece una útil advertencia para no tener una perspectiva tan simplista en estos temas. Por razones que se encuentran en la historia social y política, los estados eficaces en el desarrollo han sido escasos en América Latina. Hasta este punto la descripción de los patrones ha buscado tendencias y resultados dependientes de una variable del país: los ingresos medios”.⁷

2.- “**La inadecuada educación**”: De acuerdo a un reciente estudio internacional de exámenes *Program for International Student Assessment (PISA* –Programa Internacional de Evaluación de Estudiantes), la calidad de la educación en México es sustancialmente menor que la de los países de la OCDE y también menor que la de

⁷ www.bancomundial.org.mx/ la pobreza en México: una evaluación de las condiciones, tendencias y la estrategia del gobierno.

Corea y Tailandia. Como ocurre en todos los países hay una variación significativa en la calidad, que se correlaciona con la situación socioeconómica de los hogares de donde proceden los niños. Sin embargo, la variabilidad de la calidad en México es baja según los estándares internacionales, y mucho más baja que la de Argentina.

Si esto se debe a los esfuerzos del gobierno en elevar la calidad entre los más pobres o a las normas de enseñanza relativamente consistentes —y bajas— que se desprenden de las características nacionales de la oferta educativa, incluyendo el sindicato de maestros, es tema de trabajo futuro.

En cualquier época del año, son escasas las personas que se preocupan por conocer en realidad las propuestas y el trabajo de los candidatos. Se desconoce cuál es su historial político y después, ni siquiera se exige la rendición de informes de gobierno y poder ver los avances o retrasos.

Los medios de comunicación han ejercido también una gran influencia en el manejo de la imagen que se tiene de los representantes políticos. Fotografías, notas informativas, reportajes cuya finalidad debería ser presentar la realidad, aunque en ocasiones presentan una realidad o manejan sólo una parte de la misma.

CAPÍTULO I.- EL PODER LEGISLATIVO EN MÉXICO:

1.1 El sistema político mexicano y sus antecedentes.

El sistema político mexicano actual es el resultado de innumerables luchas sociales e ideológicas entre los ciudadanos de aquellos tiempos. Se dice que al despuntar la tercera década del siglo XIX, la madurez de las ideas independentistas en la Nueva España y el curso de los acontecimientos europeos dieron lugar al nacimiento de ideas y a hechos como la proclamación de independencia del Imperio Mexicano (1821), quedando conformado su Congreso para 1822.

Las condiciones en las que se produjeron todos estos cambios dieron como consecuencia que se diera una división de poderes que en realidad nacieron mezclados. La propuesta del establecimiento del Poder Legislativo dio nuevo sentido a las instituciones de gobierno y surgió en el seno del pensamiento criollo antes de que se iniciara la lucha emancipadora en la Nueva España: prosperó sobre la base de que los americanos se consideraban con pleno derecho a participar en la conducción de la vida política de su país de origen y fue uno de los principios más firmes en la construcción de su identidad.

Sucesivamente se reconoció la igualdad de criollos y los peninsulares, propiciando un ejercicio sin precedentes en América. Entonces, Nueva España eligió a su primer representante en la Suprema Junta Central a un criollo de ascendencia vasca. Más tarde se llevaron los comicios para elegir a los diputados que elegirían a las Cortes extraordinarias. Mientras tanto y con el propósito de que la distancia no fuese un obstáculo para que los virreinos tuvieran la debida representación, en España se designó en calidad de diputados suplentes a algunos americanos residentes de la península.

La importancia que se distribuyó a los organismos legislativos durante el México independientes se expresa en el hecho de que prácticamente todos los planes revolucionarios del siglo pasado propusieron reformas a las leyes fundamentales, y una porción muy considerable de aquellos ofreció la Convocatoria a un Congreso y

la elaboración de un documento constitucional que permitiera al país remontar la anarquía.

Conjuraciones, golpes de estado, disolución de las cámaras, persecuciones y encarcelamientos de los legisladores, muestran el entusiasmo de los miembros del Poder Legislativo, considerado particularmente durante los dos primeros tercios del siglo XIX un organismo peligroso.

“Esa intensa actividad legislativa después de todos los movimientos sociales en México, surgida de diversos núcleos revolucionarios, constituyó la savia del nuevo pacto social, definido en el seno de la Soberana Convención Revolucionaria y decantado en las deliberaciones de la asamblea de Querétaro. La constitución de 1917 quedó integrada por un conjunto de normas a través de las cuales la representación nacional trató de armonizar los principios liberales y sociales. Al mismo tiempo, en tanto la nueva Constitución fue concebida como un marco que debía responder a las circunstancias cambiantes de la sociedad mexicana, estableció los mecanismos estructurales para que el ejecutivo redujese su esfera de acción en la medida de que aquella sociedad alcanzara su madurez a través de la educación, mejores condiciones de trabajo y un reparto equitativo de riqueza”.⁸

1.2 Historia del Congreso de Michoacán.

Con la promulgación del Acta Constitutiva de la Federación del 31 de enero de 1824, el antiguo territorio de la Intendencia de Valladolid, se convirtió en el Estado de Michoacán. Presentada esta Acta ante el Soberano Congreso Constituyente Mexicano por la comisión encargada de elaborar el proyecto de Constitución desde el 19 de noviembre anterior, el Congreso decretó el 8 de enero de 1824 que los “Estados de Guanajuato, México, Michoacán, Puebla de los Ángeles, Querétaro, San Luis Potosí y Veracruz, proceder en establecer sus respectivas Legislaturas, que se compondrían por esta vez al menos de once individuos y lo más de veinte y uno en clase de propietarios; y en la de suplentes de no ser menos de cuatro ni más de siete.

⁸ Villegas Moreno, Gloria/ *Historia sumaria del Poder legislativo en México Tomo I, Serie I/ LVI Legislatura (México) 780 pp.*

(...) Cumpliendo con este decreto, el 14 de marzo de este año se reunieron en la ciudad de Valladolid de Michoacán, en el Aula General del Colegio Seminario, treinta y dos electores representantes de todo el territorio del Estado de Michoacán. Estos tenían la encomienda de elegir, de entre los ciudadanos más distinguidos del noble estado, aquellas personas que serían diputados al Congreso que constituiría formalmente la flamante entidad federativa.

Sin embargo, nuestro país vivía momentos difíciles a nivel político, por lo que existían revocaciones de diputados y de leyes, con el fin de establecer el correcto funcionamiento del orden social. En 1858 el Congreso Constituyente de Michoacán suspende sus funciones y son reestablecidas para 1861. No obstante, por tanta agitación que sufre México, se quitan y ponen Legislaturas, entrando en orden hasta el 16 de septiembre de 1879, abriendo sesiones la XVIII Legislatura michoacana. A partir de ésta, el Congreso de Michoacán continúa su vida normal, renovándose cada dos años como lo señalaba la Constitución. De esta manera, transcurren los años del largo Porfiriato. Apenas a dos meses de distancia del inicio de la Revolución Mexicana se instala el XXXIV Congreso Constitucional de Michoacán.

Entrando la Revolución Mexicana, inician otra vez los innumerables movimientos de miembros en el Poder Legislativo. Cuando se decreta la Constitución de 1917 y se señalan las bases generales para poder establecer los poderes de las entidades federativas, se dispone que las “Legislaturas de los Estados que resulten de las elecciones próximas tendrán además del carácter de Constitucionales el de Constituyentes, para el efecto de implantar en las Constituciones locales, las reformas de la nueva Constitución General de la República en la parte que les concierne” (...) Así, el 21 de julio de 1917, conformada por diez diputados, queda legítimamente instalada la XXXVI Legislatura del Estado de Michoacán de Ocampo.”⁹

Igualmente, han cambiado los recintos en todo el Estado, pero al día de los cambios sociales sufridos durante la vida política de México.

⁹ Archivo digital de la Biblioteca del Congreso del Estado de Michoacán/ Consultado en el mes enero 2008. .

1.2.1 Funciones de los diputados.

En el capítulo tercero de La Ley Orgánica de Procedimientos del Congreso del Estado, se establecen las obligaciones de los diputados.

Artículo 9. Son obligaciones de los Diputados:

- I.- Rendir protesta para asumir el cargo;
- II. Asistir puntualmente a las sesiones de Pleno, de comisiones y de comités de los que formen parte;
- III. Participar en los trabajos de las comisiones y comités de que formen parte;
- IV. Desempeñar las comisiones especiales que les encomiende el Congreso;
- V. Representar al Congreso en foros, audiencias públicas o reuniones para los que se les designe;
- VI. Conducirse con respeto y comedimiento durante las sesiones, sus intervenciones y los trabajos legislativos en los que participen;
- VII. Presentar declaración patrimonial en los términos y condiciones que establezca la Ley de la materia;
- VIII. Informar anualmente sobre sus labores legislativas y;
- IX. Las demás que les señale la Constitución, la presente Ley y los ordenamientos que de ésta deriven.

1.3 Conformación de la LXX Legislatura.

El H. Congreso del Estado de Michoacán, está integrado por 40 Diputados; en la LXX Legislatura, 24 de mayoría y 16 de representación proporcional, divididos de la siguiente manera;

15 Partido Revolucionario Institucional.

17 Partido de la Revolución Democrática.

6 Partido Acción Nacional.

1 Partido del trabajo.

1 Partido Verde Ecologista de México

En los términos de la legislación que regula la organización y funcionamiento del Congreso del Estado, se puede constituir grupo parlamentario con dos o más Diputados, y cada fracción, al inicio de la Legislatura, nombra a su coordinador por votación mayoritaria o unánime.¹⁰

ORGANIZACIÓN Y FUNCIONAMIENTO

PLENO

El Órgano Supremo lo constituye el Pleno de los 40 Diputados y sus decisiones son tomadas por votación directa de los propios Diputados, de modo tal que así pueden aprobar o no iniciativas que abroguen, derogue, reformen o adicionen leyes; decisiones que asumen el carácter de Decreto el que, para su general observancia, se debe publicar en el Periódico Oficial del Estado y entrara en vigor en la forma y términos que establezcan las disposiciones transitorias.

Sesionan de manera ordinaria 2 veces al mes y siempre que sea necesario durante el año Legislativo que inicia el 15 de enero y termina el 14 de enero del año siguiente.

Durante el año trabajan en forma continua las Comisiones Legislativas con la participación de colegios, cámaras, organizaciones, investigadores y sociedad civil, entre otras.

MESA DIRECTIVA

Los Diputados duran en su encargo 3 años, integran su Mesa Directiva también por votación. Esta se compone de un Presidente y tres Secretarios que pueden ser reelectos.

¹⁰ Página consultada el día 25 de enero 2008.- Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán:
<http://congresomich.gob.mx/congreso/Leyes/LEY%20ORGANICA%20Y%20DE%20PROCEDIMIENTOS%20DEL%20CONGRESO%20DEL%20ESTADO%20DE%20MICHOCAN.html>

La mesa Directiva se elegirá en enero, mayo y septiembre y asumirán sus funciones a partir del 15 del mes respectivo.

En el Presidente recae la representación y personalidad jurídica del H. Congreso del Estado y, por lo mismo, la atención y despacho de los asuntos que se presenten durante dicho periodo.

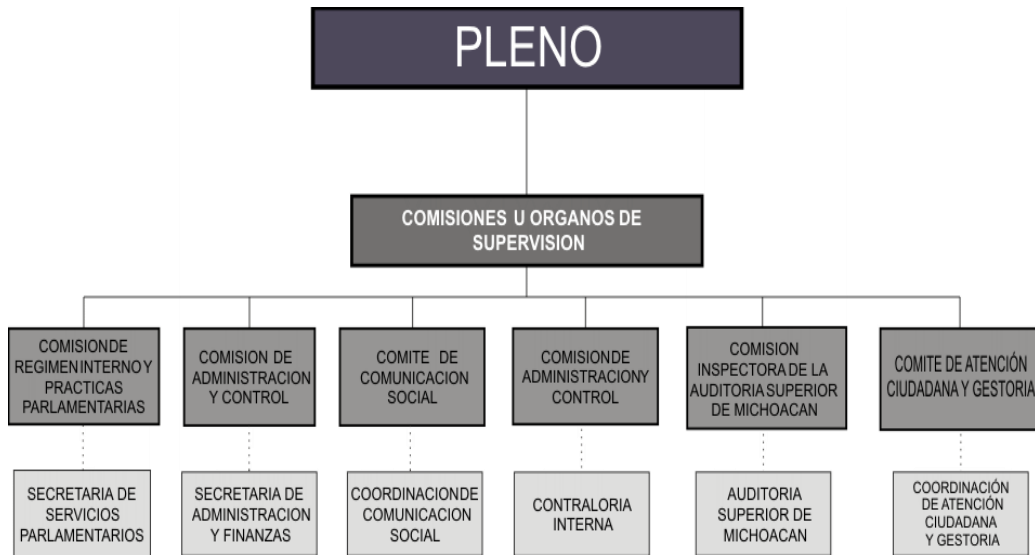
En los Artículos del 27 al 33 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado, se determinan las atribuciones y facultades de la Mesa Directiva del Poder Legislativo.

JUNTA DE COORDINACIÓN POLÍTICA

Con las reformas a la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado desapareció la “Gran Comisión”, y se decreto la creación de la Junta de Coordinación Política atendiendo a la composición plural del H. Congreso, ya que nuevamente en la septuagésima legislatura, ningún Grupo Parlamentario tiene mayoría.

La Junta de Coordinación Política se integra por el coordinador de cada uno de los Grupos Parlamentarios y por el Presidente de la Mesa Directiva que es electo cada 4 meses.

Entre las funciones de la Junta de Coordinación Política, previstas en el art. 40 de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso, fracción I, destaca lo siguiente : “Impulsar la conformación de acuerdos en torno al contenido de las propuestas o iniciativas que requieran ser votadas en el Pleno, a fin de agilizar el trabajo Legislativo ”.



CAPÍTULO 2. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL ENTRE REPRESENTANTES Y REPRESENTADOS

“Todo contiene dentro de sí mismo el germen de su cambio...”

La dialéctica Hegeliana / Marxista...

2.1 Concepto de Comunicación Política.

Definir el concepto de comunicación política, representa la clave para comprender nuestro trabajo. Se puede pensar que es la información obtenida entre dependencias de gobierno o funcionarios de éste, así como la que hay en los medios de comunicación.

Pero la comunicación política va mucho más allá de estas meras consideraciones. Ésta es el resumen de todo lo que conforma el sistema gobernante- gobernado. Sin la interlocución de los miembros, simplemente no sería posible la existencia de un gobierno.

Es por esto que durante nuestro primer capítulo nos avocaremos a dar una explicación sobre comunicación política, sus diversas ramas y el profundo análisis que se requiere para poder hacer una correcta definición, que permita la sencilla comprensión del concepto y de todas las áreas que implica.

De primer momento, establecemos que:

“La comunicación política es un proceso que relaciona las partes del sistema, sin constituir un sistema autónomo (...) en nuestro caso, definiremos la comunicación política como el proceso de transmisión y recepción de mensajes, desde y hacia los componentes del sistema político”.¹¹

¹¹ OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ MC. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 203

Oscar Ochoa en su ensayo titulado “Comunicación política y campañas electorales”, se dice que la comunicación política es:

“Proceso interactivo que involucra la transmisión de información entre políticos, medios de comunicación y votantes”.¹²

A su vez, en el artículo “Los escenarios de la comunicación política en México, la autora Aimeé Vega hace referencia a que:

“...Entendida como fenómeno político y social, la comunicación política ha sido definida desde múltiples perspectivas: como actividad comunicativa con efectos potenciales en la política (...) como intercambio de símbolos políticos (...) como elemento potencial en la regulación de la conducta humana cuando ésta se encuentra en una situación de conflicto (...) como condición necesaria para la legitimación de las instituciones políticas frente a los ciudadanos (...) como un fenómeno que involucra elementos tales como el poder, la ideología, los conflictos y los consensos(...); y finalmente como un espacio más amplio que permea todo el terreno de la actividad política.”¹³

Y después de estas definiciones, podemos generar una propia en la que establezcamos que la comunicación política es el proceso de comunicación en el que se transmiten y reciben mensajes exclusivamente entre los representantes y representados de un gobierno y en cualquiera de sus dependencias.

Es de vital importancia que se difunda un estilo de comunicación en el que exista la difusión y recepción de mensajes cuyo contenido permitan a los elementos participantes, encontrar una manera de llegar a acuerdos y satisfacer necesidades.

¹² GAUTHIER, Gilles, GOSSELIN André y MOUCHON Jean (comps.) / *Comunicación y política* / Gedisa editorial. Colección El Mamífero Parlante Serie Mayor / Impreso en España. / pp. 1-143.

¹³ Paniagua, Francisco. “Comunicación política Electoral en España (1977-2004)/ Revista Razón y Palabra en línea/ Número 45, México/ Junio-Julio 2005/ Consultada el 08 de marzo 2008 y disponible en [http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n45/Francisco Paniagua](http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n45/Francisco_Paniagua).

En este trabajo se va a realizar un análisis de la comunicación política que existe entre los representados de los distritos de la ciudad de Morelia en el Congreso del Estado de Michoacán y los diputados que son los representantes.

Esto tendrá la finalidad de determinar las deficiencias comunicativas para a partir de éstas, establecer un plan de estrategias que los diputados de la LXXI Legislatura puedan retomar y mejorar para su comunicación.

2.2. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL:

La gran mayoría de las investigaciones y publicaciones dedicadas al área de la comunicación están dirigidas al estudio de los medios tecnológicos de comunicación, dejando de lado el estudio del nivel primario de la comunicación: el interpersonal; perdiendo contacto el comunicólogo con la definición primogénita de comunicación, al no reconocer como parte de su quehacer el estudio de la interacción en la vida cotidiana.

La mayoría de los aportes al estudio de la Comunicación Interpersonal han sido hechos por la sociología o la psicología social, aportando los fundamentos teóricos a partir del cual las teorías de Comunicación Interpersonal son actualmente generadas dentro del campo de la comunicación.

La gran mayoría de las investigaciones y publicaciones dedicadas al área de la comunicación están dirigidas al estudio de los medios tecnológicos de comunicación, dejando de lado el estudio de la comunicación interpersonal.

”La palabra “comunicación” proviene del termino “*comunicare*” que significa “poner en común”, lo que implica la interacción entre los comunicantes, no solo la transmisión de mensajes de una forma unilateral como sucede con la televisión o el periódico. La comunicación en su nivel interpersonal “pone el acento en la

comprensión de la comunicación como interacción, como vínculo social, recuperando así entonces las definiciones originarias del término”¹⁴

George Simmel, estudioso de historia y filosofía en la Universidad de Berlín y fundador de la Sociedad Alemana de Sociología, dio gran importancia a la interacción social:

“...considerando a la “Sociedad” como un mero nombre para denominar a un número de individuos conectados por interacciones, poniendo énfasis en los significados adquiridos a través del proceso social, considerando que el individuo interioriza los valores, las normas, costumbres, etc., en su conciencia individual (socialización) y al mismo tiempo contribuye con la conformación social al relacionarse con los demás Para él, una interacción implica que los actores deben estar conscientemente orientados uno al otro .

En su desarrollo teórico sostiene que “el intercambio es la más pura y concentrada forma de todas las interacciones humanas en la que serios intereses están en juego”, y que aunque muchas de las acciones aparenten consistir en un proceso meramente unilateral, en realidad envuelve efectos recíprocos, dando como ejemplo el de una persona que habla en público, pareciera ejercer en una sola vía su influencia, pero que sin embargo está respondiendo a las demandas y direcciones emanadas por un grupo aparentemente pasivo e incapaz de causar algún efecto sobre el primero “¹⁵

El ser humano es capaz predecir la respuesta que provocará en los otros, expresando en forma intencional los gestos que producirán la respuesta esperada. De allí que considere que la capacidad humana para usar símbolos significantes es la base para la verdadera comunicación.

¹⁴ 5.- Garza, María Rosalía, “Aportaciones de las ciencias sociales al estudio de la comunicación interpersonal”. En Revista Razón y Palabra. Número 61 con fecha del 12 de abril 2007 y disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/mgarza.html>

¹⁵ <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/mgarza.html>.

El proceso de la comunicación es un acto social que requiere al menos de dos individuos en interacción uno con el otro, en donde el gesto por parte del emisor y la respuesta por parte del segundo individuo, darán como resultado una acción.

Se dice que: “ las relaciones entre los individuos son como la representación de una obra de teatro en la que las personas tratan, consciente o inconscientemente, de manipular la impresión que los demás reciben de ellas, siendo la Comunicación Interpersonal una presentación a través de la cual varios aspectos del “si mismo” son proyectados. Las personas buscar justificar sus actos y mostrarle una buena imagen, y por otro lado, ocultar aquellas cuestiones de sí mismo que puedan perjudicar su imagen ante los demás”¹⁶.

Las personas cuando están en la presencia de otros, generalmente tratan de adquirir información acerca de ellos, o bien, poner en juego la que ya poseen, aunque parte de la información parece ser buscada con un fin. Realmente hay otras razones prácticas para adquirirla; la información sobre los demás permite definir la situación y saber de antemano que es lo que pueden esperar unos de otros y saber como actuar para obtener una respuesta específica.

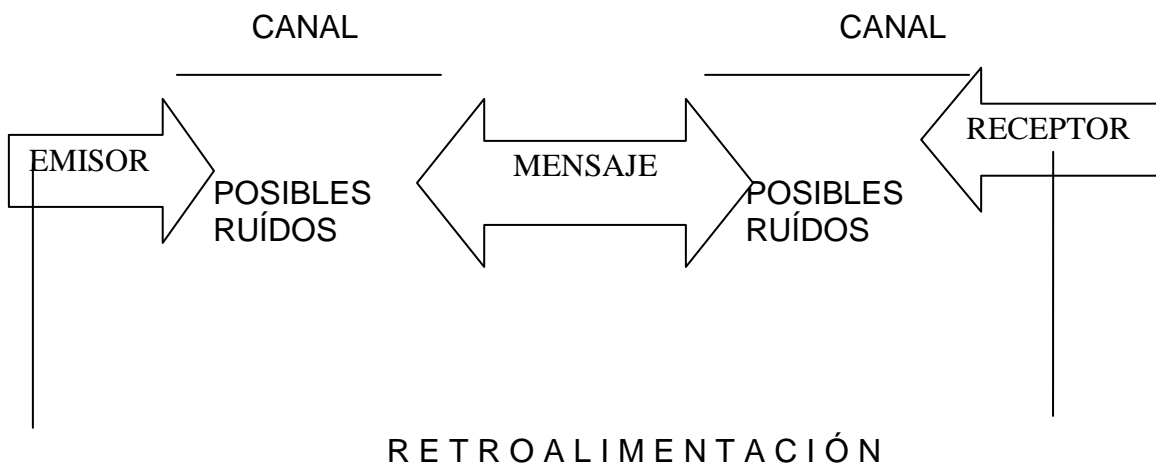
Toda esta información, nos permite determinar la importancia que tiene la comunicación interpersonal dentro de las áreas de gobierno, y en el caso particular de este estudio, lo necesario que es que los diputados y sus representados tengan una comunicación que se base más que en medios electrónicos, en acercarse entre ellos, platicar para ver las actitudes que tiene el otro, para obtener información que los califique y así mismo, se puedan conocer realmente las necesidades que tienen tanto los ciudadanos como los diputados.

16 Cardoso Vargas, Hugo Arturo, “La comunicación educativa no verbal: apuntes de un proyecto de investigación”. En Razón y Palabra, Revista Electrónica. No. 13, Año 4, Enero-Marzo 30, 1999. Proyecto de Investigación. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n13/apuntes13.html>

2.3 MODELOS DE COMUNICACIÓN

Existen diversos modelos de comunicación que han establecido diversos teóricos sociales respecto de los roles que juegan los involucrados en el proceso de comunicación. El proceso o modelo más conocido y completo, es:

MODELO UNIVERSAL:

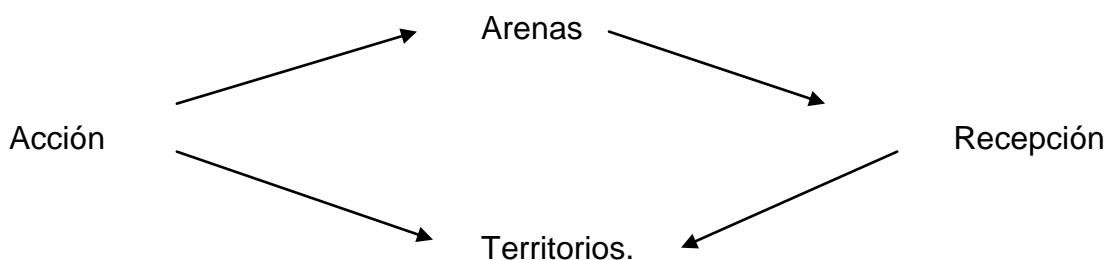


Podemos entender que es un ciclo en el que todos los miembros de la comunicación participan. Sin embargo, no ha sido éste la única propuesta realizada por los diversos estudiosos del tema. Muchos estudios se han realizado para poder llegar a un modelo a seguir, pero que es subjetivo determinar cuál es el más adecuado.

Dentro de la comunicación política se encuentra siempre con diversos retos, pero sobre todo, debe procurar comprender la función que cumple la conciencia de la práctica de diversos mecanismos de recepción y evaluación de los mensajes políticos y de quiénes los ejercen o dosifican.

En el área de la comunicación política, se han elaborado patrones ideales a seguir durante este procedimiento. De primer momento, es importante establecer que:

Los cuatro polos de la comunicación política:



Los **territorios**, tanto cuando se trata de comunicación política en la escala regional, nacional e internacional, como cuando nos referimos a la comunicación política de los estados, partidos, grupos de presión, sindicatos, los movimientos sociales y las empresas.

En la comunicación política, dependen de factores de organización, estructurales, contextuales y de acontecimiento que definen las fronteras de las restricciones y las oportunidades de los actores de la comunicación política, particularmente en el nivel del accionar teleológico.

Las **arenas** de la comunicación política están constituidas por el conjunto de dispositivos, fórmulas, marcos, reglas y estrategias que definen las situaciones de interacción en las que puedan confrontarse, difundirse públicamente y evaluarse los discursos de los actores políticos.

Los debates televisados, los tribunales de justicia y los procesos político – mediáticos, los programas políticos de la televisión, el periodismo de opinión, la prensa comercial de masas, los medios audiovisuales y las relaciones públicas., son otras arenas o lugares sociales en las que puede hallar su expresión la comunicación política.

El eje **acción / recepción** nos presenta diversos tipos de accionar del campo de la comunicación política:

ACCIONAR EFECTIVO PURO: no es más que una conducta que moviliza medios sin intención de ponerlos a reflexionar. Reacción en el momento, sin pensar en las consecuencias de su acto. Las primeras investigaciones sobre la opinión pública y la persuasión se encontraban en la afectividad del receptor, en sus actividades y emociones perdurables, en tanto que las nuevas se preguntan sobre la capacidad concedora del individuo para procesar la información más o menos dispersa y descontextualizada que le suministran actores y mediadores de la política.

ACCIÓN POR HABITUS: Conducta en la que el actor tiene conciencia de un objetivo deliberado. Puede detectarse en aquello que queda como vivencia concedora de muchas vivencias olvidadas.¹⁷

Este modelo, representa según Oscar Ochoa González, la base de la comunicación política. Abarcaría todos los elementos que se viven dentro de un gobierno, de muchas otras propuestas que trataremos exponer por que se consideran auxiliares para explicar a detalle el tipo de comunicación ideal que pretendo conseguir.

Existe otro modelo donde la comunicación es la conducta que pueden presentar tanto emisor como receptor, según el rol que se les impone o les toca desempeñar:



O bien:

EMISOR:

Gobierno, grupos de poder y de presión, mandos superiores de sindicatos, instituciones políticas y religiosas, líderes de opinión, voceros a través de los medios de comunicación, etcétera.

MENSAJE:

El contenido a través de sus formatos, discursos, artículos de opinión, peticiones, quejas, cartones políticos, historietas políticas, entrevistas, columnas periodísticas, cartas a la redacción, réplicas, debates, campañas de propaganda, promocionales publicitarios, carteles, anuncios de radio y televisión, programas de radio y televisión, páginas electrónicas, referendos, etcétera.

RECEPTOR:

¹⁷ OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 203

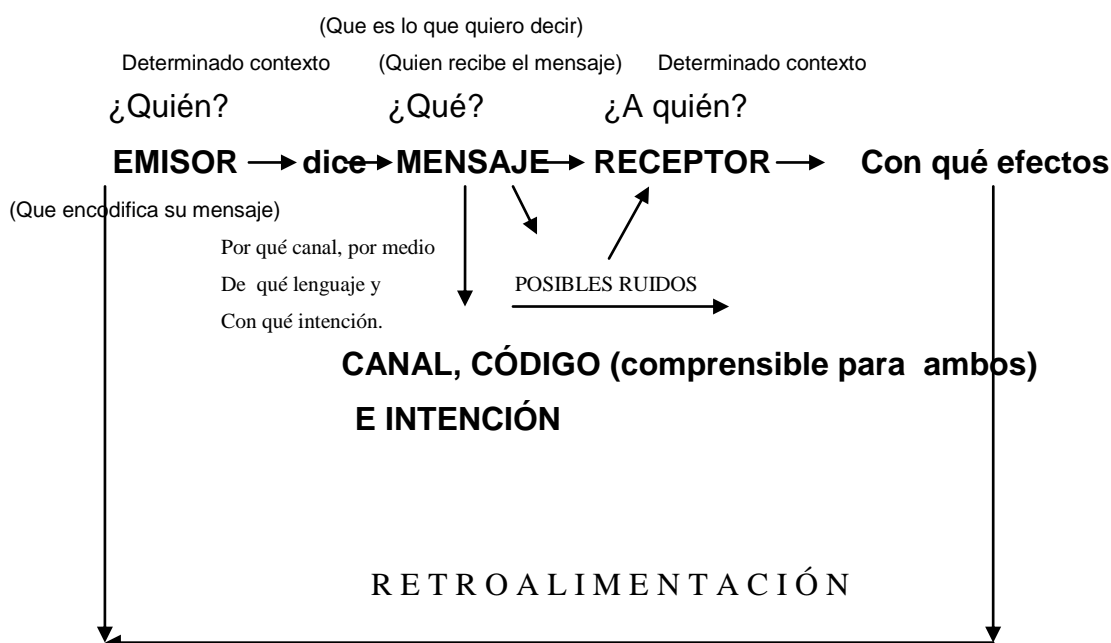
Ciudadanos, electores, correligionarios, etcétera.¹⁸

Sin embargo, podemos ver que este modelo no cuenta con la importante etapa de retroalimentación, entonces, si no poseemos ésta, ¿de qué manera podremos conocer las necesidades del otro o lo que piensa sobre el mensaje?

Hay muchos modelos “ideales” de la comunicación política, pero aún ninguno de los que hemos encontrado parecen completos, por ello, es necesario complementar en uno solo todos los que contienen elementos que pueden ser más explícitos e involucrar a los representantes y representados en la comunicación abierta, comprensible y cuyos resultados permitan estrechar los vínculos y llegar realmente a los acuerdos tan buscados.

El esquema de Lasswell es el que maneja elementos como la intención con la que habla una persona, pero en el esquema no aparece la retroalimentación, que es lo más importante en cualquier modelo porque de no existir, no conoceremos los efectos que tiene su comunicación. Por ello, creemos que un modelo ideal sería:

MODELO CABAL



¹⁸ OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 203

En este modelo, el objetivo es aclarar la intención con la que se dicen las cosas, el lenguaje en el que se codifica el mensaje, los efectos que tendrá el mensaje en el receptor y con el principal elemento de la retroalimentación, lo que permitirá un ciclo completo en el que ambas partes estarán dispuestas a escuchar y conocer el mensaje tanto del emisor y su receptor.

2.4. Los representantes populares en cargos de diputados locales: formas de comunicarse con los ciudadanos.

Los gobiernos tienen como único vehículo para expresar sus acciones, los medios de comunicación en sus diferentes ramas, promocionales publicitarios políticos, las obras realizadas, los informes de gobierno, las relaciones públicas, las pláticas que puedan llegar a tener con los ciudadanos... pero, ¿qué es lo que realmente transmiten a través de estos medios?, ¿son éstas las únicas y mejores formas para darse a conocer?

Primero, lo más importante es que al comunicar, exista información. La información será la manera a través de la cual se expresen los gobernantes. Tal como dice De la Mota:

“...la información es una actividad social con repercusiones políticas, que persigue un fin específico en el ser humano y como tal fin social, refleja un valor y depara una utilidad; en otras palabras, la información se manifiesta, en principio, como un bien. El objetivo de este bien es servir al derecho fundamental de saber, de conocer, que justifica la libertad de información”.¹⁹

La información que transmita el representante al representado, tiene que darle a conocer los sucesos que sean de su interés o de la comunidad. Esto podría ser mediante la educación, difundiendo ideas, conocimientos y opiniones de los que confiaron en el gobernante.

¹⁹ DE LA MOTA, Ignacio H. / *Manual de comunicación para políticos y líderes de opinión*/ Panorama Editorial/ Impreso en México/ pp. 123

Los medios de comunicación son el primer medio que emplean los gobiernos para hacer del conocimiento de todos, las obras que han realizado. Por cuestiones de distancia, tiempos y situaciones de vida de cada individuo, es casi imposible que conozcamos los resultados del trabajo que ha desempeñado el funcionario público.

La comunicación de los medios trata de informar, persuadir e integrar los diferentes campos sociales, políticos y económicos, pero todo de manera actualizada. La inmediatez, la actualidad y la transparencia que caracteriza a algunos comunicadores, son las razones por las que la gente se acerca a los medios para saber lo que pasa con sus gobernantes.

Al respecto, Oscar Ochoa señala que : “ los medios de comunicación suelen ser considerados como armas de control social, a través de los cuáles se sugiere al público qué pensar, cuándo, cómo y hasta dónde pensar, orientando la opinión en un sentido o en otro. A esto se debe que los gobiernos los respeten y hasta hagan caso omiso cuando se extralimitan, ya que de lo contrario el medio se puede quejar de que se le restringe la libertad de expresión”²⁰

Es entonces que nos preguntamos, ¿son acaso el medio más adecuado?, ¿se acercan realmente a las necesidades de la población?, ¿transmiten información 100% veraz y útil? Estas son algunas cuestiones que nos plantearemos durante este trabajo y trataremos de resolver.

Consideramos que son una opción para conocer lo que hacen, en nuestro caso, los diputados del Congreso local, así como gobernadores, alcaldes, regidores y servidores públicos. Están al alcance de todos, como la televisión o el radio, aunque no suceda lo mismo con el periódico, ya que por las condiciones culturales de México, somos una población que lee poco.

Sin embargo, los medios de comunicación no resuelven de manera completa las necesidades informativas que tienen los ciudadanos. En muchas ocasiones, la información que presentan los medios no es todo lo que el ciudadano quisiera saber

²⁰ OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 203

o peor aún, no es la verdad absoluta y la llegan a modificar por cuestiones diversas que no corresponde a nosotros tratar durante este primer capítulo pero que sí veremos más adelante.

Los funcionarios públicos deben cuidar mucho la imagen que transmitan. Algunos de ellos no toman en cuenta la necesidad de los medios de comunicación, sobre todo porque son influencia importantísima en la opinión pública, pero entendiendo que no son la única forma de establecer contacto con la gente.

Se les conoce como “el cuarto poder” por su independencia y las posibilidades de alcance. Son el reflejo de la sociedad en el sentido de que recopilan la opinión y las demandas de los ciudadanos, pero no de todos los grupos sociales.

La importancia que podemos destacar de los medios es que son una fuente de resultados importantes para que un gobierno pueda determinar cuál es la imagen que tiene en su comunidad. El medio, reúne la opinión del público a través de sondeos, encuestas, entrevistas, cartas, que permitirán hacer un juicio y trabajar sobre éste para mejorar la visión que se tiene sobre el tiempo de gestión de un gobernante.

Los informes de gobierno son una herramienta que los gobernantes deberían explotar un poco más. Un ejemplo por mencionar podría ser el del gobierno federal. Aunque se ha visto que durante los últimos 2 años no ha sido un mecanismo eficaz, los gobernantes deberían hacer informes de gobierno pero en los que pudiera participar la sociedad, no sólo los diputados y miembros del sistema político en turno.

En el caso de los diputados locales, tienen aún más ventaja en el sentido de que el tamaño de los distritos que representan es muy pequeño en relación con los federales. Pueden tener un trato cara a cara, lo cuál los sensibilizará ante las necesidades de su comunidad.

La mayoría de los gobiernos por lo general cuentan con un área de Comunicación Social que se dedica al manejo de los medios de comunicación de todo tipo y estilo, así como de la publicidad y propaganda del organismo.

Sin embargo, es vital que se desarrolle más que la publicidad o propaganda, la atención al ciudadano y se promueva la comunicación interpersonal, en este caso, de los diputados con la ciudadanía.

Los seres humanos necesitamos sentirnos identificados con nuestro representante, comprendidos ante todo y que su imagen nos genere “cierta” confianza y la perspectiva de una persona que pueda ayudar a resolver nuestras solicitudes.

El Poder Legislativo en México, es el encargado de crear, establecer y modificar las leyes que rigen nuestro sistema político.

De igual forma, es el encargado de pedir al Poder Ejecutivo, al Judicial y a sus diversas dependencias, los resultados del trabajo que desempeñan durante su mandato. A su vez, la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo, establece en el artículo VIII del Capítulo III que:

“ ... Son obligaciones de los diputados:

VIII. Informar anualmente sobre sus labores legislativas...”

Sin embargo, no existe un órgano que solicite al Poder Legislativo que rinda cuentas por las acciones realizadas durante su gestión. En teoría, se supone que somos los ciudadanos quiénes deberíamos solicitar a nuestros representantes la explicación detallada acerca de los beneficios que hemos obtenido al ser ellos quiénes nos personifican en los Congresos tanto locales como el de la Unión.

En el Congreso de Michoacán y en especial en la LXX Legislatura, los diputados de la fracción parlamentaria del PAN durante su primer año de trabajo, entregaron un informe anual sobre sus actividades e iniciativas de ley realizadas. En este apartado,

la diputada Ana Lucía Medina del distrito XI Morelia Noroeste, durante su informe de su primer año de actividades, expuso lo siguiente:

“De unos años a la fecha, se escucha de la importancia de la rendición de cuentas, es decir, la obligación permanente de los mandatarios de informar a sus mandantes de los actos llevados a cabo en el cumplimiento de la delegación de autoridad, sin embargo, nuestra cultura política aún infectada del autoritarismo que nos gobernó durante 70 años, se resiste a las prácticas de responsabilidad pública.”

“Para los diputados de Acción Nacional de la LXX legislatura, la convicción de impulsar la rendición de cuentas como elemento fundamental de una sociedad democrática, no sólo la hemos plasmado en nuestro trabajo legislativo, la hemos hecho guía de nuestra actividad cotidiana, pues no estaríamos en posición de exigir transparencia y responsabilidad, sino damos ejemplo en nuestro propio ejercicio de la función pública que nos ha sido encomendada no es patrimonio personal.”

“Este ejercicio de rendición de cuentas, limitado sin duda por la realidad, pero impulsado con decisión por la voluntad, es una reiteración de nuestra convicción de que la democracia es el ejercicio del poder público en forma pública. Nuestro empeño, particular y de conjunto para informar y presentar resultados de nuestro primer año de trabajo en el Congreso del Estado, de ninguna manera se limita a este documento, pero en él plasmamos de forma sintética el acopio de lo que consideramos son nuestros más destacados logros.”

“A la luz de las reflexiones que implicó la realización de esta evaluación, nos podemos decir tranquilos pero no satisfechos aún. El balance político y legislativo de las siguientes páginas nos permite concluir que hemos cumplido con la divisa de ser oposición constructiva, capaz de proponer, contrapeso responsable y alternativa política. No negamos nuestras insuficiencias y nuestros equívocos, los asumimos para enmendarlos con el respaldo generoso de los michoacanos ante quienes hoy nos presentamos, con el mejor ánimo democrático, a rendir cuentas.”

DIPUTADA ANA LUCÍA MEDINA GALINDO. (PARTIDO ACCIÓN NACIONAL)

“Como diputada del Partido Acción Nacional, asumo el deber de afanarme en difundir constantemente el ideario que sustentamos, convencida de que dicha difusión es un compromiso personal con la sociedad y con mi partido, lucho día a día buscando su materialización a través de iniciativas que protejan la Dignidad de la Persona Humana, sólo así perpetuaremos nuestras convicciones, por medio de la huella indeleble que dejan las ideas impresas en las leyes. He asumido un firme propósito, ser una Diputada que procura recordarse que el camino a la excelencia, es el camino de los valores permanentes y definitivos

DISTRITO XI, Morelia Noroeste.

COMISIONES: Grupos vulnerables, equidad y género.

- Parlamento de Mujeres de México, en su séptima reunión anual 2005, con sede en Morelia, contando con la participación de más de 300 mujeres formulando y discutiendo diversos temas relacionados con Equidad y Género, Violencia contra las Mujeres, Participación política y ciudadana de las mujeres y Alternativas de desarrollo para las mujeres, entre otras.
- Trabajo a favor de las personas con discapacidad, proponiendo la adecuación de las instalaciones del H. Congreso del Estado para eliminar las barreras arquitectónicas que impiden el acceso a las personas que utilizan silla de ruedas, de igual manera se exhortó a las presidencias municipales en ese sentido.
- Jornada Estatal: “Acciones contra la Explotación Sexual Comercial Infantil (ESCI)”, con la participación de la UNICEF, INACIPE, PFP y el Senado de la República.
- Adhesión a la Campaña Nacional de Apoyo a los Refugios de Mujeres Víctimas de la Violencia Familiar: “Por la Seguridad de las Mujeres, Defendamos los Refugios”.

INICIATIVAS EN ESTUDIO:

- Ley de los Derechos de los Niños y las Niñas
- Ley de Fomento a las Actividades de Desarrollo Social de las Organizaciones de la Sociedad Civil.
- Ley para la Protección Social de Adultos Mayores.

DERECHOS HUMANOS: PRESIDENTA DE COMISIÓN:

- Recepción y análisis del informe presentado por el Lic. Gumesindo García Morelos, presidente de la Comisión Estatal de los Derechos Humanos (CEDH)
- Inicio del proceso de revisión y reestructuración de la Comisión Estatal de los Derechos Humanos (CEDH), organismo público autónomo con reconocimiento constitucional, detectando a través de un profundo proceso de investigación, graves irregularidades en la Visitaduría Regional de Morelia.
- Mesas de Trabajo con diversas Organizaciones de la Sociedad Civil y Organizaciones No Gubernamentales (ONG'S), con la finalidad de analizar la realidad de los Derechos Humanos en Michoacán, fortaleciendo así, la agenda legislativa y considerando: Procuración de Justicia en Materia de Violencia Familiar, Mujeres Reclusas y sus Hijos, Prevención y Eliminación de la Discriminación.
- Inspección al CERESO "Lic. David Franco Rodríguez", evaluando las condiciones en las que se encuentran recluidas las mujeres, identificando las áreas y servicios con los que cuentan las mujeres y los hijos que las acompañan, de igual manera, se inspeccionó el área de confinamiento varonil.
- Análisis de 5 quejas en contra del visitador Regional de Morelia de la CEDH, presentadas ante esta comisión, se recibió su comparecencia ante la Comisión Legislativa.
- Remoción del Visitador Regional de Morelia de la CEDH y Emisión de la Convocatoria para la elección del nuevo Visitador.
- Comparecencia de 9 aspirantes a ocupar el cargo de Visitador Regional de Morelia de la CEDH, emitiendo así por propuesta de las comisiones unidas de Derechos Humanos y Justicia, de la Terna final de aspirantes.

INICIATIVAS EN ESTUDIO:

- **Ley de Amnistía**
- **Ley de la Comisión Estatal de los Derechos Humanos.**

REGIMEN NITERNO Y PRÁCTICAS PARLAMENTARIAS:

- ANÁLISIS de la reforma a la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo.

INICIATIVAS:

- Grupos vulnerables: Iniciativa de adquisición de un segundo párrafo al artículo 1ª de la Constitución Política del Estado de Michoacán, que prohíbe cualquier práctica discriminatoria. Aprobada por unanimidad en Sesión Ordinaria del Congreso del Estado de Michoacán, con fecha 13 de diciembre 2005.
- Equidad y Género: Iniciativa que reforma el párrafo segundo y adiciona un párrafo tercero al artículo 153 del Código Electoral del Estado de Michoacán de Ocampo, que obliga a los partidos políticos a promover una mayor participación de las mujeres en la vida política del Estado, a través de su postulación a cargos de elección popular.

Sin embargo, es una realidad que no llegó a todos los ciudadanos ya que al año siguiente no se elaboró ningún informe común y así durante toda la legislatura.

Entonces, ¿de qué manera se comunican los representantes y representados actualmente?, ¿qué es lo que hace que aún exista un vínculo o punto de unión?

Una de las formas más comunes de dar a conocer su labor legislativa son los medios de comunicación. Un gobierno regional, en dicho nivel, conserva una relación aún más estrecha, que le cede cierto contacto con los pobladores. Los elementos de los que se sirve para dar a conocer las obras realizadas durante su gestión, van desde boletines de prensa, publicaciones, anuarios, programas de televisión o radio, en los cuáles podrán contestar a sus electores alguna duda que tengan sobre su desempeño político.

2.4.1. OFICINA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SUS FUNCIONES DENTRO DEL CONGRESO.

De acuerdo a la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán, se establece en el artículo 82 que: “La Coordinación de Comunicación Social depende del Comité de Comunicación Social y, tiene a su cargo la difusión de las actividades del Congreso, el enlace con los medios y el diseño de las estrategias y políticas de comunicación, que pondrá a consideración de la Junta.

Su titular será designado por el Pleno a propuesta de la Junta de Coordinación Política, su integración, organización y funciones se rige por lo dispuesto en su manual de procedimientos.”²¹

La Coordinación de Comunicación Social del Congreso de Michoacán, de acuerdo al Manual de Organización y Procedimientos, es la encargada de difundir el quehacer legislativo estatal. Sus objetivos y naturaleza serán para acercar éstos a la sociedad, con la finalidad de transparentar el ejercicio del poder público y permitirle un mayor acceso a la información, mediante el establecimiento de un vínculo con los medios de comunicación, proyectando la diversidad de ideas, el pluripartidismo y las transformaciones que se viven en su interior.

Trabaja vinculándose con los diferentes medios de comunicación de prensa escrita, radio, televisión y portales web del Estado de Michoacán y los principales diarios nacionales como El Universal, EXCELSIOR, Reforma y Milenio Diario.

La manera en la que se mantiene dicha relación es a través del trabajo diario de cobertura que realizan los corresponsales y encargados de la fuente, así como los comunicados de prensa elaborados por el área de Comunicación del Congreso.

Se mantiene una vinculación y monitoreo de los medios por medio de:

- Síntesis Informativa de prensa escrita
- Monitoreo de programas radiofónicos
- Análisis de contenidos
- Boletines institucionales
- Relaciones públicas.

“Así mismo, la Coordinación de Comunicación depende del Comité de Comunicación Social, y, tiene a su cargo la difusión de las actividades del Congreso, el enlace con

²¹ H. Congreso del Estado de Michoacán/ Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo/ Departamento de Biblioteca/ Michoacán 2006.

los medios y el diseño de las estrategias y políticas de comunicación, que pondrá a consideración de la Junta. Diseñar las estrategias y políticas de comunicación;

Para corroborar esto, entrevistamos a la Coordinadora de Comunicación Social durante el mes de diciembre del 2007, y nos respondió que de las actividades asignadas, los resultados son los siguientes:

- I. Establecer el enlace con los medios de comunicación: Sí se mantiene una relación constante con los principales medios escritos, radiofónicos y televisivos de Michoacán.
- II. Planear la difusión de las actividades del Congreso del Estado: Se cuenta con la calendarización para la realización de los eventos. Sin embargo, llegan a darse fallas para las invitaciones de manera anticipada, ya que el tiempo con el que se les comunica a los principales medios no es el suficiente y en ocasiones, no se tienen los horarios o fechas correctas.
- III. Coordinar todas las actividades que se realicen en su área: Se mantiene un orden dentro de las tareas que se tienen que desempeñar dentro del área y existen personas designadas específicamente para cada actividad.
- IV. Establecer los lineamientos en la consecución de las actividades: Sí se tienen establecidas las actividades que se tienen que hacer y cómo tienen que llevarse a cabo.
- V. Delegar el trabajo y demás responsabilidades a cada departamento a su cargo: Cada área tiene la responsabilidad de llevar a cargo su tarea. Sin embargo, también colaboran y se apoyan entre áreas para aprender a trabajar en equipo y permitir que el trabajo de la Coordinación resulte exitoso.
- VI. Gestión de Convenios con canales de televisión para la transmisión de materiales sobre el Congreso del Estado: Se tienen convenios con

diversos medios, desde escritos hasta televisivos para difundir información de las actividades del Congreso local.

- VII. Elaboración de publicaciones dedicadas a la difusión de actividades legislativas: Sí se han publicado algunos números, pero por falta de presupuesto no se ha podido dar continuidad al proyecto.
- VIII. Diseñar y presentar campañas de imagen institucional: Esto se apoya mediante la participación en diversos Congresos, actividades culturales, foros, patrocinios y se tienen planeadas campañas mediante spots, sólo que no se tienen de momento las posibilidades económicas.
- IX. Elaboración de Manual de Identidad gráfica para normar el uso del logotipo y elementos que proyecten la imagen de la Legislatura: Sí se tiene.
- X. Contratación de tiempos en paquete de radiodifusoras para la transmisión del posicionamiento de los grupos parlamentarios con motivo de los informes de Gobierno: Se tienen espacios radiofónicos pero no para dar informes de gobierno, sino para difundir sus actividades de manera más constante.
- XI. Colaboración con áreas de comunicación de otras instituciones: Sí se mantiene constante apoyo con Comunicación de Gobierno del Estado y otras dependencias para mantener la información actualizada.
- XII. Apoyo al área de biblioteca para mejorar el contenido de la página web mediante la aportación de información, fotos y logotipos: Sí se tiene este apoyo.
- XIII. Atención y orientación a estudiantes y público en general sobre información del Congreso del Estado: Sí se le da apoyo y orientación en general. Si se desconoce alguna información, se acude a cualquier otra instancia dentro del Congreso.

- XIV. Elaboración de propuestas de tablas de Procedimientos para atender el acceso a la información pública: Existe un área que se encarga de la atención al acceso a información pública.
- XV. Elaboración de propuesta de estructura del área para atender el acceso a la información, tanto en el Comité como en la propia Coordinación: Ya existe pero se encarga el área de acceso a la información y si existe alguna solicitud de alguna persona, se le orienta.

Entre otras atribuciones.

De acuerdo a estos lineamientos, los diputados de la LXX legislatura se sirven de boletines, invitaciones personales o vía telefónica a eventos o sesiones del Poder Legislativo. También se dan conferencias de prensa o declaraciones sobre algunos asuntos que se debaten en la situación política que se vive.

Algunas formas de comunicarse internamente son medios como la síntesis informativa, la radiofónica, los boletines de prensa; todo esto, correspondiente a la Coordinación de Comunicación Social.

En el caso de la LXX legislatura, se podría acrecentar los medios que se monitorean, procurando hacer un trabajo un poco más profundo sobre el contenido de las notas, así como resúmenes mensuales y semanales que se les entregasen a cada diputado para poder trabajar con ellos.

2.4.2 ACCESO A LA INFORMACIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

En la época que vivimos, existen diversos medios que permiten a las personas estar comunicadas a través del tiempo y del espacio. Desde celulares, radio, televisión, prensa escrita, cine y muchos otros elementos que acercan a los seres humanos, nos damos cuenta que aunque exista la tecnología más que suficiente, la calidad de la información no ha permitido mejorar las relaciones entre los individuos.

“La información no sustituye a la comunicación, sino más bien es un proceso que culmina en la comunicación. Se dice que cuanto mayor sea su flujo, más requiere de ésta (...) la opinión es la resultante final de la comunicación”²²

Esto se refleja desde las relaciones con los amigos, los vecinos o la familia, y las carencias de una buena comunicación, que impiden el entendimiento mutuo y por consecuencia, el orden y la armonía entre ellos.

Algunas de las causas que también pueden influir para que la comunicación no sea del todo buena, son el origen étnico, la religión, la localización geográfica, la posición económica o el nivel de educación. Todos estos elementos pueden ser determinantes para una correcta comprensión.

En las relaciones políticas, los representantes y los representados también tienen sus niveles de comunicación y repercuten determinadamente en la situación que se vive en las comunidades. Si hubiese una comunicación adecuada, la vida social y en especial, de México, sería ejemplar, constructiva y benéfica en ámbitos económicos y políticos.

Pero, tomando en cuenta los motivos y razones que no permiten una comunicación pronta y eficaz, podemos preguntarnos, ¿de qué manera los gobernantes se relacionan con los ciudadanos o representados?, ¿cómo pueden hacer para conocer las necesidades y el sentir del otro?, ¿es posible que se entiendan a pesar de tantos elementos que los hacen diferentes?

Casi todos los días escuchamos que los seres humanos tenemos derechos o garantías, tanto políticas como sociales, que son violados y que difícilmente son respetados por los demás. Los individuos, nos quejamos de que difícilmente vivimos justicia social y que las autoridades nunca hacen cosas para mantenernos libres de estas violaciones...pero, ¿realmente conocemos hasta dónde se encuentran nuestros derechos?

²² FERRER, Eulalio / *Información y comunicación*/ Editorial Tezontle/ México 1997 / pp. 158

“Los Derechos Humanos son el conjunto de prerrogativas inherentes a la naturaleza de la persona, cuya realización efectiva resulta indispensable para el desarrollo integral del individuo que vive en una sociedad jurídicamente organizada. Estos derechos, establecidos en la Constitución y en las leyes, deben ser reconocidos y garantizados por el Estado.”²³

Con esto, podemos comprender a profundidad que por naturaleza, tenemos concesiones desde el momento de nacer de una familia, de educación, de pensar sin que nadie influya en nosotros, para caminar libremente... son infinidad de derechos que vamos adquiriendo, y así conforme incrementan nuestros derechos durante nuestra vida social, también incrementan las obligaciones.

Sin embargo, existe un derecho que últimamente ha tenido un auge en México y en todo el mundo: el derecho a la Información. Este derecho, ha llegado con la insignia y objetivo de disminuir y trabajar en contra de la corrupción, para mejorar el trabajo de los gobiernos y para que los ciudadanos estemos al tanto de asuntos de nuestros políticos y asuntos que nos conciernen como miembros de una comunidad.

Para tener una mejor concepción del término, podemos decir que:

“ (...) ¿Qué es el derecho a la información?(...) Jorge Carpizo y Ernesto Villanueva han sostenido que el derecho a la información (en su sentido amplio), de acuerdo con el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, es la garantía fundamental que toda persona posee a: atraerse información, a informar y a ser informada.

De la definición apuntada se desprenden los tres aspectos más importantes que comprende dicha garantía fundamental:

a) El derecho a atraerse información: acceso a archivos, registros y documentos públicos; la decisión de qué medio se lee, se escucha o contempla.

²³ <http://www.cndh.org.mx/losdh/losdh.htm>

b) El derecho a informar: libertades de expresión y de imprenta; constitución de sociedades y empresas informativas.

c) El derecho a ser informado: recibir información objetiva y oportuna, la cual debe ser completa, es decir, el derecho de enterarse de todas las noticias y, con carácter universal, o sea, que la información es para todas las personas sin exclusión alguna”.²⁴

En Michoacán, existe un órgano encargado del cuidado de este derecho que es la Comisión Estatal para el Acceso a la Información Pública del Estado de Michoacán de Ocampo (CEAIPEMO). Este organismo tiene la responsabilidad según la Constitución de Michoacán, de ser un órgano de decisión, autoridad, promoción, difusión e investigación sobre el derecho de acceso a la información pública, actuando como un organismo con autonomía patrimonial, de operación y de decisión, integrado por tres comisionados, de los cuales uno será su presidente.

Los comisionados serán electos por el Congreso del Estado, por el voto de las dos terceras partes de los Diputados presentes, a propuesta del Titular del Poder Ejecutivo del Estado, quien escuchará previamente las proposiciones de las instituciones y organizaciones académicas, profesionales y ciudadanas, enviará una lista de aspirantes con el triple del número de comisionados a nombrar, para que de entre ellos se elija a quien o quienes ocuparán el cargo.

En caso de que el Congreso rechace total o parcialmente la lista propuesta, el Gobernador del Estado someterá una nueva lista de aspirantes en los términos señalados.

Si no hubiere acuerdo del Congreso, el Titular del Poder Ejecutivo designará a los Comisionados faltantes, de entre los propuestos.

La Comisión tendrá las siguientes atribuciones:

I. Vigilar el cumplimiento de la presente Ley;

²⁴ Villanueva, Ernesto. “Derecho de acceso a la información y organización ciudadana en México”. En Biblioteca Jurídica Virtual No. 1, Enero-Junio 2003 y disponible en <http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/1/cnt/cnt6.html>

II. Conocer y resolver los recursos que se interpongan contra los actos y resoluciones dictados por las entidades públicas con relación a las solicitudes de acceso a la información;

III. Establecer plazos para la rendición de informes y realizar diligencias;

IV. Realizar a petición de parte, investigaciones en relación con las quejas sobre violación de la presente Ley;

V. Proponer criterios para el cobro de derechos para el acceso a la información pública;

VI. Ordenar a las entidades públicas que proporcionen información a los solicitantes en los términos de la presente Ley;

VII. Garantizar el debido ejercicio del derecho de protección de los datos personales en posesión de las entidades públicas;

VIII. Realizar los estudios e investigaciones necesarios para el buen desempeño de sus atribuciones;

IX. Organizar seminarios, cursos y talleres que promuevan el conocimiento de la presente Ley y las prerrogativas de las personas, derivadas del derecho de acceso a la información pública;

X. Elaborar y publicar manuales, estudios e investigaciones para socializar y ampliar el conocimiento sobre la materia de esta Ley;

(ADICIONADA, P.O. 21 DE NOVIEMBRE DE 2007)

X bis. Definir a propuesta del Presidente, con base en las políticas y lineamientos establecidos por el Congreso del Estado, la política salarial para regular el sistema de remuneraciones y prestaciones de la Comisión, misma que estará fundamentada en los principios de austeridad, racionalidad, disciplina presupuestal, certeza, equidad, motivación y proporcionalidad.

En el Congreso del Estado, existe una persona encargada de los asuntos que conciernen a la Información Pública del Congreso del Estado, sin embargo no es

una instancia muy recurrida ya que muy pocas personas acuden por información a esta área. De cualquier forma, cada entidad pública, entre ellas el Congreso local, deben contar con una persona designada para este fin.

En el año del 2002, el H. Congreso del Estado se encargó de elaborar una Ley de Acceso a la Información y cuyos artículos establecen las formas en las que debe manejarse la información. A continuación expondremos algunos de los aspectos más importantes que debemos conocer para saber los límites y derechos de información con los que contamos los michoacanos:

Artículo 1. La presente ley es de orden público y tiene por objeto asegurar el derecho de las personas de acceder a la información de los Poderes Públicos del Estado y sus Municipios.

Artículo 2. Para los efectos de esta Ley, se entiende por derecho de acceso a la información pública el que corresponde a toda persona de saber y acceder a ésta.

La información creada, administrada o en posesión de los órganos previstos en esta Ley, se considera un bien de dominio del poder público de uso común, accesible a toda persona en los términos previstos por ésta.

En la interpretación de esta Ley se deberá favorecer el principio de publicidad de la información.

Artículo 3. Para ejercer el derecho de acceso a la información pública no es necesario acreditar derechos subjetivos, interés legítimo o razones que motiven el pedimento, salvo en el caso de los datos personales en posesión de las entidades públicas protegidos por la Ley de la materia.

En materia política sólo podrán hacer uso de este derecho los ciudadanos mexicanos.

La información de carácter personalísimo es irrenunciable, intransferible e indelegable, por lo que ninguna autoridad deberá proporcionarla o hacerla pública.

El uso que se haga de la información es responsabilidad de la persona que la obtuvo.

Artículo 4. Todas las entidades públicas están sometidas al principio de publicidad de sus actos y obligadas a respetar el ejercicio social del derecho de acceso a la información pública.

Los partidos políticos y las organizaciones políticas con registro oficial, rendirán información respecto a los recursos públicos recibidos del Estado y los Municipios.

De igual manera, se tiene la responsabilidad de promover la cultura del derecho al acceso a la información pública y para ello, las entidades públicas deberán cooperar con la Comisión para capacitar y actualizar de forma permanente a sus servidores públicos en la cultura del derecho al acceso a la información pública y al ejercicio del derecho de protección de datos personales en posesión de las entidades públicas, a través de cursos, seminarios, talleres y toda otra forma de enseñanza que se considere pertinente.

De igual forma, la Comisión tendrá que procurar que en los planes y programas de estudio de la educación preescolar, primaria, secundaria, normal y para la formación de maestros de educación básica que se impartan en el Estado, se incluyan contenidos que versen sobre la importancia social del derecho al acceso a la información pública y al derecho de protección de datos personales en posesión de las entidades públicas en una sociedad democrática, coadyuvando con las autoridades educativas en la preparación de los contenidos y el diseño de los materiales didácticos de planes y programas”.

Sin embargo, nos encontramos a 4 años de la aprobación de la LAIPEMO y no se ha logrado un ejercicio pleno y efectivo de este derecho por parte de la ciudadanía. De igual forma, a pesar de que se han tenido cursos de capacitación por parte de la CEAPEMO (ITAIMICH), aún la ley de acceso y el derecho que consagra son prácticamente desconocidos por la sociedad michoacana, como lo hacen evidente los estudios y monitoreos realizados por la misma comisión. Como se sustenta en los Informes Anuales de Labores 2004-2008, que presenta la CEAPEMO en su página web.

Será difícil estar enterados y exigir resultados si tampoco nosotros nos interesamos por pedir cuentas, por ver que quizá sí están haciendo cosas buenas.

Generalmente no ejercemos dichas garantías de una forma racional y que pueda llevarnos a una mejor relación con los representantes populares, de manera que el respeto y el conocimiento de lo que piensa o necesita el otro, nos conduzca a una buena comunicación.

2.5 Participación del ciudadano en la política:

¿Qué significa ser ciudadano?, ¿existe acaso en las personas una conciencia real sobre el verdadero sentido de esta palabra? Cuando se habla de situaciones políticas y sociales, es un término muy utilizado, pero si nos preguntaran que pensamos que significa, quizá tendríamos una idea errónea.

Sin embargo sobre su significado podemos encontrar es que el ciudadano es “un habitante de las ciudades antiguas o de Estados modernos como sujeto de derechos políticos y que interviene, ejercitándolos, en el gobierno del país”²⁵

Otra definición es que el ciudadano en su sentido más general, es la condición del individuo como miembro de una comunidad política a la que está jurídicamente vinculado por el mero hecho de la pertenencia”²⁶

En su sentido más específico, el término ciudadano se aproxima mucho al significado original de la palabra. En las ciudades-estado de la antigüedad, el término ciudadano no designaba meramente al que residía en una ciudad, sino a un miembro libre del Estado con capacidad de gobierno, al igual que el vocablo latino *civitas* (del que procede la palabra 'ciudad') tampoco se refería tan sólo a un municipio local, sino al Estado en su conjunto.²⁷

Es obvio que el término ciudadano implica responsabilidades que tenemos los individuos de una comunidad con nuestros vecinos y con la situación política que vivimos. Es para nosotros un “deber”, no sólo gusto o tema exclusivo de intelectuales. La política y nuestros gobernantes son aspectos que vivimos, sufrimos,

²⁵ www.rae.es/consulta=ciudadano

²⁶ www.Trabajodefincarrera.com/consulta/ciudadano.

²⁷ Biblioteca de Consulta Microsoft ® Encarta ® 2005 © 1993-2004 Microsoft Corporation.

experimentamos y necesitamos para mejorar nuestra calidad como miembros de una comunidad.

Dentro de nuestras responsabilidades, la participación en este rubro es el elemento que nos ha hecho falta. “Según el diccionario de la Real Academia Española, el término “participación” se refiere a la “acción y efecto de participar”. Y participar significa “tener una parte en una cosa o tocarle algo de ella” como “dar parte, notificar, comunicar (...) Cuando hablamos de participación nos referimos tanto a dar algo que nos pertenece como a recibir algo que pertenece a otro. Sea el dar cuando se recibe, se requiere de dos sujetos, uno activo que da y uno pasivo que recibe, entre los cuales se establecería un vínculo de relación”²⁸

Debido a estas relaciones, el hombre da origen a la existencia de relaciones como la familia y la comunidad política estatal, resultantes de su esencia social y política. Lo social y lo político que se encuentran en potencia en la Naturaleza de cada hombre, toman forma cuando se le hace partícipe de una Comunidad Política.

El Estado radica la importancia de su existencia cuando los hombres se constituyen políticamente a través de regímenes ordenados o gobiernos, jerarquizados que elevan cada parte integrante y buscan el bien común. Lo más importante aquí es que el Estado haga al hombre partícipe de este ordenamiento.

Sin embargo, un aspecto negativo de los gobiernos mexicanos que podemos encontrar es que no cuentan con un efectivo sistema de participación ciudadana. Si nuestros representantes políticos no se dan a la tarea de despertar en sus representados un sentido de pertenencia a su gobierno, no obtendrán éxito.

Al respecto Toni Puig asegura que: “... quieren que se les informe, que se les tenga presente, que se les implique, que se sumen sus ideas y recursos a la estrategia de la marca para construir, conjuntamente, la ciudad. Mantenerla y acrecentarla (...) es

²⁸ Sáenz de Salassa, Josefa/ *La participación política*/ Ciudad Argentina Buenos Aires/Segunda edición/ Año 1999/ pp. 252

el gran tema de la participación en acción. O de la democracia deliberativa, de proximidad: ¡de formar parte de la marca!".²⁹

¿Será acaso tan difícil para ciudadanos y políticos realizar esta tarea?, ¿cuáles son los motivos por los que los gobiernos y los representados no cumplan con esta parte? Porque es evidente que existen rezagos en esta área.

Se cree que para la mayoría de los miembros de una sociedad de los países latinoamericanos, el proceso de toma de decisiones en la política tiene su propia lógica y generalmente no se basa en sus necesidades o deseos democráticos. En ese sentido, el sistema de partidos parecería estar orientado exclusivamente a soportar una clase política al interior de la cual se mueven intereses, alianzas, encuentros y desencuentros, que si bien afectan a la población se desarrollan en situaciones completamente ajenas a nosotros.

En una de las investigaciones realizadas en el Centro de Cooperación Regional para la Educación de Adultos en América Latina y el Caribe y en sus siglas originales Centro Regional de Educación Fundamental para la América Latina (CREFAL) se desarrolló un Plan de Desarrollo para el municipio de Panindícuaro, la Facultad de Economía "Vasco de Quiroga" de la Universidad Michoacana, el Centro Michoacano de Investigación y Formación "Vasco de Quiroga" (CEMIF) y el Equipo Mujeres en Acción (EMAS), logrando el siguiente resultado :

"México es un país con una muy pobre cultura democrática. Vivimos casi todo el siglo XX bajo condiciones de dictadura (primero la de Porfirio Díaz, después la del Partido Revolucionario Institucional). El año 2000 abrió paso a una competencia encarnizada entre partidos políticos y a una alternancia que dista mucho de ser una democracia real, en la que la población tenga parte en la toma de decisiones"³⁰

²⁹ PUIG Toni / *La comunicación municipal cómplice de los ciudadanos* "Ideas y estrategias para la comunicación municipal" / Paidós / Buenos Aires/ 2003/ pp.49

³⁰ Gutiérrez Vázquez, JM. "Competencia del educador de adultos para el cambio educativo". Disponible en "Decisión educación ciudadana" Número 17, Mayo- Agosto 2007 y disponible en <http://tariacuri.crefal.edu.mx/decisio/d17/sab6-5.php#inicio>

Además, “Entender que “lo público” nos compete a todos los ciudadanos y que no es tarea solamente de funcionarios, diputados o senadores no es tarea fácil (...) El autodiagnóstico participativo y la conformación de agendas comunitarias dejó en las y los participantes herramientas metodológicas para el análisis de su realidad, para la elaboración de propuestas y para la negociación (...), el aprendizaje se dio de la mano de la participación (...)En los talleres comunitarios de autodiagnóstico los y las estudiantes reconocieron y valoraron los saberes de la gente y estuvieron en contacto con la problemática de la población rural. Para muchos esto fue un descubrimiento; para otros fue el camino para aplicar al menos parte de lo que aprenden en la Universidad en la solución de los problemas concretos de sus lugares de origen”.³¹

Dependerá mucho de la manera en la que nos hablan nuestros gobernantes. Cuando se escucha un discurso político, es difícil encontrar novedades en sus propuestas y en su trabajo realizado. En documentales en los que podemos ver discursos de personas como el “Che” Guevara, líderes sociales que mantenían un sentido de pertenencia con el pueblo, eran aceptados inmediatamente.

¿Qué era lo que tenían estos individuos que emocionaba y convencía tanto a las personas? Haciendo un análisis de la situación, se deduce que quizá era la forma en la que convencían, era cómo se relacionaban no sólo con la comunidad a la que se dirigían, sino también la unidad que emanaban dentro de su mismo grupo de gobierno. Cuando se percibe unión, comprensión, cohesión entre los miembros de un partido o agrupación social, es fácil que generen las ganas de formar parte de ese grupo y de ese sentimiento de colectividad.

Los equipos de comunicación de una organización política, de un candidato o de un gobernador, son básicos para una adecuada relación con los ciudadanos. La comunicación también es cooperación pública, comunicación fluida que permitirá llegar a pactos para la acción ciudadana.

Podemos comunicar de formas concretas. Nada caro y mucho menos burocrático o complicado de entender. Podemos emplear diferentes modos a los acostumbrados,

³¹ <http://tariacuri.crefal.edu.mx/decisio/d17/sab6-5.php#inicio>

como volantes, mítines en los que se invite a la gente, en los que se vaya casa por casa y se les de a conocer el trabajo realizado. Mandar llamar a algunos medios de comunicación para que la gente se de cuenta de que está haciendo cosas por sus ciudadanos.

Pero más que medios, utilizar a los mismos ciudadanos es la clave. Finalmente, ellos son el público final al que pretendemos dirigir todo nuestro trabajo. Deben conocer que el gobernante está interesado en conocerlo, en acercarse a él no nada más cuando pide el voto. Y es que la participación ciudadana tiene que ser motivada por los gobiernos y en nuestro caso, por los representantes del Congreso local. Compete a toda la organización incitar a que el representado esté comunicado y enterado de los planes, de los servicios y de las actividades desempeñadas por un diputado, por ejemplo.

Estar comunicado permitirá al individuo evaluar y transformarse en un emprendedor ciudadano, lo que lleve a la transformación del clásico poblador que no se preocupa por lo que pasa a su alrededor, que no sabe quién es su representante en el poder legislativo y mucho menos lo busca o le pide cuentas... digo, es derecho de un "ciudadano", y tiene el poder para ejercerlo.

Hay que captar la atención de quién nos va a escuchar y a quien estamos representando; incitar a la confianza, que vean que se ha estado trabajando con hechos, no con palabras. La gente necesita conocer las acciones o los motivos por los cuáles su representante es la mejor opción "...Porque participar es comunicación..." Puig, Toni dice.

2.6 Formas de retroalimentación del representante al representado.

Entre los seres humanos, existen diferentes formas de comunicarse. Ya sea de manera escrita o corporal, hemos pretendido estar en contacto de diversas formas. Sin embargo, y a pesar de los intentos, existen barreras o ruidos que han hecho difícil la comprensión de lo que el otro nos quiere decir.

Las diferentes formas de pensar, de hablar; las ideologías que no empatan o ruidos en la comunicación, hacen que el entendimiento entre los individuos sea muy difícil.

Una de las dificultades, evidentemente, se da en la comunicación entre los gobiernos y los ciudadanos. Ambos se han mantenido en un nivel diferente de comprensión, con una relación gastada por la desconfianza y la incredulidad que existe de los representantes ante lo que hablan o dicen los representados.

Es preciso conocer de qué manera han tratado los gobernantes estar en comunicación con el pueblo. Muy pocas personas conocen a ciencia cierta de qué forma pueden establecer relación con un presidente o un diputado.

Si conociéramos las diversas maneras para informarnos sobre una administración pública, quizá estaríamos hablando de correlaciones diferentes pero al mismo tiempo sumamente difícil para las que vivimos actualmente. Y es tanta la responsabilidad de las organizaciones políticas hacer de nuestro conocimiento cómo podemos estar notificados, así como de nosotros, representados, informarnos sobre nuestro deber ciudadano.

La comunicación que surge desde el sector político, puede verse desde diversos puntos: las relaciones públicas, los discursos, mítines políticos, la propaganda, campañas políticas o la gestión pública; de manera escrita en boletines de prensa, archivos de información o documentos clasificados; y así en los diversos medios de comunicación tratan de estar vigentes y de darse a conocer.

Ochoa dice en *Comunicación política y opinión pública* que permite conocer el concepto que tienen algunos autores, y es importante para tener una referencia:

“Los representantes populares suelen mantener contacto con los ciudadanos de diversas maneras: difundiendo las sesiones de las Cámaras a través de la radio o la televisión; respondiendo a cuestionamientos públicos de los ciudadanos, haciendo declaraciones ante los medios sobre el estado que guardan algunos asuntos que se

debaten o dando a conocer los resultados de su gestión con publicaciones elaboradas ex -profeso”.³²

¿Serán suficientes estos medios para comunicarse con los ciudadanos?, ¿son efectivos estos? ¿Se sentirá realmente tomado en cuenta el representado?

Por ejemplo, la importancia de las relaciones públicas, radica en que son determinantes en la comunicación política, ya que con éstas se pueden establecer acuerdos con sectores sociales diversos y así, el político podrá llegar a un mayor número de personas para que conozcan su trabajo.

Un elemento muy gastado para comunicarse es el discurso. Los ciudadanos estamos cansados de que un gobernante no tenga algo nuevo qué decir. Hacen promesas durante las campañas, y cuando son electos, se dedican a hablar de las carencias y de los “intentos” por mejorar las situaciones que agobian a los ciudadanos.

La oratoria ya no es un medio efectivo para dirigirse al público. Al menos no la oratoria clásica en la que realizan ademanes y expresiones forzadas para complementar la expresión no verbal de su discurso. Necesitan innovar, cambiar el sentido. Ya no pueden los gobernantes prometer que harán. Necesitan cambiar sus discursos en dirección de lo que han hecho, de la realidad.

Los gobernantes que ya se encuentran con una trayectoria política o social, tienen la ventaja de que pueden hablar más sobre las cosas o acciones que han llevado a cabo. Por ejemplo, los Presidentes, Gobernadores, Diputados y cualquier miembro de un cargo político, deben entregar un informe sobre lo que hacen durante su periodo de trabajo.

La mayoría lo hacen anualmente, como los presidentes de la República o los Diputados de nuestro Congreso Local. Pero, ¿cuál es el problema o por qué no

³² OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 84-85.

todos lo conocen? Que sólo lo hacen frente a personas de su partido político, o no lo entregan a todos los medios de comunicación.

Un informe sobre las acciones llevadas a cabo es bueno cuando se da a conocer al público más importante para los políticos: sus representados. Los mítines permiten tanto a representante como a representado estar en un contacto más directo, ya que la gente puede acercarse a ellos y externarle sus inquietudes. Si no están de acuerdo con lo que escuchan, pueden hacer expresiones que le den a entender al gobernante la aceptación que tiene entre la población.

La gestión pública es un punto sumamente importante en la relación que se tiene entre representantes y representados. Muchos individuos desconocen qué significa o para qué sirve. La gestión “se entiende como la acción y el efecto de administrar, de hacer diligencias para conseguir algo. En este caso, corresponde a los funcionarios en ejercicio público, no sólo de gobierno sino de universidades y otros sectores, realizar tales acciones (...) en ocasiones, su imagen se deteriora por las dudas que surgen respecto a la forma en que esta se lleva a cabo o sobre la honestidad de las personas responsables de realizarla”.³³

Los mismos Diputados pueden dar apoyos a la ciudadanía, pero, ¿cuántas personas saben esto? Muchos ciudadanos no nos acercamos a los diputados. La gestión que realizan los diputados es una forma de comunicarse entre los ciudadanos y gobernantes, que aunque no es tan conocida, creo que es la más efectiva porque el representado se siente apoyado por el diputado; mantienen una relación más cercana, de mayor apoyo.

Será importante hacer más hincapié en este tipo de apoyos; no sólo por la situación económica, sino por la relación de tú a tú, de sentirse comprendidos y que no están solos, ninguno de los dos, ni el gobernante ni el gobernado.

³³ OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp.85

Las distancias y el estilo de vida de cada persona, hacen difícil que podamos estar enterados de la vida de todos o de lo que hacen nuestros gobernantes en sus cargos. En siglos pasados, los lugares no eran tan grandes y todas las personas se conocían entre sí, lo que permitía estar al tanto de la vida de los políticos. Sin embargo, desde entonces trataban de imponer sus ideas

La comunicación que acompaña a la actividad política sirve para poder justificar o aclarar el trabajo que realizan. Los esfuerzos se orientan en transmitir un mensaje o propuesta política con la finalidad de persuadir. Se dice que la esencia de la política es la conversación o el discurso político.

Al elaborar el discurso político, se construye una forma de comunicación persuasiva que va a permitir que el representante o gobernante, transmita su propuesta política, valiéndose tanto de palabras, imágenes o gestos codificados, uniendo así la parte visual y verbal de la comunicación, elementos que se complementan y hacen posible la comprensión del mensaje.

Así mismo, es una manera de influir en los que escuchan, con finalidades como obtener poder y mejorar las relaciones sociales para que los ciudadanos puedan reconocer a la persona que les está hablando y esto les genere confianza y seguridad.

Los autores Gilles Gauthier y André Gosselin en el libro “Comunicación política y campañas electorales”, el autor dice que tiene:

“... la finalidad de persuadir una audiencia mediante la recomendación explícita o implícita de votar por una opción política y/ o de no votar por otra, para favorecer a un candidato y/ o partido en el proceso electoral. La interacción que implica la política puede ser formal o informal, pública o privada, pero es siempre persuasiva y fuerza, consciente o inconscientemente, a interpretar, evaluar y actuar”.³⁴

³⁴ GAUTHIER, Gilles, GOSSELIN André y MOUCHON Jean (comps.) / *Comunicación y política* / Gedisa editorial. Colección El Mamífero Parlante Serie Mayor / Impreso en España. / pp. 1-143.

Sin embargo, los ciudadanos eligen a sus candidatos de acuerdo a las percepciones que tienen de éstos. Aunque actualmente se maneja que la propaganda, la persuasión y la comunicación de los políticos es elemental en las elecciones, es cierto que los individuos no se dejan ir sólo por estos aspectos, sino también por las propuestas, su seguridad ante las personas o que no tengan antecedentes turbios que puedan generar una mala imagen.

El discurso que llegan a tener los representantes políticos con la población tiene que lograr comunicar realmente lo que busca el emisor, sin palabras “rebuscadas” y que permitan a su receptor, comprender la idea que tratan de manifestarle. Debe estar bien preparado, conocer a profundidad los temas que abarcará, debe convencer, agrandar, motivar, entre muchas características.

Los diputados podrían tener discursos que no fueran elaborados sólo para informes de gobierno o eventos públicos. Desde el momento en el que los ciudadanos acuden a sus oficinas o se les acercan en sesión de trabajo, deben tener conocimiento sobre las problemáticas que viven sus representados del distrito que les corresponde y aún más las soluciones o respuestas factibles que pueden ofrecer.

Sin embargo, en la actualidad el discurso político se ha convertido en una serie de monólogos que no tienen coherencia entre la información y las ideas que pretenden difundir.

Para su elaboración, se requiere de conocimiento sobre las situaciones en las que pretenden trabajar y así armar una idea mental que permita involucrar realmente a quien lo escuche, creando ciertos vínculos basados en la similitud de creencias y valores, aspectos que las personas necesitan escuchar para sentirse identificadas.

Necesita caracterizarse por ser muy elocuente. Si de momento no tienen respuesta, ofrecer atender al momento posible su demanda, pero siempre teniendo en cuenta el público al que se está dirigiendo. Requiere ser algo “regionalizado”. A esto me refiero a que no dedique sus discursos a temas de interés nacional o internacional. Debe “aterrizar” en los asuntos que a su comunidad le competen y afectan.

Sería bueno que este discurso estuviera lleno de posibles soluciones, de un tono de voz comprensible y que demuestre un real interés por su situación. En algunas ocasiones, podemos apreciar que llegan los ciudadanos ante los diputados para pedir algún apoyo, y en lugar de decirle que no se preocupe y que si no es posible de momento solucionar su petición, puede ir con su secretario y dejarle la información necesaria para ver cómo se puede arreglar la demanda.

Esto es sobre todo para apoyar la necesidad de tener una comunicación directa, de tú a tú, entre representante y representado, lo que facilitará la comprensión de ambos y en conjunto, la satisfacción de las necesidades de:

- 1.- REPRESENTANTE: Reconocimiento de la labor desempeñada.
- 2.- REPRESENTADO: Satisfacción de las necesidades que quiere expresar y a las cuáles busca dar solución.

CAPÍTULO 3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Los medios de comunicación han tenido un gran poder en la sociedad y en la forma en la que se maneja la información. De hecho, es considerado “El cuarto poder” por muchos. En teoría, se cree que las personas que se encuentran al frente de los medios, tienen una gran cantidad de conocimientos, que son expertos en los temas sociales y económicos.

En la situación política, podemos ver que los medios de comunicación han sido la manera más representativa de mantenerse en contacto la ciudadanía con sus gobernantes y que ha permitido poner en relación al representante y al representado.

Sin embargo, no ha sido la forma más efectiva de mantener la relación sociedad-Congreso (en este caso específico), ya que se puede ver constantemente que no se solucionan realmente las deficiencias que existen en la comunicación de representantes y representados, y que tampoco son equitativos con los espacios que dan entre los mismos ciudadanos.

Durante mucho tiempo, esta ha sido la manera más viable para que de alguna manera las personas se interesen un poco más por buscar información de sus gobiernos, prefiriendo los medios informativos a ir a las oficinas de gobierno o con sus mismos representantes.

Pero también es cierto, que existen muchos aspectos que en ocasiones merman la realidad completa de la información que nos presenta la televisión, la radio o los periódicos. Quiénes están frente a los medios, necesitan primero del consenso del auditorio, pero en muchas ocasiones, puede llegar a tener más peso lo que puedan decidir personas con poder político, económico o social.

Los medios de comunicación, son constantemente atacados. Se piensa que se dedican no sólo a transmitir declaraciones o entrevistas a favor de la comunidad. También se dice que incitan a las personas a estar inconformes con sus gobiernos

por ventilar situaciones de la vida privada y de corrupción de los funcionarios políticos.

Por esto, es necesario hacer un planteamiento claro sobre las relaciones e intereses a los que responden tanto los medios de comunicación, así como los políticos y la sociedad en general, quiénes en busca de ser escuchados, han utilizado la comunicación de una forma que no ha sido fiel al derecho de información, pero sobre todo, al deber de ser veraces con lo que se transmite y se da a conocer.

3.1 RELACIÓN ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EL GOBIERNO

Los medios de comunicación, tienen el deber de informar los acontecimientos que son o tendrían que ser de interés de la sociedad, y ésta misma, tiene el derecho y también la responsabilidad de exigir veracidad en los contenidos, honestidad y respeto, todo esto con la finalidad de tener información de calidad y que permita a los individuos estar enterados de lo que sucede en su mundo.

Desde la antigüedad, aparecen dos grandes formas políticas que existen han existido y en relación con las cuales los medios han establecido conexiones. Estos sistemas han sido el totalitario y el democrático. Una de las características que los distingue ha sido el control a los medios, por su forma de actuación que define de la mejor forma uno u otro.

Así podemos afirmar que los medios comunicación han jugado un papel decisivo en el desarrollo del proceso político desde sus orígenes; hasta el punto en el que durante los últimos años, como consecuencia de su rápido desarrollo, los medios de comunicación se han convertido en una institución política, llegando incluso a sustituir el debate en las plazas públicas y las pequeñas reuniones, como ocurría en el siglo XVIII, hasta llegar a ser el único escenario en el cual se debate un consenso político. Se dice que "...La actividad política depende ahora más que nunca de los

medios y sobre todo de la televisión, tanto que en el resto de las democracias occidentales modernas, se practica una “política para los medios”³⁵

En el sistema totalitario el poder es el que ejerce el control y el monopolio de los medios, utilizado como arma propagandística y de control social. En el democrático, ese control estatal queda en manos privadas, generalmente, ya que suelen darse excepciones, y las leyes, al menos en teoría, garantizan la libertad de expresión y la pluralidad de la información y comunicación.

Las situaciones con las que nos podemos enfrentar, y que llegan a impedir el flujo de información veraz, ocurren cuando algunos que dirigen el medio, tienen aspiraciones a ocupar cargos políticos o verse beneficiados de manera económica por sus relaciones con gobernantes, y así, les dan espacios en sus medios para que se den a conocer, para hablar bien de ellos, dejando atrás los cuestionamientos por su deficiente desempeño.

Los medios de comunicación pueden considerarse como referentes. El grado de aceptación y apoyo que tienen de su auditorio, los hacen parecer como dueños de la verdad. Sin embargo, el receptor debe analizar con sentido crítico los contenidos que percibe a través de éstos, con la finalidad de aplicar su propio criterio para otorgar importancia y trascendencia a lo que así considere.

Sin duda, es bueno enfatizar que el periodismo de información, puede llegar a preocuparse por la situación que se vive actualmente en referencia a la relación que conservan los medios de comunicación con los políticos. Es bueno considerar algunos puntos que menciona el autor Patrick Champagne en el libro “Comunicación y política”:

“Dos obstáculos importantes parecen estar en la base (...) uno consiste en los temores, más o menos justificados, que los periodistas sienten respecto del poder político y que explican su adhesión, proclamada en voz alta, al principio de la libertad de prensa. El segundo obstáculo, que es de orden económico, está vinculado con el

³⁵ <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/> Francisco Paniagua.

hecho de que las empresas de prensa son también y , sin duda, lo son cada vez más, empresas económicas sometidas a las leyes del mercado que reconoce más la lógica de las utilidades que la lógica de las austeras consideraciones éticas y deontológicas”.³⁶

Es entonces que se analiza el papel real que juegan los medios de comunicación en su relación con los políticos pero sobre todo con la sociedad. Algunos de los medios actuales, no han contado con una formación ética que les permita mantener su trabajo al margen de situaciones de corrupción o de malos manejos de la información.

Es importante citar a Patrick Champagne, quien asevera que “En otras palabras, los periodistas están estructuralmente condenados a trabajar – de manera variable, según las épocas y los apoyos – bajo presiones políticas y/o económicas. Si hoy lo mismo que ayer, los intentos que apuntan a imponer normas morales están casi necesariamente condenados al fracaso – pues son muy fuertes las presiones exteriores que pesan sobre el periodismo y es muy débil la voluntad de la profesión de imponerse realmente a esos códigos morales...”³⁷

¿Qué se podría pensar entonces sobre esta postura?, ¿está condenada la sociedad a obtener información no del todo veraz y que responde a intereses políticos y económicos? Sería importante que cada uno hiciera una reflexión sobre esta problemática.

Haciendo un análisis de la situación, se podría hacer síntesis en varios aspectos. Si la prensa está sometida al poder político, entonces tendríamos que definir cuál postura o cuál medio satisface en mayor medida nuestras necesidades informativas. Podríamos determinar qué medio está apoyado por determinada ideología, partido o líder social.

³⁶ GAUTHIER, Gilles, GOSSELIN André y MOUCHON Jean (comps.) / *Comunicación y política* / Gedisa editorial. Colección El Mamífero Parlante Serie Mayor / Impreso en España. / pp. 237

³⁷ GAUTHIER, Gilles, GOSSELIN André y MOUCHON Jean (comps.) / *Comunicación y política* / Gedisa editorial. Colección El Mamífero Parlante Serie Mayor / Impreso en España. /pp. 239

Siendo optimistas e imaginando que la prensa no está más controlada por el poder político, no podemos asegurar que por esto exista una libertad de expresión absoluta. El gremio periodístico tiene que responder también a los intereses económicos de las empresas y editorialistas que imprimen la información.

De igual manera, las legislaciones que se han hecho en materia de medios y que reglamentan la actividad periodística, han procurado resolver esta contradicción con el fin de atenuarla. Las leyes que rigen la actividad de prensa en los regímenes democráticos, comprenden o deberían comprender instrucciones que permitan proteger realmente la libertad de prensa, en contra del dominio del poder político.

Como apoyos, también están las ayudas económicas que otorgan los gobiernos, que podrían ser por dos factores: uno, por el reconocimiento a la actividad periodística como una institución de utilidad pública necesaria para el funcionamiento de una democracia que si no es fiel a sus principios, al menos limita de manera importante más impunidad de la que podríamos ser víctimas.

Aunque podría mal entenderse o darse este tipo de apoyos para tratar de mantener aliados dentro de este gremio sobre todo para momentos en que podrían ser expuestos actos delictivos o de corrupción... depende de cada persona juzgar dicho sentido.

3.2 INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA FORMACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA.

Los medios de comunicación masiva han sido predominantes en la relación que mantienen los ciudadanos y los gobiernos en general. Al no contar con un sistema efectivo de comunicación entre ellos, los medios son la manera de mantenerlos cercanos, pero no es adecuado. Lo correcto y necesario es que entre ellos exista la posibilidad de conocer la opinión que tiene el uno del otro.

Así la OPINIÓN PÚBLICA se convierte en una forma de que los representantes políticos conozcan lo que piensan sus representados acerca del trabajo que han

hecho, y se forma por lo que se da a conocer, por la información que tiene a la mano el ciudadano.

Y es tan importante la opinión pública que durante una campaña política se pueden tomar como principales temas de la operación electoral aquellas cuestiones que según las encuestas o los datos arrojados por las investigaciones, hagan aparecer como dominantes en la opinión pública.

Definiciones sobre el concepto existen muchas, aunque lo único que se pretenda es que quiénes lean esta tesis, tengan una comprensión real sobre el problema de comunicación política que se aborda, lejana de tecnicismos y conceptos poco útiles y comprensivos.

Al respecto, Eulalio Ferrer cita que “Resumiendo, afirmaríamos que lo que llamamos opinión pública y lo que entendemos por ella (...) es un proceso humano íntimamente relacionado con los factores de cambio político, desde las actitudes son más fuertes que las creencias y las creencias más poderosas que las razones.”³⁸

De la opinión pública se puede decir que son actitudes, tendencias y preferencias de una sociedad hacia sucesos, circunstancias y cuestiones de interés mutuo.

Por otro lado, el autor Oscar Ochoa González, en su libro *Comunicación política y opinión pública*, la define como “la suma de opiniones individuales sobre una cuestión de interés público, que ejerce cierta influencia en el comportamiento de un individuo, un grupo o un gobierno y con lo cual se establece una correlación entre el ciudadano y su sistema político”³⁹

El término de opinión pública ha representado un objeto de investigación entre sociólogos, críticos, políticos y especialistas en el tema; sin embargo, entre ellos concuerdan en algunas características o elementos que deben destacarse:

³⁸ FERRER, Eulalio / *Información y comunicación*/ Editorial Tezontle/ México 1997 / pp. 218

³⁹ OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 6

- Que involucra la aprobación general (ya sea de una comunidad o grupo social).
- Que es una manera de singularizar la pluralidad de opiniones.
- Que puede ser cambiante.
- Puede encontrarse entre la respuesta impuesta y la respuesta elaborada. Esto quiere decir que a veces puede ser una respuesta que te impongan y otras ocasiones, una que un individuo u organización considere.
- Permite a las personas estar al día ante cierta circunstancia en un mismo contexto o ambiente.
- Refleja grupos sociales predominantes o líderes de opinión.
- Es “el cuerpo” del pronunciamiento u opinión popular.
- Coloca al gobierno en el nivel de máxima influencia.
- Es la elaboración más importante de la conciencia intelectual.
- Resume la capacidad crítica de la sociedad.
- Reconoce la libertad de las ideas.

Con estas características, podemos deducir que la opinión pública permite al individuo pasar de ser un sujeto pasivo a uno activo, que permita acrecentar la variedad de los mensajes intercambiados y que aumenta a su vez, el grado y la calidad de la representación social de la comunicación, dirigiéndose más al contenido que haga un mensaje creíble cuyo contenido resulte determinante para su aceptación.

La opinión pública no sólo se forma por el trabajo o desempeño de sus gobernantes. Si bien es cierto que influye mucho el actuar de un representante político, los medios de comunicación son determinantes en esta formación. Podemos ver que al momento de elaborar una nota, los medios jerarquizan la información y en ocasiones, por falta de tiempo en radio y televisión, o falta de espacio en los periódicos y revistas, sólo se transmite ciertos detalles sobre el trabajo de un gobierno, dejando de lado muchas cuestiones que también serían importantes para el público.

Si un gobernante realiza alguna actividad en pro de la ciudadanía, son pocos los medios de comunicación que cubren dichos eventos. En cambio, cuando son descubiertos en “malos manejos” del poder público, en corrupción, o en fraudes, la primera plana de los periódicos, las revistas y los principales noticieros de radio y televisión hacen todo un despliegue informativo.

La formación de la opinión pública en este momento se encuentra influida de manera determinante por los medios. Sin embargo, tenemos que reconocer que esto es también a causa de la falta de interés que tienen los representantes por hacer del conocimiento de los ciudadanos el trabajo que realizan.

En el caso de la LXX Legislatura, todos los diputados representantes de los distritos de Morelia han presentado informes de los años de sus gobiernos, pero, ¿A quiénes llegan?, ¿Están en las manos adecuadas?

Los informes no se les otorgan a todos los ciudadanos. Se dan a representantes de la comunidad o de algunos medios, pero no se les dan a todos. Sería benéfico que se procurara hacer eventos en sus comunidades, haciendo invitación casa por casa para que las personas conocieran su trabajo, que sintieran que se les toma en cuenta.

Oscar Ochoa afirma que existen diferentes tipos de opinión pública. Sin embargo, de las que menciona, se destaca que “la opinión pública del público” deberá ser la que influya o determine de una manera más importante a los gobiernos; debe ser aquella en la que se tenga en cuenta lo que un ciudadano común comenta o comparte con sus allegados.

Los medios de comunicación podrían aliarse y formar parte de esta comunicación y opinión al darla a conocer mediante encuestas, sondeos o cartas al editor.

Como lo hemos mencionado en los capítulos anteriores, los medios de comunicación son elementales en la conformación de la opinión del público. Cuando el televidente, el radio-escucha y el lector escucha o ve determinado programa, lee un periódico en especial, trata de encontrar a un líder de opinión con el que comparta su ideología política y social.

Es así que se conforma la opinión pública, la que se va expandiendo y va formando determinados pensamientos. Desde épocas como la Ilustración o movimientos como la Revolución Francesa, el hombre o líder de opinión que cuenta con más información, funge como “conciencia social”, tratando de que las personas sigan sus ideales y se unan, transmitiéndose entre unos y otros, originando así la opinión pública.

Los medios de comunicación llegan a la masa social, pretendiendo generar una opinión pública con la que necesariamente deben contar aquéllos que pretenden cambios sociales y políticos para sustituirlos por otros que beneficien a la sociedad, o en su caso, que conformen una nueva concepción de la política y de los modelos regentes a nivel social.

En los medios de comunicación surgió el concepto de MASA SOCIAL y que ha sido concepto de interés en sociólogos, historiadores y estudiosos de ciencias sociales. Esta colectividad ha sido presa de una serie de efectos nocivos para su desarrollo, así mismo, elementales en su formación.

Según el autor Charles Wright, “(...) la comunicación de masas está dirigida hacia auditorios relativamente grandes, heterogéneos y cuyos miembros son anónimos para el transmisor. Estas tres características del auditorio permiten, en parte, distinguir la comunicación de masas de otras formas más limitadas, directas y personales (...) pero en su primera utilización (...) “auditorio de masas” implica algo más. Sugiere que dicho auditorio comparte varias o todas las características de un tipo especial de colectividad humana, la masa.”

Habitualmente acompaña a este concepto de auditorio de masa una imagen de los medios de comunicación actuando directamente sobre los miembros individuales del auditorio – llegando a dichos miembros o no, influyendo o no directamente sobre ellos. Este aspecto de la comunicación de masas es llamado “el modelo de la aguja hipodérmica”: cada miembro del auditorio es directamente impactado por el mensaje del medio, acompañado por el resto de los individuos en un auditorio de masas”.⁴⁰

Algunos de estos efectos son la alienación, la disminución de sus actividades conscientes y la fácil conducción de sus integrantes a la información e ideas que convengan a los medios de comunicación.

Es importante destacar el papel que la televisión ha tomado en la sociedad. Instaurado como un foro central de la política, impone la necesidad de adquirir frente a las cámaras una actitud casi teatral. Así en comunicación política existe un antes y un después de la televisión, porque los políticos que no aparecen en pantalla no tienen existencia real.

Ante este panorama, en las últimas décadas se ha generado un nuevo tipo de democracia, bastante alejada de las tradiciones clásicas de esa proximidad entre el gobernante y el gobernado, en definitiva una actividad política más alejada del contacto directo con el elector; y todo ello debido fundamentalmente al papel que están desempeñando los medios de comunicación, especialmente la televisión. En realidad, la información política que transmiten los partidos a través de los medios son cada vez más similares un negocio; o “democracia de opinión”, en la que el foro de discusión se ha visto relegado por el uso y el abuso de los sondeos.

A través de estos medios de comunicación, se hace posible la comunicación política, cuyos destinatarios son el gobierno y los ciudadanos. Sin embargo, la acción fundamental de estos medios se da en todos los tipos de sociedad, con diferentes grados de intensidad. Según el autor Ángel de Benito, existe:

“ a) La acción pública de los medios de comunicación de masas es poco importante en países SUPERDESARROLLADOS porque en ellos tales medios de

⁴⁰ WRIGHT Charles R. *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica* editorial PAIDÓS. México, Buenos Aires-Barcelona. 1ª edición en México 1986 reimpresión 1999. impreso en México,

comunicación de masas ya no son agentes del cambio, dado que éste ya se ha producido y, como lo denuncia su situación privilegiada, la sociedad posee igualmente, por ello, su propia dinámica para seguir cambiando.

b) En los países SUBDESARROLLADOS, sin embargo, el papel de la información es muy importante porque en ellos, los medios de comunicación se constituyen en líderes de opinión y conducen a la sociedad hacia el cambio, aunque sólo sean, o por ello, instrumentos al servicio de terceros.

c) En los países de DESARROLLO MEDIO, o en seria vía de serlo, el papel de la comunicación es muy importante porque en ellos ya se ha alcanzado una cierta cota en el proceso de cambio y, entonces, los medios sirven de difusores de lo ya logrado e impulsores de lo que aún queda por conseguir”.⁴¹

Es por esto relevante destacar la importancia que tienen los medios al formar la opinión pública. Ellos cuentan con información a la que los ciudadanos difícilmente tenemos acceso, y tratan de establecer diferentes tipos de relaciones con los gobiernos para poder conseguir sus propios fines. Sin embargo, es importante procurar mantenerse claros y ciertos de que lo que la sociedad debe tener, ante todo, es una capacidad crítica propia, que se base en la información que nos dan los medios, pero que nuestro intelecto sea juez y genere opiniones propias.

3.3 LA DELGADA LÍNEA ENTRE LO PÚBLICO Y LO PRIVADO.

Durante mucho tiempo, se ha tratado de defender o distinguir entre lo que se considera la vida pública y la vida privada. Frecuentemente, y últimamente, existe una lucha constante por cuidar la línea de lo público y de lo privado. Las figuras no sólo del espectáculo, sino también políticas, tratan de defender su derecho a la intimidad, es decir, a que los demás no tienen derecho de estar al tanto de lo que ocurre en su vida privada.

Sin embargo, es increíble pero los ciudadanos realmente se interesan por conocer todo aquello que involucre comportamientos privados y hasta los escándalos de

⁴¹ GAUTHIER, Gilles, GOSSELIN André y MOUCHON Jean (comps.) / *Comunicación y política* / Gedisa editorial. Colección El Mamífero Parlante Serie Mayor / Impreso en España. /pp. 49.

quienes son responsables de la administración pública. Pero, ¿hasta qué momento es posible mantener una situación así?, ¿hasta dónde es justo?

En el pasado, era muy difícil que saliera a la luz, los robos y las “transas” que podrían llegar a realizar los gobernantes. Actualmente, es difícil que se oculte este tipo de información, ya que los medios se mantienen al acecho de este tipo de situaciones y de todo lo que pueda representar noticia para su público.

La vida pública, en contra-parte de la vida privada, es el resultado de una serie de transformaciones en el desarrollo de las comunidades de nuestra civilización, desde su origen hasta la etapa previa de movimientos como la Revolución Industrial. Es ahora que se procura una estructuración de lo que se considera espacios públicos o espacios privados, en el que lo público se refiere a las actividades comunales, y lo privado, para funciones individuales y familiares.

Sería importante mantener como ciudadanos, claramente y precisamente la idea de respetar lo que nuestros gobernantes tienen también el derecho de mantener para sí y su familia.

Muchas veces los medios de comunicación llegan a rebasar la delgada línea entre lo público y lo privado, y cuestionan, hostigan y tratan de meterse en la vida familiar de algunos políticos. Es importante recalcar la importancia de mantener un respeto por el otro. El hecho de no estar de acuerdo con algunas de sus acciones, y aún más, de los políticos, no significa que tengamos el derecho de meternos en situaciones o aspectos familiares, y mucho menos, ofender sin contar con información adecuada, precisa y clara.

3.4 Responsabilidad en la transmisión de mensajes: función mediadora de los medios de comunicación entre el poder político y el ambiente social.

Los líderes de opinión tienen la función de servir de enlace entre los medios masivos y el resto de la gente del grupo a que pertenecen. Comúnmente, se supone que los individuos obtienen su información directamente de los periódicos, radio u otros medios.

La mayoría de la gente adquiere gran parte de su información y muchas de sus ideas a través del contacto personal con los líderes de opinión de grupos. A su vez, estos últimos exponen proporcionalmente más que los otros a los medios masivos. Esta opinión de que la información fluye de los medios masivos a los líderes de opinión y de éstos al auditorio de masas está sustentada en la hipótesis de los dos pasos del curso de la comunicación.

“La invención de la fotografía, del telégrafo, de la rotativa y de la linotipia, así como más tarde del teléfono, acompañó y suscitó el crecimiento de la prensa, la cual, a finales del siglo XIX, había establecido ya su imperio en el mundo occidental. Se suele decir que la información es la reina de nuestro siglo, ya que se ha acelerado de manera increíble a partir de los descubrimientos tecnológicos”.⁴²

En efecto, la electrónica y la informática aceleraron el progreso de los medios audiovisuales y éstos, a su vez, contribuyeron al progreso de la prensa.

La multiplicación de los medios destinados a transmitir información ha modificado, las relaciones entre los individuos y los grupos humanos. El hombre moderno está mucho mejor informado que sus antepasados, pero de hecho, la creciente cantidad de mensajes en circulación puede medirse sin problemas; en cambio, su calidad no se puede determinar.

⁴² WRIGHT Charles R. *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica* editorial PAIDÓS. México, Buenos Aires-Barcelona. 1ª edición en México 1986 reimpresión 1999. impreso en México/ } p67-70 .

La información ejerce un poder que utilizado de una manera incorrecta o tratando de dar ventaja a determinado sector, no informa al receptor, sino que le deforma, lo cual explica porqué con ella aparece ligada, cada vez más, la noción de responsabilidad. Los refranes de antaño que se refieren a la información, tales como "saber es poder" y "poder es saber", han cobrado en la actualidad una insospechada vigencia.

Esto muestra hasta qué punto el estar informado, pero seleccionando y controlando la información que nos llega, es una necesidad elemental para el hombre actual.

Los siglos XIX y XX vieron florecer diferentes tipos de periódicos, cuanto más se desarrolla un país, más se liberaliza y democratiza, y más se diversifica su prensa escrita. Pero la reciente competencia de la radio y la televisión ha provocado una crisis de la prensa escrita".⁴³

Numerosos diarios y periódicos han decaído y se asiste en nuestros días a un fenómeno de concentración, de compra de pequeñas empresas de prensa por grupos financieros muy grandes y fuertes. El número de títulos disminuye aumentan los ejemplares vendidos. Esto se debe a que el periódico ofrece una doble ventaja: primero financiera, como medio de publicidad; después política, a causa del enorme poder que puede ejercer sobre la opinión pública. Por ello, tampoco es extraño que los diarios establezcan una competencia feroz entre ellos mismos, con el objeto obtener el mayor número de compradores.

Es aquí donde está la raíz del problema, ya que en una competencia desleal por ganar lectores, se abusa de las noticias, convirtiéndolas en sensacionalistas, y que solamente desvirtúan la realidad, apoyándose deshonestamente en la libertad de prensa que existe en nuestro país.

Hay quienes justifican sus acciones argumentando que les dan a sus lectores solamente lo que ellos están deseosos de leer, cuando la realidad que esconden es la manipulación de masas a favor de sus intereses.

⁴³ Cruz Báez, Héctor, "La prensa, ¿informa o desinforma? Revista Transición. No. 24, año 1999 y disponible en: http://cetrade.org/v2/revista_transicion/1999/revista_24_La_prensa_¿informa_o_deforma?/de_héctor_cruz_báez, maestro de ciencias de la comunicación y catedrático del instituto tecnológico de estudios superiores de Monterrey.gasperin_sampieri

Para conocer bien la línea editorial de un periódico, es preciso saber quién es el propietario o propietarios; cómo es su organización interna, cuál es su orientación, sus objetivos y su difusión.

Un periódico al servicio de un partido político, de una ideología, o de unos intereses, causará una distorsión más fuerte de la información, porque la jerarquización de sus valores está en función de esa ideología, de la causa a cuyo servicio está.

Es por ello que en México existe la prensa de opinión, que es la que pregonas sus opiniones políticas, cuando quizás debiera ser prensa de información.

De igual forma los líderes de opinión son quienes, a través de sus contactos diarios, influyen sobre otros en lo que se refiere a la formación de decisiones y opiniones. Cada estrato social parece tener su propio grupo de líderes de opinión.

Se propone una campaña de concientización periodística, tomando como base la ética profesional que deben tener todas las personas a esta rama de actividad, con el objeto de evitar o disminuir la degeneración de este importante medio de comunicación que afecta, de una forma u otra, a la sociedad, quien a su vez permite en algunos casos la propagación de este tipo de situaciones.

“Paul Lazarsfeld y sus compañeros de trabajo, fueron parte del primer estudio que se realizó sobre el comportamiento electoral durante una campaña presidencial durante 1940 en Estados Unidos, cuyo principal objetivo era comprender el papel primordial que desempeñaba un líder de opinión en los comicios, así como los elementos que dirigían a la gente a votar de una determinada forma(...) Para el estudio, emplearon la TÉCNICA DE PANEL, por medio de la cual la población era entrevistada repetidamente durante un extenso periodo de tiempo(..) Esta técnica representó una innovación en las investigaciones sobre opinión pública porque, entre otras cosas, permite al investigador estudiar el desarrollo y cambio de las opiniones y actitudes en ese momento (...) A través de ésta, se detectó a las personas que cambiaban su opinión casi en el momento, y entonces estudiar intensivamente los factores que llevan al cambio (o a la estabilidad). Para el caso, el

estudio se basó en entrevistas a 600 personas del estado de Erie, en Ohio, las que eran interrogadas una vez por mes en un periodo de mayo hasta noviembre, esto es, en los meses inmediatamente anteriores a la campaña electoral y durante la misma”.⁴⁴

También pretendían determinar el impacto de la campaña electoral en sí misma, incluyendo los medios masivos, sobre el cambio en las intenciones del voto. Para su sorpresa (se había supuesto lo contrario) el índice de la influencia directa de la campaña en el cambio del voto fue mínimo. Esto no equivale a decir que la campaña no surtió ningún efecto o que en ocasiones, no haya influido en los votos. Pero el impacto básico de la campaña masiva fue reforzar la decisión inicial de algunos ciudadanos y activar la predisposición latentes de otros.

Los individuos eran altamente selectivos, tendiendo a prestar atención a aquellos mensajes que apoyaban sus predisposiciones originales. Por ejemplo, los republicanos estaban más inclinados a exponerse a los mensajes de la campaña republicana y a los medios sostenidos por su partido que a oír la “campaña” democrática, y viceversa.

El estudio mostró que la gente vota “en grupos”, en el sentido de que las personas que pertenecen a la misma iglesia, familia, club social y grupos institucionalizados similares tienden a votar en forma semejante. La tendencia de los grupos sociales hacia una homogeneidad política puede ser explicada parcialmente por el hecho que la gente que vive bajo condiciones sociales y económicas similares, pero además, tiende a compartir intereses y necesidades que les permite interpretar sus experiencias en términos políticos similares.

Una explicación más completa debe también tomar en cuenta la importancia política, dentro de esos grupos, de la influencia personal, a través de los contactos cara a cara. En este caso, siempre que los individuos fueron interrogados sobre su reciente exposición a las comunicaciones de cualquier tipo durante la campaña, la discusión política fue mencionada más que la exposición a la radio o a carteles. Fue a través

⁴⁴ WRIGHT Charles R. *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica* editorial PAIDÓS. México, Buenos Aires-Barcelona. 1ª edición en México 1986 reimpresión 1999. impreso en México,/ PP.68-70

del descubrimiento y análisis de dichos contactos personales efectivos que se desarrollaron el concepto de líder de opinión y una nueva hipótesis.

Después de los estudios, dedujeron que:

1.- Los líderes de opinión se distribuían a través de la estructura social, y que la influencia personal fluye no solamente de lo alto hacia lo bajo de la estructura social, sino también horizontalmente, dentro de las clases sociales o de los grupos de status.

2.- Los líderes de opinión se destacan por estar especialmente alertas, interesados en política y participan activamente en ella. Por ejemplo, seis de cada diez líderes de opinión tienen mucho interés en la próxima elección, en contraste con uno de cada ocho, entre los no líderes.

3.- Los líderes de opinión estaban totalmente expuestos a los medios masivos de la campaña que los no líderes. Estaban más dispuestos a leer artículos de revistas especializadas acerca de la campaña, las noticias y los editoriales de los diarios a que se referían a las elecciones, prestaban mayor atención a los comentarios radiales, informativos o convenciones políticos.

4.- Se comprobó que los líderes de opinión usaron las ideas e informaciones obtenidas de los medios masivos en los consejos e informaciones que dieron a quienes resultaron.

CAPÍTULO 4.- PROPUESTA PARA MEJORAR LA COMUNICACIÓN ENTRE LOS DIPUTADOS Y EL CIUDADANO.

4.1 Resultados arrojados por el análisis de la comunicación entre los diputados de la LXX Legislatura y los ciudadanos de Morelia.

Después de haber realizado un estudio y análisis de conceptos teóricos que nos permitieron conocer términos referentes a la comunicación entre los actores del gobierno y las personas de una sociedad, se comenzó con el trabajo de campo que permitió exponer el tema sobre el cual se trabajó y que se expone a continuación.

El tema de la comunicación que puede darse entre un ciudadano y un diputado (en este caso) ha sido poco estudiado como ya lo citábamos en capítulos anteriores. La imagen que tienen las personas respecto a la validez o importancia que tiene este tipo de cargos se hace evidente en cualquier oportunidad que se tiene para expresar.

En este caso particular, expondremos los aciertos y desaciertos de comunicación que hubo entre los diputados representantes de los distritos 10, 11, 16 y 17 de la ciudad de Morelia y sus ciudadanos.

Es importante destacar como primer punto el trabajo que se llevó a cabo para difundir las actividades de los diputados durante este tiempo. De acuerdo a informes del área de Comunicación Social de esta Legislatura, se citó a los medios de comunicación para que acudieran a las sesiones parlamentarias cada vez que se celebraban.

Así mismo, las entrevistas convenidas y los eventos que concernían al Congreso fueron motivo de boletines que se mandaban a los medios para ser publicados. Sin embargo, al cuestionarles a la ciudadanía y al diputado sobre la “relación” o

“comunicación” que había entre ellos, pudimos notar que se tuvieron grandes deficiencias en la forma en la que se entabló esta correlación.

Durante esta investigación pretendimos darle voz a nuestros 2 actores principales: el diputado y el ciudadano. Por parte de los legisladores, el diputado José Juan Marín, representante del distrito X, militantes del Partido Revolucionario Institucional (PRI) y la diputada del distrito XI Noreste, Ana Lucía Medina de la fracción del Partido Acción Nacional (PAN) fueron nuestro referente más fuerte para realizar el análisis de comunicación, esto debido a que José Juan Marín fue el legislador que a pesar de la mala imagen que tiene la ciudadanía de sus funciones, es el que más trabajo con la población tuvo durante su gestión, esto determinado a partir de las visitas de la gente y de las filas hechas para ser atendidos afuera de la oficina. En contra-parte, la diputada Ana Lucía es la primer mujer que gana por votación popular dicho distrito.

Cabe destacar que para lograr que nos concedieran los legisladores una entrevista, pasó poco menos de un mes para que pudieran recibirnos. El diputado José Juan Marín se encontraba muy comprometido debido a que se encontraba en compromisos que había adquirido tras el triunfo del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en la alcaldía de Morelia, así que comenzó a dejar de asistir al Congreso del Estado y cuando tratábamos de hablar con él, nos era difícil localizarlo. Ante esto, la entrevista que pudimos realizarle fue vía telefónica y durante ésta, pudimos conocer sus puntos de vista.

- Queríamos platicar con usted y saber qué nos puede decir sobre su trabajo como legislador... ¿Qué satisfacciones le ha dejado?
- “Mira, lo que yo te puedo decir de mi trabajo como legislador te puedo destacar el contacto con la gente. Morelia es una ciudad con muchas carencias y la necesita que las atendamos rápidamente. La población en general no puede esperar a que nosotros estemos sentados, por eso no me encuentras en mi oficina. Procuero siempre salir y atender personalmente, las ocasiones que puedo claro, a la gente. Si vas al Congreso vas a ver que quienes me ayudan siempre están trabajando, o siempre están atentos para todo y en todo... el tener la oportunidad

de estar con la gente, de conocer de cerca sus necesidades y poder hacer algo con ellos. Desde esta posición tienes muchas facultades que te permiten dar una ayuda real, tangible. Al menos eso ha sido lo que yo he podido hacer, siempre y dentro de todas mis posibilidades.

- ¿Qué opinión tiene usted de la ciudadanía?
- Opinión... ¡vaya! La población lo que quiere es que como autoridad le des resultados inmediatos y le puedas dar soluciones reales. Está cansada de su pobreza y de promesas de campaña. La ciudadanía se merece un gobierno mejor.
- ¿Y qué opinión tiene usted del trabajo que desempeña el diputado en general? Puede ser su punto de vista desde el ámbito personal o al ver el desempeño de sus compañeros
- No me gusta hablar de los demás pero creo que hemos dejado grandes vacíos. Procuramos hacer leyes que beneficiaran a la sociedad pero a veces por cuestiones de presupuestos o de intereses es difícil llegar a consensos y a ver realmente por la sociedad. Al menos en lo que fue nuestra fracción procuramos trabajar por la ciudadanía, pero luego se presta a que otros intereses nos dificulten este trabajo. La gente no quedó satisfecha con el trabajo que realizamos...y es más, ni siquiera podría decir si la mayoría conoce nuestro trabajo.
- ¿Y de su trabajo?, ¿cree que se mantuvo comunicado con la gente de su distrito?
- Creo que sí. Si podías ver mi oficina siempre tenía gente y estábamos atendiéndola constantemente. Mi asistente me apoyó mucho las ocasiones que no podía estar en la oficina y dimos muchísimas gestiones en despensas de alimentos, uniformes, becas, apoyos económicos... hemos trabajado de una forma cercana con los de ahí. El ejemplo más tangible es que finalmente fue el único distrito que ganó el PRI en estas diputaciones locales en Morelia. Todos los demás fueron ganados por el PAN, pero es que los electores reconocieron nuestro trabajo y nos dieron su voto de confianza para que nos mantuviéramos en el Congreso local con este distrito.

- ¿Cuáles serían las recomendaciones que podría hacerle a los diputados que van a entrar a la LXXI Legislatura?
- Pues que respondan a lo que los ciudadanos necesitan de verdad. Igualmente necesitan dar a conocer más la función que el legislador tiene porque existe gran desinformación al respecto. Pocas personas conocen de verdad cuáles son las obligaciones del diputado. Que trabajen mucho durante el tiempo que les compete. Ellos tendrán un año más para legislar que nosotros, así que tienen tiempo para cumplir con lo que la ciudadanía nos exige.

¿Qué podemos destacar de esta entrevista? Podemos ver que el diputado José Juan Marín refleja que su mayor trabajo fue el de la gestión pública, a pesar de reconocer que su labor no es la de hacer gestión sino la de hacer leyes. Sin embargo, una realidad es que el distrito X es el único que mantiene el PRI en Morelia, reflejo de la simpatía que ha ganado este partido en este lugar y que las personas mantienen ciertos lineamientos políticos en este lugar.

Porque podemos ver que definitivamente al menos durante estas elecciones, los partidos mantuvieron los mismos distritos bajo su dirección.

Después, tratamos de entrevistarnos con el diputado José Miguel Cázares y Alfonso Martínez, sin embargo por sus ocupaciones de final de legislación les fue “imposible” recibirnos o darnos su opinión.

Finalmente, la diputada Ana Lucía después de regresar de un viaje que tuvo al final de la legislatura, nos pudo dar una entrevista realizada durante el mes de enero, antes del 14 que se realizara el cambio de Legislatura, procurando tener una idea cercana a las sensaciones que pudiera tener al margen de culminar su gestión legislativa.

Gracias a esto pudimos recoger los aspectos más importantes que nos permitirán tener una referencia sobre la opinión que conserva ella de su trabajo como legislador y desempeño dentro del Congreso local, de sus expectativas, de lo que hizo pero sobre todo, de lo que faltó por hacer:

“Mi trabajo como legisladora, como representante popular del Congreso del Estado me dejó muchas satisfacciones, me dejó muchas tareas pendientes, me dejó muchas experiencias en todos los sentidos.

Te puedo decir que como profesionista me dejó puras cosas buenas porque yo soy licenciada en derecho y como abogado, el origen y la cuenta de todo son las leyes y yo estuve en el lugar en el que se originan las leyes. Las conocí desde su nacimiento en la mente de cualquier legislador y hasta su puesta en marcha; esta parte como abogada me deja satisfacciones grandísimas porque conocí la principal fuente de mi profesión, la conocí en carne propia.

Se podría decir que yo fui fuente del derecho y esa parte es como muy bonita porque pocas personas tienen esa oportunidad, más si eres abogado siento que lo valoras más porque todos tus años de estudio lo que aprendes es el sistema jurídico que nos rige y todo ese sistema siempre sale en primera estancia de un procedimiento legislativo y que fuera mi trabajo cotidiano fue sumamente grato para mí. Esa parte como profesionista me satisface completamente.

Como representante popular, como diputada de mayoría por un distrito, son claros que me deja porque representar a la ciudadanía ante un órgano como el Congreso del Estado es muy difícil en muchas cosas. En primer lugar porque llegas con muchas expectativas, con muchas ganas de hacer cosas en pro de los ciudadanos y hay veces que llegas al Congreso y te enfrentas con 39 personas que tienen un modo de pensar distinto al tuyo y a quienes seguramente no les interesa lo que tú estás pensando y las ideas que tú tienes y quieres materializar... todo eso es difícil.

Más difícil si como candidato hiciste ciertas promesas de campaña, que aunque no fue mi caso porque mi campaña no generó en el ciudadano la idea errónea de que iba a cambiar su situación y vida ya que no le corresponde al legislador eso, pero si me comprometí a trabajar por los niños, por las mujeres sobre todo en esos 2 rubros y llegar al Congreso y tratar de hacer este trabajo, fue muy difícil. Me enfrenté a muchas barreras pero sí logré sacar adelante iniciativas que fueron ideas mías, que

fueron fruto de preocupaciones que yo percibí durante la campaña. Temas relacionados con los niños que es uno de los sectores de la ciudad que en materia legislativa se encuentra abandonado porque el niño no vota, no es elector entonces no representa un sector que te va a deber el favor ni mucho menos electoralmente hablando. Sin embargo es un sector de la sociedad que genera mucha sensibilidad en mí y creo que logré iniciativas que los protegieron, que protegieron a la infancia y eso me satisface mucho.

Se quedaron otras por ahí pero las cosas más graves que atentan contra su personalidad y su desarrollo, traté de protegerlos y lo saqué adelante. Otro sector que fue el de las mujeres que yo en campaña siempre dije que iba a trabajar por ellas no desde el punto de vista “sexista” ni por el hecho de ser mujer, ni en una idea de feminismo porque yo soy mujer y odio a los hombres, sino por verdaderas necesidades relacionadas con la violencia en situación de abandono, las mujeres recluidas en los Centros de Readaptación y creo que esa parte logré sacarla adelante hasta cierto punto”.

Ahora, leeremos la parte medular de la entrevista ya que aquí podemos ver la comunicación que se mantuvo con la ciudadanía y a quienes representaba.

“Creo que darle a conocer lo que yo logré en mi trabajo a la ciudadanía fue algo que lo evaluó y resulta negativo, porque fue imposible prácticamente darle a conocer a mis votantes, a la gente de mi distrito los logros que yo tuve porque comunicarte por ellos en un distrito con mas de 290 mil habitantes... pues tendría que ser por medios masivos de comunicación con los costos que eso implica y fue prácticamente imposible. No tuve una campaña publicitaria propia como diputada y no pude hacerlo, resultaba demasiado caro y demasiado complejo por eso. Por otro lado al ciudadano en si no le interesaba el trabajo que yo hacía como legisladora, sino satisfacer necesidades inmediatas como trabajo, alimentación, servicios y demás porque mi distrito es carente de esas cosas y eran cuestiones que yo no podría resolverle y quedaron como insatisfechos.

Quien debía resolverlas es el Ayuntamiento y el Ejecutivo del Estado y eso genera una mala imagen hacia el diputado porque se piensa que él debe llevar a cabo estas

situaciones aunque no es así. Entonces creo que a pesar de que traté de llevar a cabo acciones que me vincularon con la ciudadanía como miles de gestiones (apoyos económicos, becas a estudiantes, despensas, medicamentos, uniformes escolares, entre otros) que llevamos a cabo y que es una función que la propia Ley Orgánica del Congreso que te permite hacer como algo secundario, ya que nuestra actividad primaria es legislar, pero si está en tus manos mejorar la calidad de vida se puede hacer, siempre y cuando no te distraigan de tu labor principal. Gestiones en materia de salud, servicios públicos; en materia de salud sobre todo porque creo que es uno de lo más necesarios.

Atendimos a mucha gente les dimos accesos a Centros de Salud a través de la gestión en la compra de medicamentos, teníamos un convenio con el Banco de Medicamentos, a niños quemados, a personas con cáncer; beca a centros de invidentes. Muchísimas cosas en ese sentido, tratamos de acercarnos a la ciudadanía con actividades en algunas colonias, no en todas porque la gente está trabajando y no todo mundo tiene interés o se integra.

Llevamos a cabo desde festejos en las colonias, actividades que integraran a las personas sobre todo a las mujeres, jornadas de limpieza en las colonias, les conseguíamos algo que la gente pide constantemente como despensas, lámina de cartón aunque es muy triste. Repartimos muchísimas libretas, lapiceros, lápices, uniformes; repartimos miles de medicamentos para desparasitar.

El día del niño, el día de Reyes regalamos miles de juguetes igual el día de la Madre que realizábamos festejos. Sí tratábamos de tener esa vinculación... también teníamos cursos de pintura en tela para que las señoras de la casa se sintieran distraídas de problemas cotidianos. Tratamos de hacer tratamos de hacer muchas cosas para vincularnos con la ciudadanía pero que sólo les llegaba a los que querían participar, y a muchos otros no. Era difícil integrarlos a todos y que se dieran cuenta de lo que estabas haciendo”.

Es importante analizar esta parte sobre todo porque se exponen los desaciertos de la comunicación que hay entre la parte del legislador y del ciudadano. El diputado

tiene un concepto del ciudadano que quizá nosotros hemos ido forjando o de igual forma, ellos han ido creando. Finalmente, ella explica su punto de vista respecto a cuál es la causa principal de la mala imagen que tiene el diputado frente a la población.

“Yo te puedo decir que el problema de la mala imagen del diputado y la mala comunicación del ciudadano y esa falta de comunicación entre las 2 partes radica en la falta de educación, del conocimiento que el ciudadano debe de tener acerca de lo que hacen los funcionarios públicos y qué le toca a cada quien.

La mala imagen que tenemos o los comentarios que se hacen de nuestro trabajo son un reflejo real del desconocimiento que hay de qué le toca hacer a cada quien, que me toca hacer a mí ciudadano y a ti autoridad. A mí ciudadano me toca como obligación votar y vemos índices de votación del 39 por ciento... una bajísima participación.

A mí me toca exigirte que no voy a votar, que no te voy a exigir ni saber que haces a ti servidor público porque no lo sé, no tengo conocimiento porque me lo enseñaron mal, porque nunca lo entendí. Por otro lado el funcionario que no sabe qué tiene que hacer tiene desconocimiento de su función. Vemos diputados que no tienen idea de qué significa hacer una ley y ves al señor con “texana”, que es sumamente popular y saluda a toda la gente y gestiona que pavimenten una calle, mientras que el ciudadano y el servidor público, específicamente el diputado no sabe que le toca a cada quien.

Nunca va a haber comunicación, van a ser dos mundos que van a chocar y al encontrarse seguirán chocando mientras estemos inmersos en ese círculo vicioso que es la falta de conocimiento y de educación.

Me parece que las ciencias sociales que recibimos desde la primaria a través de las clases de civismo, de historia, si no son fortalecidas como muchas otras áreas de manera integral en nuestro sistema de educación, vamos a seguir viviendo esta crisis y si esos niños mal educados, mal instruidos y con falta total de valores, el día

de mañana también van a llegar a ser presidentes municipales, funcionarios públicos que den mal servicio y el ciudadano seguirá pidiendo cosas que no debe pedir.

Me parece que ese es el punto toral de la problemática, la falta de educación, el conocer qué le toca a cada quien, obligaciones, atribuciones y derechos que mientras no tengamos bien limitados esos aspectos en todos los sectores, no vamos a lograr esa comunicación que debería haber en el elector”.

Importantes comentarios y rasgos a destacar podemos percibir en toda la entrevista. Ahora, para explicar el papel que juegan los medios en esta relación ella explica que:

“Los medios juegan ese papel de intermediario entre los dos actores. Pero obviamente los medios de comunicación traen las mismas carencias que traemos todos, que tiene el ciudadano y los medios públicos.

Además desde mi punto de vista se encuentran muy viciados por muchas malas prácticas que durante años se han permitido y que ahora, son costumbre y las asumen como derechos que ellos tienen, lo que viene a arruinar todavía mas esa comunicación entre el ciudadano y el servidor publico.

Un medio de comunicación mal preparado, mal intencionado, sin ganas de informar es un medio que daña todavía más esa relación, entonces los medios de comunicación son una parte importantísima pero con los vicios que yo he observado que tienen me parece que contribuyen y alimentan este desconocimiento que hay”.

Finalmente, al preguntarle cuáles serían las recomendaciones que ella haría a los diputados de la entrante legislatura (la actual LXXI), aseguró que:

“Nunca deben dejar de prepararse en su labor legislativa. Es muchísima responsabilidad porque estás representando a los michoacanos en el órgano Legislativo, donde nacen las leyes y mientras no tengas esta conciencia será mala tu actuación. Si lo asumes con dignidad y con responsabilidad nunca vas a hacer bien tu labor.

Significa prepararse, actualizarse, investigar aunque no sea abogado, prepararme en materia de leyes, tengo que saber cómo se hace o en qué consiste una ley, ser alguien capaz de manejar todo lo que un abogado sabe. Me parece también que una recomendación es actualizarse, prepararse, investigar. Otra recomendación que yo les daría a los legisladores entrantes es que participaran muchísimo, que no abandonaran el trabajo en comisiones; en el debate y discusión que se da en comisiones sobre todo, no en el de la Tribuna ya que eso genera nota pero no trabajo ni nada positivo. Que fortalezcan el trabajo en comisiones y que acaben muchos de los vicios que el diputado ha generado políticamente y sobre todo una relación muy viciada con los medios”.

Esta entrevista fue una aproximación a la visión de una diputada saliente que después de 3 años de representar a la ciudadanía queda con estos conceptos e ideas que serán base importante para que los diputados de la LXXI Legislatura tomen como referencia y así. Fue una plática que nos permitió estar al tanto de una diputada estatal que reconoce las fallas que tuvo pero justificando éstas en el poco interés que tiene la ciudadanía en la labor del legislador... ¿Será del total cierto?

Nosotros llegamos a la conclusión de que finalmente hay grandes rezagos en la comunicación que procura un diputado con los ciudadanos porque no tienen la conciencia real de la importancia que tiene este tipo de difusión.

La diputada Ana Lucía explica que es caro dar a conocer su trabajo, hecho que en la práctica quizá esté lejos de estas aseveraciones porque depende mucho de la forma en la que lo haga. Si empleamos volantes o pequeñas visitas constantes a los hogares, no resultaría un costo elevado.

Partiendo de esto igual y con los resultados emitidos por la sociedad respecto a su posición y opinión de los legisladores, podremos realizar una propuesta de mejoras en dicha comunicación, procurando siempre mejorar o establecer lazos que realmente permitan mantener una comunicación eficiente con la ciudadanía.

Después de exponer la opinión que tiene el legislador de su representado, nos dimos a la tarea de conocer la opinión que tiene el ciudadano de su diputado local. Se aplicó un sondeo de 50 encuestas por cada uno de los 4 distritos en los que se divide Morelia.

Los datos arrojados en nuestras encuestas son numerosos y de verdad, nos permiten tener un buen acercamiento a la opinión de los ciudadanos de Morelia. En la Encuesta Nacional realizada por la empresa IPSOS-BIMSA y cuyos resultados fueron publicados en el periódico “EL UNIVERSAL”⁴⁵: respecto a la Confianza ciudadana aplicaron un total de 995 entrevistas en todo el país.

Por nuestra parte, durante las dos primeras semanas del mes de diciembre aplicamos 200 tan sólo en Morelia, lo que nos dará una interpretación cercana de la opinión de los morelianos respecto a su diputado local. Decidimos que fuera durante estos días porque estaba a punto de finalizar su periodo la LXX Legislatura y además porque las personas tenían más cercanos los temas en cuestión de elecciones por las del 11 de noviembre del 2007.

Para realizar las encuestas, tuvimos que ir casa por casa para levantar las encuestas. Esto con motivo de que si queríamos obtener la opinión de las personas por distrito electoral, teníamos que ir por calles eligiendo a las personas que viven en éstas.

Si nos íbamos a un centro comercial o a un lugar más poblado, tendríamos los inconvenientes de recolectar información de todos los distritos, sin obtener la información del distrito solamente.

Durante nuestras encuestas, nos encontramos con muchas personas que no querían contestar porque (contestaban):

- “Son cuestiones electorales, no me interesa”
- “¿Y para qué sirve eso? Mejor no.
- ¿No lo van a utilizar para otras cosas?

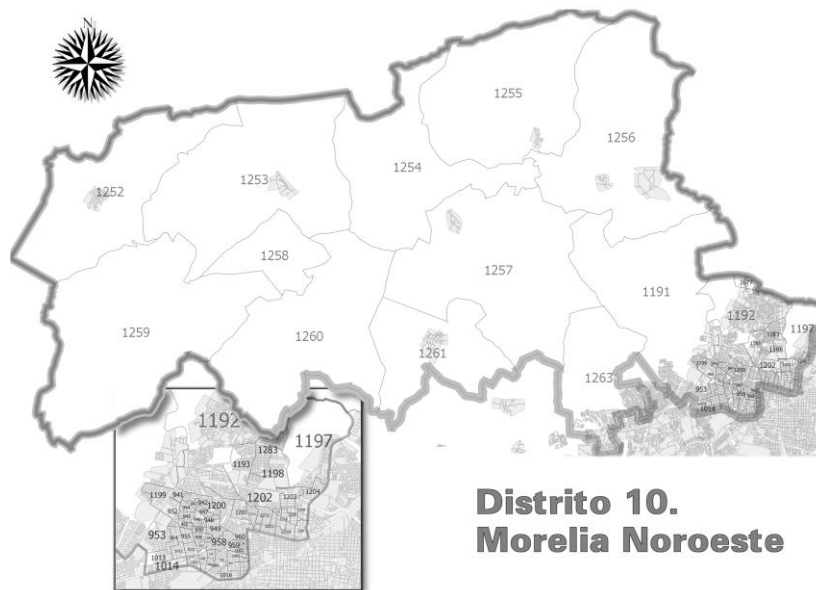
⁴⁵ www.ipsos-bimsa.com.mx/public/publics1.aspx

- No me interesa
- No, mejor no.

La respuesta de las personas en algunas ocasiones fue de desinterés, desconfianza e incredulidad. Los temas de política crean cierta inseguridad en la población y por eso consideramos que nos encontramos con esta negatividad.

Sin embargo, muchas otras personas se mostraron muy interesadas en contestar y en algunas ocasiones, las últimas preguntas en las que les dejábamos la opción de que expresaran su opinión, mostraban realmente interés por recibir apoyos. Pocas personas pedían que se les explicara bien a bien las funciones de los diputados, pero la mayoría solicitaban apoyos económicos y reflejaban el desconocimiento que hay de la labor principal que tiene un legislador, porque aunque también tiene la facultad de hacer gestión económica y social por las personas, su principal trabajo es el de crear leyes que permitan a la sociedad mantenerse con las necesidades que requiere satisfacer.

DISTRITO X DE LA CIUDAD DE MORELIA



Comenzamos por el distrito X, que se encuentra representado durante la LXX Legislatura por el diputado José Juan Marín González del Partido Revolucionario Institucional. En éste se levantaron 50 encuestas de tipo personales (cara a cara) en viviendas seleccionadas de manera aleatoria pero que se encontraban en las calles referidas a dicho distrito. Los resultados son los siguientes:

En este distrito nos respondieron 25 hombres y 25 mujeres de entre 18 y 78 años de edad, siendo mayoría los que oscilaban entre los 18 y 28. Su nivel de estudios se dividió en 6 que estudiaron hasta el nivel básico, 20 en el nivel medio, 22 del superior y sólo 2 con otros estudios. Es importante destacar que consideramos que mientras hay mayor nivel educativo, las personas están más concientes de temas de política y muestran mayor interés por conocer más sobre el trabajo de los diputados.

A su vez, al momento de preguntarles si votaron las elecciones del 11 de noviembre 2008 para elegir a sus diputados locales, 41 de los 50 sí votaron y sólo 9 no. Esto es importante ya que ellos sí participaron y eligieron a su diputado. En este apartado vemos que sí hay interés en las personas por participar y que a pesar de que ellos están concientes de la elección que hacen, después pierden el interés por

mantener este conocimiento quizá porque los diputados pocas veces regresan después de las campañas políticas.

Al momento de solicitar un voto, seguramente las visitas de los contendientes a la diputación hacen visitas constantes y se mantienen en la mente de las personas. Pero, ¿qué es lo que sucede al finalizar las campañas? Difícilmente regresan a los distritos de una forma tan permanente que la mayoría de las personas los olvida y los mantiene como representantes lejanos a ellos.

En esta demarcación, 23 de los encuestados respondieron que sí conocían el significado de la palabra distrito y de igual forma sabían al que pertenecía su hogar en la ciudad de Morelia. Esto es elemental para saber que las personas saben que tienen un representante dedicado a su colonia. Y aunque la mayoría (27) aseguraron que no sabían, no es un número muy distante a la realidad.

Al ser este distrito el representado durante la LXX Legislatura por el diputado José Juan Marín, reafirmamos las aseveraciones de que es uno de los que tiene mayor reconocimiento en Morelia por su trabajo. El 46% de la población encuestada conoce el significado de la palabra distrito, lo que nos parece un alto nivel de conocimiento.

De estos 50 encuestados, 20 sí sabían cuál era su diputado en el Congreso local y 30 desconocían el dato. Nos parece que el 40% de los encuestados que sí conocen a su representante legislativo es un nivel alto de conocimiento.

No pensamos que fuese tan alto, pero también depende mucho del trabajo que ha venido haciendo el legislador para darse a conocer o para permanecer en la mente de sus representados. Sin embargo, existe un 60% que no sabe quién los está representando, a pesar de que sí votaron por él. Esto nos hace suponer tres opciones:

- 1.- Que al momento de votar no se dieron cuenta bien por quien emitieron su voto pero sí saben que hay alguien que está en el Poder Legislativo del Estado y que los está representando.
- 2.- Que aunque en el momento sí conocían a quién le estaban dando su voto, después al no tener una comunicación constante olvidaron quién es su representante.
- 3.- Que no votaron para elegirlo.

Respecto a la opinión que tienen del trabajo desempeñado por éste, 3 personas consideraron que era excelente, 19 que era bueno, 21 que era malo y 4 que era muy malo. Las cifras arrojadas nos hacen comprender que a pesar de no ser una muy buena imagen ya nos encontramos con una tendencia a que su trabajo ha sido malo, aún 19 de los encuestados consideran que es un trabajo bueno.

Aunque encontramos una tendencia de opinión mala, un 38% que piense que el trabajo de su diputado es bueno, nos pone en una perspectiva diferente a la que teníamos al comenzar con las encuestas, ya que pensábamos que tendríamos una respuesta completamente negativa, y no fue así

Al cuestionarles sobre los motivos que los llevaron a elegir a su diputado, 5 personas dijeron que era por su historial político (por el partido político al que representan, por sus cargos públicos anteriores), 22 lo eligieron por sus propuestas, 2 personas por su buena imagen física (por su simpatía o por ser atractivo a la vista), 5 encuestados por su cercanía a la comunidad (es conocido) y 13 no recuerdan por qué lo eligieron*.

* En estas preguntas, por ser encuestas "cara a cara", podíamos preguntarles que en su historial político a qué se referían, por ello podíamos conocer que era por el partido político al que representan, o por cargos públicos anteriores. Así fue en los 4 distritos.

A partir de esto, podemos explicar algunas cuestiones. Primero, a pesar de que 30 personas de este distrito no recuerdan quién es su diputado actualmente, podemos

deducir que durante su campaña sí los escucharon y fue por sus propuestas por lo que se sintieron identificados o motivados a votar por ellos.

Reafirmamos a partir de esto que las personas se involucran mucho más en la política o en cuestiones referentes a sus representantes durante las campañas políticas, pero después por la poca comunicación que hay entre representantes y representados, hasta llegan a olvidarse de ellos.

Y esto tiene sus consecuencias, cuando se les cuestionó que si conocían el trabajo de su legislador, definitivamente 34 dijeron que no conocían nada al respecto y sólo 16 sí. Esto es porque los diputados no regresan al distrito de una forma constante, sino que llegan a perder la noción de la importancia de ir a su distrito y llegan a considerar que sólo con las gestiones económicas que dan, podrán resolver los problemas.

Señalemos y recalquemos, el diputado tiene a su cargo la responsabilidad de hacer leyes que beneficien a la sociedad, no nada más de dar dinero. Es importante que se recalque y se eduque a la población en este aspecto, para que no se preste a confusiones o malos entendidos.

Como consecuencia y con evidentes diferencias, 41 encuestados desconocen la forma de mantener comunicación con su diputado local y tan sólo 9 respondió que sí sabía. Aquí es importante insistir que urge hacer una permanente campaña para que los ciudadanos conozcan las formas (aunque pocas actualmente) existentes para mantenerse en contacto con su representante en el Congreso local diputado y aún más, concientizar a los diputados de que tienen que darse a conocer, que tienen que demostrar que sí trabajan y en caso de no hacerlo, procurar un cambio del concepto que tienen ellos mismos de lo que es el trabajo legislativo y de la responsabilidad que le confiere el ciudadano al momento de otorgarle su confianza mediante el voto electoral.

Por eso en esta investigación vamos a plantear nuevas y diferentes formas de comunicarse entre estos dos actores porque vemos que las medidas empleadas

hasta el momento no han tenido los resultados que quizá se buscan alcanzar o en su caso, no han sido suficientemente claras o bien implementadas.

Después de esto, destaquemos que sólo 4 personas de las 50 encuestadas dijeron que su diputado sí visitaba la colonia o distrito a la que representan, mientras 46 individuos dijeron que no los visita regularmente. En este distrito, el diputado José Juan Marín es reconocido por las personas pero al parecer él generalmente se encuentra o en su oficina atendiendo a quienes van a visitarlo o haciendo cosas relativas a sus cargos en el Congreso, pero por esto no ha visitado a las personas en su distrito.

Aunque den apoyos a los ciudadanos, no van a visitarlos y eso también los hace lejanos. Para muchas personas el trasladarse al Congreso del Estado puede representar un gasto o peor aún, desconocen en dónde se encuentra el edificio.

Importante destacar es que sólo 4 de los 50 encuestados dijeron que su diputado visitaba su colonia, mientras que 46 dijeron que no los visitaban regularmente.

Al momento de cuestionarlos si habían recibido algún tipo de apoyo, sólo 5 dijeron sí y 45 aseguraron que no habían recibido ninguno. De los 5 que recibieron, sólo uno nos explicó que había sido una beca para que su hijo estuviera en la primaria.

Aquí tenemos que destacar algunos aspectos con los que nos encontramos. De acuerdo a lo dicho por el diputado José Juan Marín, su oficina siempre se encuentra con personas que son atendidas por su misma asistente y de acuerdo a la misma opinión que pudimos recolectar de algunas personas que asistieron durante el mes de noviembre del 2007 al cubículo del diputado, él siempre apoya a quienes acuden ante él.

Sin embargo, en este momento sólo 5 personas nos relataron que han recibido algún tipo de apoyo. Esto, ¿cómo lo podemos traducir? Quizá la mayoría de las personas que respondieron no han recibido un apoyo. Sin embargo, se han mantenido cumplidas al momento de responder a sus obligaciones ciudadanas de votar, y también llegan a conocer algunos términos.

Es también importante destacar que al contrario de los otros distritos, este sí presenta “apoyos” recibidos.

Cambiando de tema, el papel que han jugado los medios de comunicación local en la relación de los diputados y sus representantes ha sido el más importante desde nuestro punto de vista sobre todo para la comunicación y el conocimiento del trabajo realizado y de la opinión que tienen los unos de los otros. En la pregunta de si está enterado por los medios de comunicación social sobre el trabajo de sus diputados, 31 sí conocían lo que hacían los diputados por estos medios y 19 no.

Para conocer cuál es el medio que llega más a la ciudadanía, preguntamos respecto a los más importantes y actuales, a lo que obtuvimos la siguiente información:

- RADIO: 17
- TELEVISIÓN: 19
- PERIÓDICO: 13
- INTERNET: 1

En nuestra investigación documental, pudimos determinar que los medios forman parte de la opinión que llega a tener el ciudadano para comunicarse. De igual forma, los medios que emplean los diputados para darse a conocer de una forma más permanente y masiva son los medios de comunicación.

En el caso de Michoacán y de acuerdo a la información otorgada por la Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado durante la LXX Legislatura, la licenciada en Ciencias de la Comunicación Laura Yadira Marin Rosas, las sesiones y los eventos que llegan a tener los diputados son cubiertos siempre por personas de los medios impresos, televisivos y radio-fónicos de mayor cobertura en el Estado.

Sin embargo, es importante destacar que de acuerdo a los resultados obtenidos por las encuestas, el medio que más se emplea al menos en el distrito X es la televisión local y casi detrás la radio.

Estos medios no generan mayor costo para los hogares y son los que se utilizan mucho más. Continúa el periódico, pero en este medio tenemos que destacar que por educación y cuestiones económicas, pocos hogares tienen acceso a éste, ya que sí genera un gasto adicional.

De aquí partiremos para elaborar nuestras estrategias de comunicación y procurar que se empleen los medios necesarios para obtener resultados efectivos y en su caso, cambiar y no concentrarnos únicamente en medios masivos de comunicación, ya que tenemos otros que pueden ofrecer efectos igualmente positivos y tangibles.

Casi al finalizar las encuestas en este distrito, planteamos una pregunta que tiene mucho peso para conocer el interés que puede existir por estar al tanto de la labor del legislador. Ante el reactivo de si realmente se encuentran interesados por conocer el trabajo de su representante en el Congreso local, la respuesta fue definitiva. 33 dijeron que sí estaban interesados mientras que 17 dijeron que no.

Los motivos para estar interesados fueron diversos:

- “Apoyan a la comunidad”
- “Porque necesito apoyos económicos”
- “Para que cumplan con mi voto”
- “Porque es su trabajo”
- “Porque tengo derecho a tener un diputado”
- “Porque debe cuidar nuestros intereses”
- “Porque seremos mejores ciudadanos”
- “Porque es importante su trabajo”

Por los que no se sienten interesados son:

- “Porque no hay cambio”
- “Porque no me interesa”
- “No les creo nada”.

Estas encuestas realmente nos reflejaron datos muy interesantes ya que la gente, a pesar de lo que puedan llegar a pensar los diputados, sí quiere conocer sobre el trabajo del legislador, muy al contrario de lo que puede llegar a pensar el representante en el Congreso y como lo reflejó la diputada Ana Lucía, que aseveraba que no existe interés en la gente.

Aunque en este distrito 17 personas reflejaron no estar interesadas y ser incrédulas ante los diputados y su desempeño, vemos otras 33 personas que están concientes de la importancia que tuvo su voto, del deber que tienen como ciudadanos para exigir sus derechos y de la necesidad de que los representantes hagan de su conocimiento el trabajo que desempeñan.

Finalmente al darles un espacio para que realizaran algún comentario a los diputados, resumimos sus inquietudes y tratamos de englobarlas en los siguientes enunciados:

- Que se acerquen a la ciudadanía
- Que pongan luz y agua en todas las colonias y no sólo en sus casas
- Que se preocupen por la seguridad social
- Que apoyen a los estudiantes
- Que piensen en las mujeres abandonadas
- Que se pongan a trabajar
- Que cumplan con su palabra
- Que refuercen la vigilancia en la ciudad
- Que regresen a las colonias donde pidieron su voto.
- Transparencia política e informes de gastos
- Comunicación continua.
- Más empleo.

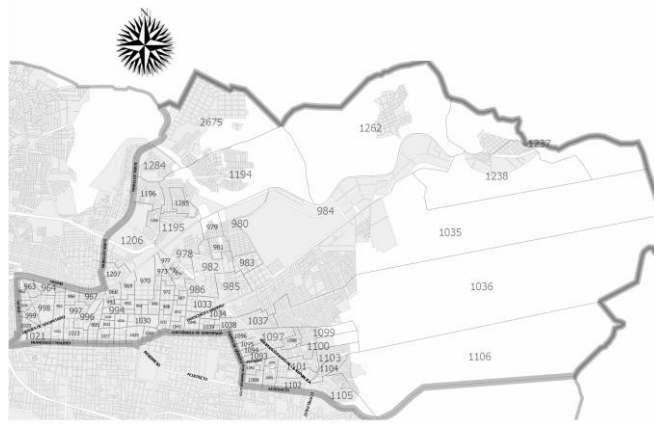
Las solicitudes son muy similares a lo que escuchamos constantemente: Mejores empleos, mayores apoyos...Sin embargo, respuestas como “Comunicación continua”, “transparencia política e informes de gastos”, “que regresen a las colonias” nos permiten determinar la urgente necesidad de estrechar los lazos de

comunicación entre el Congreso local, entre los diputados de Morelia y sus ciudadanos.

Además, nosotros centramos nuestro trabajo con la población moreliana. Sin embargo, ¿en dónde queda la población de todo el Estado? Nosotros tuvimos la oportunidad de conocer la opinión de la capital del Estado, que quizá se encuentre en mejores situaciones de trabajo, servicios públicos pero sobre todo, de información de los medios de comunicación con mayor audiencia en todo Michoacán.

Pero qué sucede con los que no tienen esta oportunidad, con aquellas comunidades como La Piedad, Zitácuaro, Huetamo y muchos otros que tienen tan sólo un diputado por toda la comunidad y que radica en Morelia. Difícilmente regresa constantemente a su lugar de origen y se complica más mantener comunicación con el.

DISTRITO XI DE LA CIUDAD DE MORELIA



Distrito 11. Morelia Noreste

Ahora, analicemos la información arrojada del distrito XI Morelia Noreste, representado por la diputada Ana Lucía Medina Galindo del Partido Acción Nacional:

En este distrito tuvimos una respuesta alta de las personas que tenían entre 18 y 18 años de edad. Aquí fueron 29 mujeres las que respondieron frente a 21 hombres. 25 tienen estudios hasta nivel superior, 20 cursaron hasta el nivel medio, frente a 4 que tienen nivel básico y sólo una persona tiene otro tipo de estudios.

Es importante destacar que tener la referencia y el conocimiento de los niveles educativos de las personas, ya que podemos darnos cuenta de que si tienen mayor nivel de estudios, seguramente se encontrarán más interesadas e informadas respecto de las actividades políticas de sus representantes.

Continuando con nuestros cuestionamientos, tuvimos un alto índice de votantes en las elecciones de diputados locales pasadas, ya que fueron 46 quienes sí emitieron su voto frente a 4 que no lo hicieron. Retomando los resultados del distrito anterior, podemos ver que la tendencia de los morelianos es el de votar y encontrarse

inmiscuidos en asuntos de política, pero sobre todo cuando son campañas electorales. Tenemos que cambiar este sentido.

En el conocimiento de su distrito presentaron una gran diferencia respecto al anterior porque aquí sólo 14 conocían lo que era y a cuál pertenecían, frente a 36 que no tenían conocimiento al respecto.

Otro cambio fue que aquí más personas desconocían quién era su diputado. Tan sólo 18 conocían el dato mientras 32 no. En este distrito los ciudadanos demuestran que tienen un mayor desconocimiento del trabajo realizado por la que fue su representante en el Congreso local, la diputada Ana Lucía Medina.

Sin embargo, a toda acción corresponde una reacción. Durante la entrevista que nos otorgó la legisladora, explicó que durante su gestión no invirtió muchos recursos (tanto económicos como humanos) para promover su trabajo legislativo y se concentró en dar apoyos o gestiones. Está bien que haya hecho esto, pero no es lo único que necesita la población para sentirlos cercanos.

Tenemos otras diferencias que son importantes. Al responder sobre la opinión que tienen de su trabajo desempeñado, 3 dijeron que excelente, mientras que sólo 13 dijeron que bueno, frente a las 31 personas que dijeron que era malo y 3 muy malo.

El hecho de no dar a conocer el trabajo que se realiza como legislador, merma definitivamente en el concepto y la imagen que tienen los ciudadanos de su diputado. Podríamos pensar que el trabajo de Ana Lucía fue bueno, que quizá no se le reportaron casos de malos recursos o tráfico de influencia que en muchas ocasiones se llega a dar con algunos legisladores, pero, ¿cómo pedir que las personas se inmerzcan en tu labor si no te das a conocer?

Es de esperar que las personas consideren que tu trabajo ha sido malo porque ellos no conocen de esto. Consideramos que la opinión o la concepción de que su trabajo ha sido malo es por el desconocimiento que hay de la labor que ha desempeñado el legislador, no porque tengan un parámetro para juzgarlo o compararlo.

Seguramente también los pocos avances que beneficien realmente a los morelianos y en especial a quienes viven en el distrito XI son los que generan este tipo de concepciones.

Ante la pregunta de por qué lo eligió como su diputado 23 dijeron que por sus propuestas, 20 no recordaban por qué la eligieron, 5 por su historial político, 2 por su cercanía a la comunidad y ninguna por su imagen física.

A diferencia del distrito X, a pesar de que se 23 se basaron en sus propuestas para elegirla como representante en el Congreso local, 20 personas no recuerdan por qué la eligieron. Seguramente la poca promoción de su trabajo mermó su imagen e hizo que la población que la eligió simplemente, la olvidara.

Por experiencias personales, recordamos que durante la campaña emplearon panfletos de plástico en los que aparecía su rostro y al ser agradable a la vista, escuchábamos a conocidos que votarían por ella para ver un “rostro bonito” en la política. Al obtener las respuestas de las encuestas, vemos que la gente finalmente terminó por olvidar que su representante era “aquella joven bonita”.

Al momento de cuestionarles si conocían el trabajo desempeñado, 38 no lo conocían y sólo 12 sí. Este distrito presenta mayores deficiencias en el conocimiento de su diputado. 41 de los ciudadanos no saben de qué forma mantener contacto con él, frente a sólo 9 que sí saben.

Esto es finalmente consecuencia de lo que hemos viniendo comentando. No existe la comunicación entre diputados y representados. 44 aseguran que no visita su colonia con regularidad y tan sólo 6 aseguran que sí. Aquí, 6 personas recibieron apoyo por parte de su diputada (en este caso). Los apoyos reflejados fueron medicamentos y uniformes. Este distrito tiene un número más que el X en cuanto a apoyos recibidos.

Recordemos los comentarios de la diputada respecto a la relación que se tenía con los medios. Las diferencias aunque no son muy grandes, sí marcan que 27 de los encuestados están enterados por los medios de comunicación local sobre las actividades de su representante, frente a los 23 que no lo saben. Los medios más empleados por los miembros de este distrito son:

- TELEVISIÓN: 18
- RADIO: 16
- PERIÓDICOS: 7
- INTERNET: 9

Cabe señalar que en estos reactivos se seleccionaron en algunas ocasiones más de un medio consultado.

Aquí también existe interés por saber sobre el trabajo de su diputada, y así lo reflejan las 32 personas que sí se encuentran interesadas, en diferencia de las 18 a las que no les interesa.

Los diversos motivos por los que se encuentran interesados son:

- “Conocer su trabajo”
- “Por conciencia política”
- “Para que me apoyen”
- “Porque ocupamos buenos gobiernos”
- “Requerimos conocer su trabajo”
- “Porque nunca sabemos de ellos”

En tanto, las solicitudes aquí fueron diversas:

- Mayor información(que me parece muy destacable que la gente se preocupe por recibir información)
- Información por medios masivos
- Que estén al pendiente de lo que la gente necesita en sus colonias
- Mayor seguridad
- Mayor empleo
- Que no roben tanto

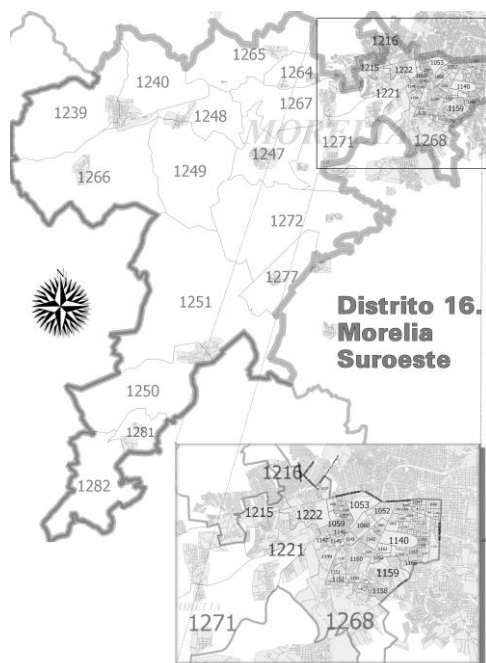
- De cualquier forma no hacen nada

*** MUY DESTACABLE**

- Que siga igual de honesto
- Que no sea como los del PRD.

Es entonces un reflejo claro de que al no mantener un contacto permanente con la sociedad, difícilmente los diputados tendrán una imagen cercana a la sociedad y por más apoyos que otorguen, la gente necesita conocer que lo están haciendo. Nos pareció importante destacar que aquí pidieron en varias ocasiones mayor información y de los que consideraron que su trabajo era excelente, expresaron su deseo de continuar con dicho trabajo.

DISTRITO 16.-



Ahora, explicaremos los resultados obtenidos en el distrito XVI, perteneciente al diputado José Miguel Cázares Higuera también del PAN:

Primero, la mayoría de los encuestados oscila entre los 18 y 28 años. 23 fueron mujeres y 27 hombres. El rango de estudios se elevó notablemente y fueron 33 personas quienes cuentan con estudios de nivel superior, 15 con nivel medio, uno de nivel básico y uno con otro nivel educativo.

Aquí vemos que 43 personas votaron, frente a 7 que no lo hicieron. Continúa presentándose un buen número de personas que votaron. Otro punto es el desconocimiento de su distrito o de qué significa, ya que 33 no sabían y 17 sí.

Aunque los cambios que se presentan en cada distrito, tenemos tendencias claras de que la comunicación es muy deficiente en los 4 distritos.

En cuanto a la opinión de su trabajo, 29 lo consideraron malo, 17 bueno, 3 excelente y 1 persona muy malo. En este distrito vimos un incremento de consideraciones de que el trabajo era malo y la diferencia que hay con el bueno, es mucho más amplia que los dos anteriores.

Al momento de elegirlo, 19 no recordaban por qué lo habían hecho, 18 por sus propuestas, 8 por su historial político, 2 por su buena imagen física al igual que por su cercanía a la comunidad. Igualmente, 37 individuos desconocían el trabajo desempeñado y sólo 13 lo conocen; lo que da como consecuencia que sólo 38 no sepan cómo mantener contacto con él y 12 sí lo saben.

Este diputado tuvo muy pocas visitas en sus colonias, y eso se nota cuando 42 personas dicen que no los visitaba regularmente y sólo 8 personas aseguran que lo hacía. Y ahora, cabe destacar que 7 personas reportaron apoyos económicos como material para construcción, pero 43 dijeron no haber recibido nada por parte de su diputado.

A pesar de todo, este distrito aumentó una persona más que reportó haber recibido apoyo y ya mencionó apoyo de material para construcción, a diferencia de los medicamentos, becas escolares y útiles escolares recibidos por los dos diputados mencionados anteriormente.

De ellos, 30 personas aseguraron que no estaban enterados de lo que hacía su diputado, y 20 dijeron que habían escuchado sobre él en los medios locales. De estos, los más empleados por los ciudadanos fueron:

- TELEVISIÓN: 22
- RADIO: 11
- INTERNET: 8
- PERIÓDICOS: 6

Aquí también pudimos notar un gran interés por conocer sobre el trabajo de los diputados, ya que 32 personas mostraron ganas por la rendición de cuentas de la labor legislativa. Los argumentos fueron:

- “Es una buena persona”
- “Porque son nuestra voz en el Congreso”
- “Porque estamos mal económicamente”
- “No me gustan las mentiras”
- “No me interesa la política”
- “La política es basura”
- “Quiero conocer cuánto gana”
- “Quiero que se preocupen por sus ciudadanos”
- “Porque necesitamos estar informados”
- “Porque es mi obligación”
- “Porque falta conocer sobre el tema”
- “Porque faltan apoyar y atacar las necesidades”
- “Siempre más de lo mismo”

Nos gustaría destacar que aquí las personas reconocen la necesidad de estar informados, de apoyos para los ciudadanos y sobre todo, reconocen que “es nuestra obligación” estar al tanto de la labor del legislador.

Reconozcamos como ciudadanos que es un trabajo en conjunto y que la política no son cuestiones que benefician a unos cuantos. Tenemos que quitarnos esta concepción porque a nosotros nos corresponde también estar inmiscuidos en estos temas porque finalmente, somos los beneficiados o perjudicados.

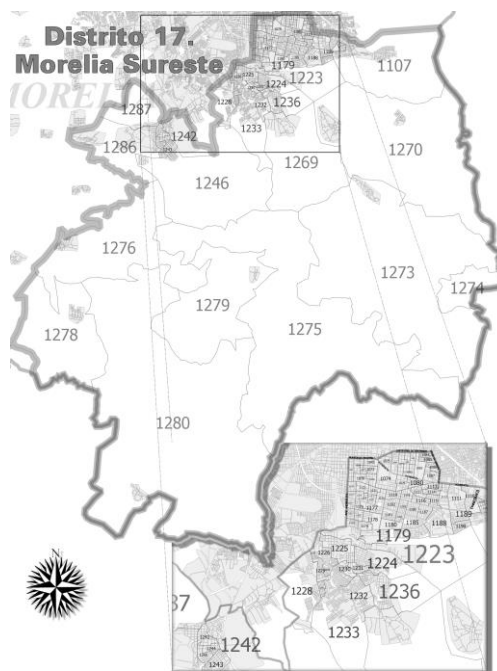
Finalmente, sus inquietudes expresadas se reducen a:

- “Quiero creer que aún hay políticos honestos”
- “Hay que darles la oportunidad de convencernos”
- “Para pedirle que apoyen a los del PRD”
- “Necesito trabajo de mi profesión”
- “Pues que me apoyen”
- “Que no roben”

- “Todo se les olvida cuando están en el poder”
- “Conocer si cumplen con lo que les toca”
- “Es una vergüenza ser político”
- “No tiene caso”
- “No quiero, no me interesa”

Esta información tiene determinada tendencia a aspectos que serán muy importantes de no perder de vista y que nos podrán a interpretar de mejor forma los resultados que permitan crear un proyecto estratégico completo.

Finalmente, explicaremos el distrito XVII, representado por el diputado Alfonso Martínez Cázares durante la LXX Legislatura.



La mayoría de los individuos encuestados de este distrito pertenecen al rango de edad que va de los 28 a 38, mientras que el número que le sigue fue de los 18 años a los 28. 23 mujeres y 27 hombres respectivamente. Aquí el nivel de estudios básico tuvo 12 representantes, mientras que 25 el superior y 12 el medio, en tanto 1 tenía otro grado.

42 personas sí votaron y 8 no votaron en las elecciones de noviembre 2007. Cabe mencionar que el objetivo que procuramos alcanzar al preguntar si se había votado era el reconocer que las personas exigen resultados porque sí han participado y porque eligieron al que hoy por hoy los está representando.

20 personas de este distrito aseguran que sí conocen lo que es un distrito y 30 lo desconocen. Los números suben y bajan en todos los distritos pero marcan cierta tendencia: son los más los que no conocen el término.

Como consecuencia, tenemos que por esto, 29 no conocen a su diputado y 21 sí lo conocen. A partir de esto, las concepciones respecto al trabajo de su diputado se reflejan con 32 personas que consideran que su trabajo ha sido malo, 4 muy malo y sólo 14 bueno. En los distritos anteriores, al menos una persona o más reconocen que es excelente, pero en este ni siquiera existe este reactivo.

26 votantes no recuerdan por qué lo eligieron, mientras que 19 aseguran que fue por sus propuestas, 3 por su historial político, 1 por su cercanía con la comunidad y 1 por su imagen física.

40 desconocen sobre su trabajo legislativo y 10 lo conocen. Por esto podemos comprender que el mismo número no sabe cómo tener contacto con él.

En este distrito, el 80% de las personas desconocen del trabajo realizado por su diputado, un porcentaje muy alto y por esto se forman esas lagunas en la comunicación que mantienen los diputados con sus representados.

En el reactivo de si reciben visitas regulares en la colonia, 43 dijeron que no y sólo 7 contestaron que sí lo ubicaban por la zona.

36 establecieron que desconocen de su trabajo por los medios de comunicación local y sólo 14 dijeron que habían escuchado algo. En este distrito vemos un escaso conocimiento del trabajo del diputado a través de los medios de comunicación.

En comparación de los otros distritos, sólo una persona tiene acceso a periódico o al Internet para conocer a su diputado. Estos datos nos permiten determinar que al menos en el distrito XVII, los medios como la televisión, la radio o el periódico serán de nula utilidad para comunicarse con la población porque sencillamente, no los consultan.

Los medios con los que se tuvo contacto principal fueron

- RADIO: 10
- TELEVISIÓN: 5
- PERIÓDICO: 1
- INTERNET: 1

Aquí hubo un cambio radical en la información que habíamos estado manejando ya que antes las personas sí mostraban interés por conocer sobre la labor legislativa.

En este distrito, 37 personas expresaron que realmente no tenían ningún interés por conocer sobre su trabajo, frente a sólo 13 personas que sí estaban preocupadas.

Los comentarios fueron los siguientes:

- “Quiero saber cuál es su función”
- “Me cae bien”
- “Todos son iguales”
- “Ni trabajan”
- “Ni se acuerdan de uno”
- “No me interesa”
- “No se corrigen”

Al hacer solicitudes, podemos destacar sus inquietudes:

- “Que sean responsables y tomen las cosas con seriedad”
- “No quiero expresar nada porque las mandan al archivo muerto”
- “Que dejen de hacer espectáculos y se pongan a trabajar”
- “Porque ganan mucho y el pueblo no”

- “Que trabaje por este lugar porque no lo hace”
- “Que todos prometen y no cumplen”
- “Me da lo mismo”
- “Todos son iguales”

Al concluir esta investigación de campo, podemos establecer los siguientes criterios:

La mayoría de la población sí está interesada por conocer el trabajo que realiza el legislador local.

Sienten la necesidad de sentirse parte de sus autoridades políticas, de conocer en este rango, el trabajo legislativo de los diputados, solicitan que se les informe de cualquier forma sobre presupuestos, acciones legislativas pero sobre todo, necesitan establecer un contacto con ellos, algo que los identifique como comunidad.

Aseguran que después de que van a pedir el voto no regresan. Manifiestan indirectamente que sólo los conocen durante las campañas políticas pero después, al momento de que el diputado no regresa a las colonias, hasta olvidan quién los representa en el Congreso local.

Las necesidades que existen en Morelia son muchas y los apoyos son diversos: económicos, sociales, materiales. Muchos desconocen cuáles son las funciones y el trabajo que el legislador tiene, finalmente no les interesa porque ellos requieren otro tipo de atención, de comunicación: una comunicación que los haga sentirse escuchados y comprendidos.

De cualquier manera, pudimos ver que las personas, contrario a lo que podrían pensar algunos legisladores, sí se encuentran interesadas en conocer el trabajo de su diputado. Sí necesitan que se realicen campañas de conocimiento y difusión del trabajo que se realiza en el Congreso local y no es por falta de “educación” por la que existan estas brechas comunicativas.

Aunque sí influye la falta de conciencia política que tenemos los mexicanos, también los legisladores no se han dedicado a presupuestar realmente mayores acciones

que los mantengan comunicados con quiénes les confiaron esta actividad mediante el voto electoral

Es ahora que establecemos el siguiente cuestionamiento... ¿qué podría resolver esta situación?, ¿qué actividades o acciones llevarán a que se mejore esta comunicación que presenta más deficiencias que aciertos?

Es momento entonces de establecer la propuesta “Cara a cara: acciones por ti” que es una propuesta que permitirá escuchar algunos puntos de vista y establecer ciertos lineamientos de acción para mejorar la comunicación y relación entre los diputados de la LXXI Legislatura y los ciudadanos de Morelia.

CAPÍTULO 5. Proyecto “Cara a cara: acciones por ti” para mejorar la comunicación entre los diputados de la LXXI Legislatura y los ciudadanos de Morelia.

Las acciones o estrategias que realiza un gobierno para dar a conocer su trabajo son diversas. Hemos sido testigos de campañas publicitarias, spots radiofónicos y televisivos que en algunas ocasiones tienen impacto inmediato porque llaman la atención, porque son ingeniosos o porque tienen a personas del espectáculo.

Sin embargo la mayor parte de este trabajo se realiza durante las campañas políticas, cuando los contendientes a puestos de gobierno hacen un derroche de dinero para darse a conocer con los ciudadanos, expresar sus propuestas y en la mayoría de los casos, ganarse la simpatía de los votantes.

Pero, ¿qué es lo que pasa cuando ganan una elección? Difícilmente vuelven con aquel interés al lugar que les dio su voto de confianza. En el caso particular de los diputados, después de los datos obtenidos en las encuestas anteriores podemos ver que con menor incidencia regresan a sus distritos.

Las personas no conocen a sus diputados, los ciudadanos desconocen su desempeño, su trabajo legislativo. Y aunque la mayoría si quisiera estar enterada de lo que hacen, los medios empleados para comunicarse no han sido los adecuados, ya que la televisión, la radio o el periódico no están realmente al alcance de todos.

Hacemos referencia a estos medios porque actualmente, la publicidad o la mercadotecnia política han sido actividades de reciente implantación y que representa y genera gastos muy fuertes. Diversos estudios en materia de comunicación política y mercadotecnia han tratado de que el político se venda como un artículo, un producto o un servicio.

Construyen imagen donde no hay nada que ver, arman discurso donde no hay nada que decir, jugando en el límite de lo auténtico y de lo que no lo es. Suelen afirmar que el marketing no es manipulación, y que por el contrario, es una gran contribución a la transparencia política.

Entre los consultores se expresa como "comunicación permanente" pero que contradice la opinión que tienen los estados y las sociedades, que pretenden ahora reducir las campañas electorales, tanto por la gran cantidad de tiempo que se emplea para su realización y aún peor, las enormes cantidades que se destinan a éstas. Sin embargo, son los mismos consultores quienes marcan estas tendencias y consideran a éstas las estrategias más efectivas de comunicación.

Mediante la repartición de artículos promocionales como playeras, cilindros, gorras, lapiceros y un sinfín de cosas innecesarias que finalmente no resuelven los problemas que la gente necesita atender y aunque finalmente las personas podrían acordarse al volver a ver el artículo de quién fue el candidato, seguramente no recuerdan cosas elementales o sustanciales de sus propuestas.

Es por esto que vemos la falta que hace incrementar la comunicación entre el diputado y el elector. Pero es que se ha dejado a un lado la forma de comunicar que genera vínculos mucho más fuertes y precisos: la comunicación interpersonal.

Este tipo de comunicación acerca realmente a las personas. La comunicación interpersonal permite conocer las expresiones del otro, sentir más cercanía. Si se utilizan técnicas que permitan acercarnos ciudadanos y diputados seguramente obtendremos resultados mucho más efectivos.

Ahora, es importante destacar por qué motivos es difícil que los medios que se han empleado hasta ahora como la televisión, la radio o el periódico sean altamente efectivos para que la población conozca bien a bien el trabajo del legislador.

Algunos datos arrojan los siguientes resultados:

De acuerdo con una nota publicada por el periódico "La Jornada" con fecha del sábado 31 de marzo 2007, las últimas cifras oficiales precisan que de una población total de alrededor de 105 millones de habitantes en México, 50 por ciento vive en

pobreza y 15 por ciento se ubica en el umbral de extrema pobreza, es decir que viven con un dólar o menos al día⁴⁶

Con esto podemos referirnos a que pocas personas son aquellas que tienen acceso a publicidad por medio de televisión, radio y mucho menos por Internet. Sus ingresos los destinan a su alimentación y necesidades primarias, lo que los excluye del tipo de comunicación que han explotado los gobiernos y en este caso, los diputados.

Para ampliar el contexto y comprender mejor las necesidades de la ciudadanía, es adecuado hacer referencia a la “Pirámide de Necesidades de Maslo”, en la que la idea básica es que las necesidades más altas ocupan nuestra atención sólo cuando se han satisfecho las necesidades inferiores de la pirámide. Según la pirámide de Maslow dispondríamos de:

+ **NECESIDADES FISIOLÓGICAS:** básicas para mantener la capacidad de un organismo para regular su medio ambiente; dentro de estas, las más evidentes son necesidad de respirar, beber agua, alimentarse, dormir, descansar o eliminar los desechos.

+ **NECESIDADES DE SEGURIDAD:** Surgen cuando las necesidades fisiológicas se mantienen compensadas. Son las necesidades de sentirse seguro y protegido; incluso desarrollar ciertos límites de orden. Dentro de ellas se encuentran la seguridad física, de salud, empleo, de ingresos y recursos.

+ **NECESIDADES DE AMOR Y PERTENENCIA:** Están relacionadas con el desarrollo afectivo del individuo, son las necesidades de asociación, participación y aceptación. Se satisfacen mediante las funciones de servicios y prestaciones que incluyen actividades deportivas, culturales y recreativas. El ser humano siente la necesidad de relacionarse, ser parte de una comunidad, de agruparse en familias, con amistades o en organizaciones sociales. Entre estas se encuentran: la amistad, el compañerismo, el afecto y el amor.

⁴⁶ <http://www.jornada.unam.mx/2007/03/31/index.php?section=economia&article=022n1eco>

+ Necesidades de estima: Maslow describió dos tipos de necesidades de estima, una alta y otra baja.

- La estima alta pertenece a la necesidad del respeto a uno mismo, e incluye sentimientos como confianza, competencia, maestría, logros, independencia y libertad.
- La estima baja concierne al respeto de las demás personas: la necesidad de atención, aprecio, reconocimiento, reputación, estatus, dignidad, fama, gloria, e incluso dominio.

+ Auto-realización o auto-actualización: Este último nivel es algo diferente y Maslow utilizó varios términos para denominarlo: “motivación de crecimiento”, “necesidad de ser” y “auto-realización”. Son las necesidades más elevadas, se hallan en la cima de la jerarquía, y a través de su satisfacción, se encuentra un sentido a la vida mediante el desarrollo potencial de una actividad. Se llega a ésta cuando todos los niveles anteriores han sido alcanzados y completados, al menos, hasta cierto punto

5.1 Propuesta “Cara a cara: acciones por ti”

En base a esto, planteamos el proyecto “Cara a cara: acciones por ti” es un plan con el que se busca acercar a la ciudadanía y a los diputados de una forma que hasta ahora no ha sido atendida. Nuestro proyecto tiene el objetivo de innovar los medios y la forma en la que hasta ahora hemos mantenido comunicación estos dos actores políticos pero que hoy por hoy, nos muestra que no han sido efectivos y que necesitan un cambio urgente.

Este plan pretende que por medio de estrategias sencillas y que no representarán gastos fuertes, se fomente un conocimiento más completo de cuáles son las obligaciones de un legislador; si no se genere una relación de amistad o algo más cercano, sí que la gente se interese por presentar iniciativas de ley, por conocer quién es su diputado, por exigirle que responda al cargo que le han conferido y que fomenten el mismo conocimiento por parte de los diputados.

Los legisladores deberán estar al tanto de las necesidades reales de los ciudadanos, conocerlos, ver en qué concepto los tienen y mejorar esta relación. Y podrían decirnos, ¿cuáles son los beneficios de que se mantenga una comunicación efectiva entre diputados y sus representados?

Como en cualquier gobierno, es elemental que exista esta cercanía entre diputados y ciudadanos porque son finalmente nuestros representantes quienes eligen o votan las leyes que van a regir nuestra forma de convivir en el futuro.

Las acciones de este proyecto serán claras y precisas. A continuación enunciaremos las diversas propuestas que complementan nuestro trabajo.

“Diputados en LÍNEA”:

Las líneas telefónicas con números gratuitos como un 01 800 han tenido un auge durante los últimos años para algunas empresas para estar cercanas a las personas. El Congreso del Estado tiene dos líneas telefónicas con extensiones para cada diputado. Sin embargo, el día 7 de enero del año 2008 realizamos una llamada al número 070 que otorga información sobre números telefónicos.

Al preguntarles sobre el número del Congreso del Estado nos respondieron que no se encontraba en la lista. Igualmente, se genera un costo en el recibo telefónico por realizar llamadas al número de teléfono, siendo de Morelia o hasta del interior del Estado.

Nuestra propuesta en esta línea hace referencia a la necesidad de abrir una línea gratuita telefónica “01 800 Congreso”, a la que las personas puedan llamar para buscar a su diputado representante y pueda externarle sus necesidades.

En esta línea estarán dos personas atendiendo la línea y serán las encargadas de mandar directamente la llamada al diputado que busque la persona. Por las actividades que tiene el diputado y porque su trabajo final no es el de contestar teléfonos, habrá una persona por cubículo que se encargará de tomar nota y

atender todas las llamadas que reciba el diputado y le dará jerarquía a éstas, procurando atender las que sean más urgentes de atender.

Día del Legislativo:

Esta es una propuesta que busca acercar al diputado y al ciudadano. Hemos podido ver en muchos ayuntamientos que se implementa el “Día del Ciudadano” y las personas van a la presidencia municipal para tener un acercamiento con el alcalde que lo representa y le presenta sus necesidades y en torno a éstas, se toman las medidas necesarias para poder atenderlas: fugas de agua, empleos, seguridad y temas sociales son los que se tocan principalmente durante estas visitas.

En el Congreso del Estado las personas van a solicitudes constantemente, pero se pueden enfrentar a que no esté el diputado que buscan y no sienten la misma atención ni confianza con las asistentes. De igual forma, los jueves que hay sesión en el recinto legislativo se celebra dicha reunión entre diputados pero difícilmente ese día los legisladores alcanzan a atender a las personas.

Debido a esto, establecemos la importancia de este tipo de reuniones y proponemos la realización de el “Día del Legislativo”, que consiste en que un martes cada quince días, un diputado representante de cada una de las comisiones legislativas acuda al Palacio Legislativo y en su cubículo esté atendiendo durante el transcurso de la mañana a las personas que vayan a visitarlos.

Se sortearán los días que le tocará a cada diputado y las personas que se encuentran a la entrada en el Área de Atención Ciudadana, le explicarán a la persona a dónde se pueden dirigir de acuerdo a lo que estén necesitando.

Este tipo de comunicación beneficiará de forma considerable la comunicación que pueda existir de los diputados y sus representantes porque estamos fomentando un conocimiento personal, en la que las personas puedan ir con los diputados y se sientan escuchadas. Cabe destacar que a partir de la reunión que tenga el diputado con su representante, se levantará una minuta que tendrá que ser resuelta a más

tardar al mes de la fecha que sostuvieron la primera reunión y se entregará un informe cabal a los miembros de la comisión encargada y a la persona que solicitó el apoyo.

Visitando tu Colonia:

Después de los datos arrojados por nuestras encuestas, se hizo evidente que la población necesita sentir cercano al diputado que eligió. Nos recordaron que durante las campañas políticas en las que iban a pedir el voto ciudadano acudían constantemente a solicitar el apoyo de las personas.

Es momento de regresar al distrito que les dio voz y voto en el Congreso del Estado para mantener una comunicación constante que permita generar un conocimiento completo de las necesidades reales que tienen las colonias que se representan.

Quizá los legisladores puedan hacerse una idea sobre lo que le dice alguna persona que va a visitarlo a su oficina en el Palacio Legislativo. Sin embargo, será muy difícil que acudan a las mismas casas y se percaten de la realidad que viven diariamente los morelianos.

Para esto, proponemos que un día al mes el legislador representante de cada distrito en Morelia acuda a su colonia para que conozca las necesidades que debe atender, para que se acerque a la población y les refrenda el apoyo y la voz que tienen éstos en el Congreso del Estado.

Así mismo, los diputados que integran el Legislativo y que son representantes de otros distritos electorales, pueden tomar este ejemplo y mejorar su comunicación con las comunidades aledañas, pero nuestro principal objetivo es que este trabajo comience a darse con los diputados de la ciudad de Morelia ya que son quienes nos expresaron las necesidades que tienen de comunicación con sus legisladores.

Un día al mes no complica mucho la agenda de los legisladores y para esto, sus asesores deberán acomodar fechas y no tienen que realizarse gastos fuertes.

El principal objetivo de estas visitas es ir a las casas, aunque al momento no se les de nada material a los lugareños, el hecho de ver que su representante se toma el tiempo y el interés por acercarse a ellos y conocerlos en sus casas, seguramente obtendrá unos resultados muy altos de efectividad.

A su vez, en algunas otras ocasiones podrán desempeñarse actividades recreativas y comunales que permitan otro tipo de interacción: divertida y que muestre el lado humano que tienen nuestras autoridades.

“Volanteo”:

Vemos cómo las empresas u organizaciones civiles otorgan volantes a las personas en lugares estratégicos, todo con el fin de que las personas conozcan de una forma no tan cara el trabajo que realizan. Por esto, ahora nosotros les proponemos que los legisladores den a conocer su trabajo mediante estos medios. Un díptico que se coloque en lugares estratégicos, con papel reciclado y que no sea de un alto costo, hará que las personas conozcan a sus diputados.

En una primera etapa, se colocarán dípticos entre periódicos de circulación local y estatal. Así mismo, en los kioscos del Centro Histórico, en oficinas gubernamentales y en instituciones públicas para que las personas los tomen de forma gratuita y conozcan un poco más sobre las actividades del Congreso local y de su diputado representante.

Esto hará que la población se sienta tomada en cuenta y se preocupe por mantenerse al tanto de este tipo de información.

“Informes anuales”:

El Presidente de la República, los alcaldes de Ayuntamientos y hasta en las empresas, se elaboran informes mensuales o anuales (de acuerdo a la situación) para que las personas conozcan sobre su trabajo.

Dentro de las obligaciones y facultades de los diputados, encontramos que entregar informes sobre sus actividades legislativas es una forma de comunicarse con sus representados. Pero, ¿qué es lo que sucede? Que pocos ponen en práctica este medio para mantener en conocimiento a sus representados sobre sus actividades.

Por esto, nosotros proponemos que dentro de la Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado se considere la obligatoriedad de realizar un informe anual por parte del legislador de cada distrito en la ciudad de Morelia. Se puede hacer de una forma económica mediante llamadas telefónicas a los jefes de las colonias que representan, o colocando una lona grande en un lugar en el que los pobladores puedan saber que se dará un informe.

El lugar se puede buscar de acuerdo a los más transitados por las personas, pero lo más importante con esta forma de comunicación es que la gente se de cuenta que sí se ha trabajado y que está en apertura para mantenerse cercano a sus pobladores.

Cuando nos informan sobre lo que están haciendo, difícilmente tendrán forma de aseverar que no se trabaja. Por el contrario, tendrán herramientas para destacar y reconocer el trabajo y el empeño que se ha hecho por sacar las cosas que su colonia necesita. Los morelianos necesitan comunicación, necesitan estar informados y si ellos por cuestiones educativas o económicas no tienen formas, la iniciativa la puede tener el legislador con los medios adecuados.

Las acciones son sencillas y no representan mayores costos. No pretendemos que se gasten más recursos en medios que llegarán a pocas personas. Conocemos que el trabajo del legislador tiene agendas muy llenas, pero las acciones que planteamos seguramente no les quitarán mucho tiempo ni siquiera de convivencia familiar porque podrían participar de igual forma.

Campañas “Congreso local: trabajando por ti”

Los medios de comunicación en Morelia tienen audiencia y sí son escuchados por la población. Es por esto que dejamos como última herramienta esta forma de comunicación y proponemos crear una campaña de spots de radio y televisión sobre las actividades que desempeña el Congreso del Estado.

Sobre todo la radio, que resulta un medio económico puede ser explotada ya que tiene gran auge en los hogares morelianos. Si se hacen 3 spots diferentes, que vayan de la mano con 2 para las televisoras locales, se reforzará la idea de que están trabajando en el Legislativo local.

Si se realiza por etapas este tipo de campaña, seguramente se alcanzará una permanencia constante en la mente del ciudadano y en este caso, del moreliano.

Los costos varían de acuerdo a los programas de radio y de televisión en los que se quieran transmitir los comerciales, pero los costos se encuentran de la siguiente manera:

Sports Radiofónicos: \$45 pesos en Cadena Rasa * (Fuente: Coordinación de Comunicación Social del Congreso del Estado)

Spots Televisivos: CB Televisión en \$1,000 pesos con una duración de 20 segundos. *

Reiteramos que los costos no son altos en comparación a los beneficios que se pueden alcanzar con este tipo de campañas y de comunicación.

Sin embargo, destacamos que son formas de mantenerse en contacto y presencia latente en la mente de los morelianos, pero tenemos que darles su justa dimensión y prioridad a dichos medios.

En este proyecto lo que procuramos nosotros es darle mayor peso a la comunicación interpersonal, a las visitas coloniales, al Día del Legislativo y aunque reforzaremos estas campañas mediante el empleo de los medios de comunicación,

procuraremos que se den otras formas más personales y que puedan crear vínculos más estrechos y fuertes.

5.2 CONCLUSIONES:

El ser humano es político por naturaleza y en este sentido, la comunicación que establece es un acto público y de orden político, que trasciende y se ve afectado en lo social con el propósito de establecer relaciones de poder. La comunicación política es el espacio donde se intercambian los discursos de los tres actores que tienen la legitimidad para expresarse públicamente sobre la política, es decir, los políticos, los periodistas y la opinión pública.

Desde la antigüedad ha existido un gran interés por la relación mantenida entre las instituciones políticas y su forma de comunicarse con el pueblo. Pese a que la política trate de asuntos de índole local, existe un conjunto de condiciones que si bien antes no eran trascendentales en el acontecer político, como la percepción de la popularidad y la imagen pública, se han vuelto fundamentales para aspirar a un puesto de representación popular.

Hasta décadas pasadas se consideraba que la comunicación política era el estudio de la comunicación del gobierno al electorado, así como el intercambio de discursos políticos entre la mayoría y la oposición. Con el paso de los años se ha hecho evidente la importancia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública y su influencia en la vida política. La política contemporánea se caracteriza por la ampliación de su esfera de acción así como por el creciente espacio otorgado a la comunicación.

Michoacán, al igual que nuestro país, vive situaciones políticas de cambio total. Los gobiernos estatales y locales han llevado a cabo una forma de política que ha mermado de forma permanente y drástica la concepción e imagen que tiene el ciudadano de su persona y más aún, de su trabajo.

Durante más de 70 años en los que un solo partido político gobernó en México y no daba cabida a nuevas formas de expresión o ideología, fomentó que hasta hace

unos 15 años se comenzara a hablar de comunicación política. Cabe recordar que las ciencias de la comunicación y sociales son de reciente estudio, por lo que nos da un campo mucho menos trabajado que otros como el de la administración pública.

Ahora, hemos sido testigos que durante las campañas políticas, se hace un gasto exacerbado en promocionales y en viajes para darse a conocer. De hecho, hemos visto que se han procurado realizar innovaciones y reformas que disminuyan los gastos que representan para toda la ciudadanía estas acciones.

Las acciones son diversas, las necesidades aún mayores, pero tener la voluntad de hacer cambios sustanciales permitirán a la sociedad mantener una relación diferente con sus gobernantes.

En nuestra investigación, nos dedicamos a conocer desde su raíz los conceptos de comunicación política, de opinión pública, de comunicación de masas, comunicación interpersonal, todo esto con el objetivo de generar un amplio campo de conocimiento para poder tener bases, generar conceptos y modelos nuevos de comunicación que permitan al legislador (en este caso) y al ciudadano, mantener una relación estrecha con la finalidad de crear puentes de comunicación que vinculen una relación que se ha mantenido hasta ahora lejana.

Los legisladores federales mantienen una presencia más constante en el público que tiene acceso a medios como la televisión abierta en canales que transmiten de forma gratuita las noticias y su sintonización. Sin embargo, era evidente que el Congreso del Estado tiene poco conocimiento de sus representados y una comunicación escasa y poco efectiva.

Pero aún, nos encontramos en momentos que requieren de una urgente comunicación y relación entre el representante y representado local. A partir de que nosotros realizamos las encuestas a la ciudadanía y las entrevistas con los diputados, nos dimos cuenta de las enormes brechas que hay en esta comunicación.

Los ciudadanos no conocen a sus representantes porque no han sido informados de las actividades que realizan o en su defecto, los medios que han sido empleados para dichas comunicaciones no han sido efectivos.

Y esto, ¿a consecuencia de qué? A consecuencia de que no le han dado la importancia necesaria a mantener una comunicación más que por medios masivos que generan un gasto económico alto (como bien lo hizo referente la diputada Ana Lucía en su entrevista), una comunicación interpersonal.

Los diputados no regresan al distrito que los eligió, no se preocupan por acercarse de nuevo a la gente y más aún, por definirles bien cuáles son sus obligaciones constitucionales porque también existe desinformación en este sentido.

La educación cívica en nuestro país y en sí, la educación en general, presenta rezagos importantes que no han permitido que desde la niñez se fomente un conocimiento por el trabajo del Poder Legislativo. En muchas ocasiones hemos sido testigos de la importancia que se le da al trabajo de un presidente municipal o del Presidente de la República,

Pero ahora, vemos que muchas veces que si no aprueba el Congreso alguna propuesta del Ejecutivo, sencillamente no se aprueba. Ahora, en el Congreso de Michoacán vimos que también es elemental su participación en las decisiones políticas y más ahora que se suscitan tantos cambios y movimientos sociales.

Durante toda nuestra investigación, procuramos mostrar la opinión que tiene los 2 actores principales en la comunicación del Legislativo. Dimos voz a los diputados para que nos explicaran cuáles eran sus sensaciones y opiniones respecto a la comunicación que mantenían con sus representados morelianos en este caso.

Por su parte, 50 personas representantes de los distritos X, XI, XVI Y XVII nos permitieron descubrir que existe un interés real por saber lo que hacen sus diputados, por responder a sus obligaciones ciudadanas y por estar al tanto de la vida política que se vive en el Congreso local con su representado.

Igualmente, nos encontramos con un desentendimiento por parte de los diputados ya que no se invirtió mucho en comunicarse con sus representados por otro medio que no fuera el de la gestión social o los medios de comunicación locales. Pero esto no ha sido lo suficientemente positivo porque la mayoría de la población desconoce quién es su diputado en el Congreso local, porque hay personas que declaran abiertamente que no se encuentran interesadas por conocer las acciones que se realizan en este Poder.

Durante nuestra investigación, pudimos corroborar nuestra hipótesis que asevera que **“La comunicación de los diputados de la LXXI Legislatura es deficiente con los ciudadanos de Morelia.”** No tenemos dudas: no existe una comunicación efectiva como tal.

Aseveramos esto porque más del 50% de los encuestados respondió que su diputado no los visita constantemente, porque consideran que su trabajo es malo, porque ni siquiera recuerdan por qué lo eligieron como su representante en el Congreso del Estado...es más, ni siquiera saben quién es o a cuál distrito pertenece su vivienda.

El haber tenido ese contacto con la ciudadanía y ver cómo se interesaban por pedir cosas a los diputados, cómo se encuentran necesitados por tener mayor participación, por sentir que su voz es escuchada en el Congreso y que realmente tienen voz y voto, nos representó una investigación de calidad y también de cantidad al encuestar a 50 personas por distrito, cifras altamente cercanas a una buena comprensión de la realidad que se vive en estas colonias.

Ahora, a partir de este conocimiento, ¿qué nos compete realizar como sociedad y qué les compete a los legisladores? Las acciones son diversas y urgentes. Los morelianos debemos acercarnos y mostrar interés por las actividades del Legislativo. Necesitamos atender a los llamados que hagan los mismos legisladores, asistir a sus convocatorias y mostrar que estamos ávidos de información, que somos responsables como ciudadanos y que exigimos cambios porque estamos al tanto de las deficiencias.

Por parte de nuestros legisladores locales, deben trabajar para construir una nueva imagen de lo que es su función y de la accesibilidad que tienen para recibir críticas, para escuchar propuestas y estar al tanto de las necesidades reales. Los ciudadanos necesitamos percibir que sus acciones y sus propuestas serán factibles y darán soluciones reales para nuestros requerimientos.

Para que nuestro Congreso tenga una buena aceptación en los ciudadanos, se requerirá de un trabajo conjunto con la opinión pública; igualmente de la aceptación, participación, crítica, oposición, indiferencia y rechazo; elementos básicos para generar cambios y enriquecer la relación entre representantes y representados.

El diputado de un Congreso como el michoacano tiene la oportunidad de mantener una relación más cercana que la que existe con los diputados federales. Cada diputado en Michoacán tiene la responsabilidad de representar los intereses y las esperanzas de un moreliano o michoacano que viviendo día a día problemas constantes, considera aún importante cumplir con su deber y se interesa por conocer más al respecto.

Son momentos de cambios, y los diputados de la LXXI Legislatura y representantes de los distritos de la ciudad de Morelia tienen la oportunidad de que al ir entrando, puedan generar un cambio en la percepción que tienen los ciudadanos de sus legisladores....porque el compromiso es de todos.

BIBLIOGRAFÍA:

- H. Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo/ *Ley Orgánica y de Procedimientos del Congreso del Estado de Michoacán de Ocampo*/ Michoacán/ Departamento de Biblioteca/ Junio 2006.
- OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ MC. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 203
- GAUTHIER, Gilles, GOSELIN André y MOUCHON Jean (comps.) / *Comunicación y política* / Gedisa editorial. Colección El Mamífero Parlante Serie Mayor / Impreso en España. / pp. 1-143.
- DE LA MOTA, Ignacio H. / *Manual de comunicación para políticos y líderes de opinión*/ Panorama Editorial/ Impreso en México/ pp. 123
- OCHOA González, Oscar / *Comunicación política y opinión pública* “Comunicación política y sus procesos”/ Mc. Graw Hill/ México/ 1999/ pp. 84-85.
- FERRER, Eulalio / *Información y comunicación*/ Editorial Tezontle/ México 1997 / pp. 158
- PUIG Toni / *La comunicación municipal cómplice de los ciudadanos* “Ideas y estrategias para la comunicación municipal” / Paidós / Buenos Aires/ 2003/ pp.49
- WRIGHT Charles R. *Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica* editorial PAIDÓS. México, Buenos Aires-Barcelona. 1ª edición en México 1986 reimpresión 1999. impreso en México,
- PAOLI Bolio, José Antonio/ *Información y comunicación. Perspectivas teóricas. Hacia una definición del funcionalismo*/ Trillas/ UNAM, México 2000, 2ª. Reimpresión./ pp.28
- Sáenz de Salassa, Josefa/ *La participación política*/ Ciudad Argentina Buenos Aires/Segunda edición/ Año 1999/ pp. 252

- Bauser, Morris Philip/ *“La investigación social en las zonas urbanas”*. / Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales/ Ecuador, Quito/ Página 31 consultada.
- BRIONES, Guillermo/ *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales*/ Editorial Trillas/ México, Argentina, España, Colombia, Puerto Rico y Venezuela/ pp. 100.

PÁGINAS WEB:

- Nota periodística de Ricardo Gómez y Andrea Merlos publicada el día domingo 01 de julio del 2007 en el periódico impreso en México y en el portal electrónico de “El Universal”
<http://www.eluniversal.com.mx/nacion/152193.html/>
- Centro de Estudios Sociales e Investigación de Opinión Pública del Congreso de la Unión <http://www.diputados.gob.mx/cesop/>
- www.bancomundial.org.mx/ la pobreza en México: una evaluación de las condiciones, tendencias y la estrategia del gobierno.
- Aimeé Vega, Montiel, “Los escenarios de la comunicación política mexicana”. En Razón y Palabra. Revista Electrónica. Octubre- noviembre del 2003. disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/avega.html>
- Garza, María Rosalía, “Aportaciones de las ciencias sociales al estudio de la comunicación interpersonal”. En Revista Razón y Palabra. Número 61 con fecha del 12 de abril 2007 y disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/n61/mgarza.html>.
- Cardoso Vargas, Hugo Arturo, “La comunicación educativa no verbal: apuntes de un proyecto de investigación”. En Razón y Palabra, Revista Electrónica. No. 13, Año 4, Enero-Marzo 30, 1999. Proyecto de Investigación. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n13/apuntes13.html>
- <http://www.cndh.org.mx/losdh/losdh.htm>
- Villanueva, Ernesto. “Derecho de acceso a la información y organización ciudadana en México”. En Biblioteca Jurídica Virtual No. 1, Enero-Junio 2003

y disponible en

<http://www.juridicas.unam.mx/publica/rev/decoin/cont/1/cnt/cnt6.htm>

- Gutiérrez Vázquez, JM. "Competencia del educador de adultos para el cambio educativo". Disponible en "Decisión educación ciudadana" Número 17, Mayo- Agosto 2007 y disponible en <http://tariacuri.crefal.edu.mx/decisio/d17/sab6-5.php#inicio>
- Paniagua, Francisco. "Comunicación política Electoral en España (1977-2004)/ Revista Razón y Palabra en línea/ Número 45, México/ Junio-Julio 2005/ Consultada el 08 de marzo 2008. y disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/> Francisco Paniagua.
- Cruz Báez, Héctor, "La prensa, ¿informa o desinforma? Revista Transición. No. 24, año 1999 y disponible en: [http://cetrade.org/v2/revista_transicion/1999/revista_24_La_prensa, ¿informa o deforma? /de_héctor cruz báez, maestro de ciencias de la comunicación y catedrático del instituto tecnológico de estudios superiores de Monterrey.gasperin_sampieri](http://cetrade.org/v2/revista_transicion/1999/revista_24_La_prensa_¿informa_o_deforma?/de_héctor_cruz_báez_maestro_de_ciencias_de_la_comunicación_y_catedrático_del_instituto_tecnológico_de_estudios_superiores_de_Monterrey.gasperin_sampieri)
- <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n45/>
- <http://www.fnoguera.com/public5.html>
- <http://www.fnoguera.com/public5.htm>
- Guerrero, Salvador/ Mercadotecnia y comunicación política: convergencia pragmática en un sistema de transición permanente/ Revista Razón y palabra en línea / No. 43/ febrero-marzo 2005, México/ Consultada el 08 de marzo 2008.
- El ciberespacio representa un escenario idóneo para el análisis y el debate ciudadano de las Islas, Octavio, 2008: "Rotundo fracaso propagandístico y comunicativo", en Revista Mexicana de Comunicación en línea, No. 108, México, enero. Disponible en: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/rmxc/propaganda.htm> Fecha de consulta: 08 de marzo 2009.
- Meyer Rodríguez, José Antonio, 2007: "Encuestas electorales: ¿tendencias reales y definitivas?", en Revista Mexicana de Comunicación en línea, Num. 107, México,

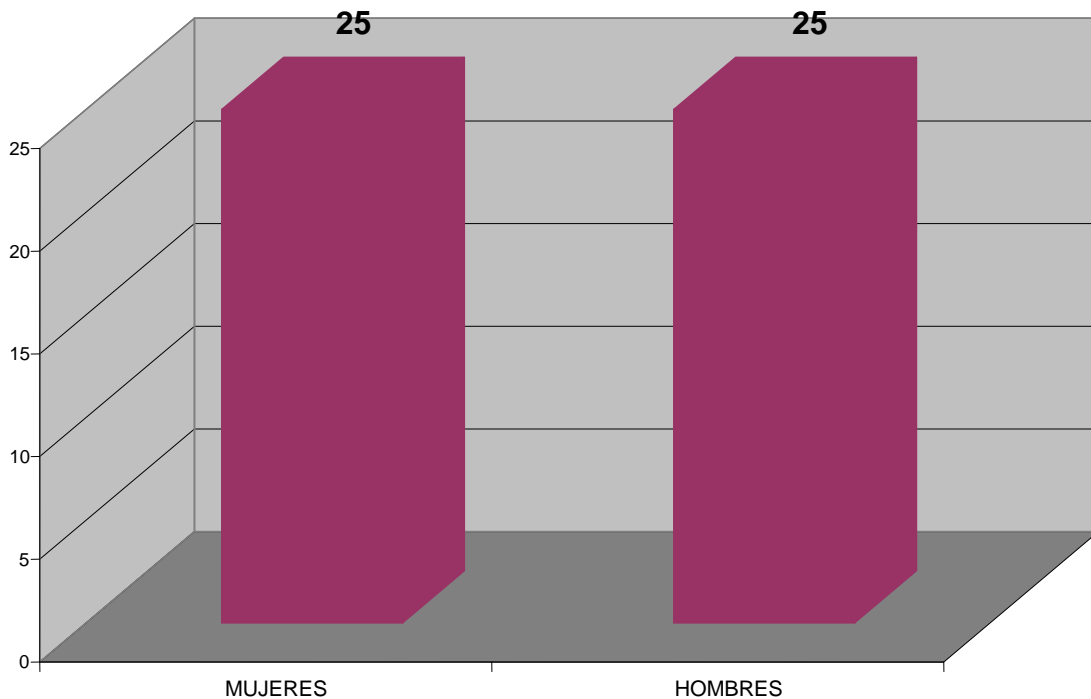
noviembre:

Consulta realizada el 08 de marzo 2008.

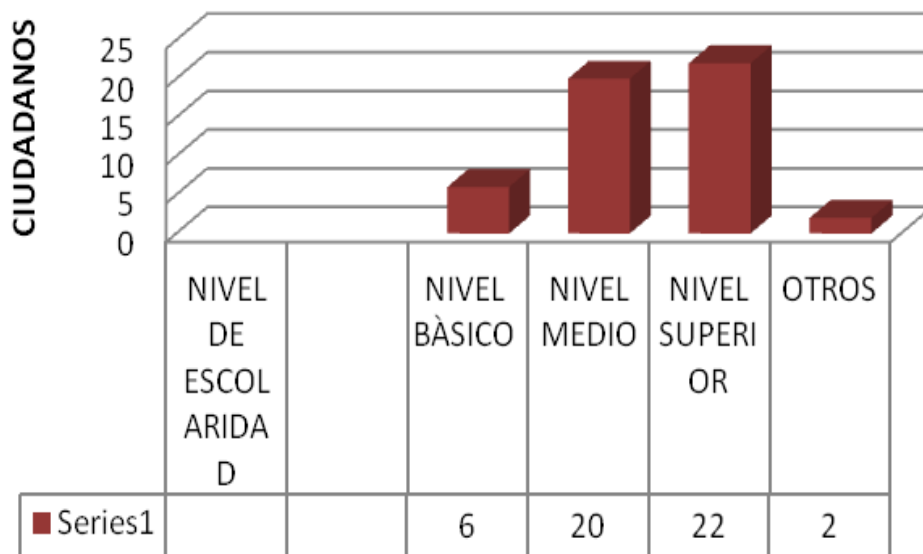
- www.trabajodefindecarrera.com/consulta/ciudadano.
- www.rae.es/consulta=ciudadano
- <http://www.jornada.unam.mx/2007/03/31/index.php?section=economia&article=022n1eco>
- CHIAS, JOSEP. *Marketing público: por un gobierno y una administración al servicio del público*. McGraw-Hill. Madrid, 1995
- www.ipsos-bimsa.com.mx/public/publics1.aspx
- CANTARERO, Mario Alfredo. "Usuarios de la Información Pública" En *Revista Razón y Palabra*. Volumen1. Número29/2002. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/intro.html>. y consultada en abril 2008.

ANEXOS

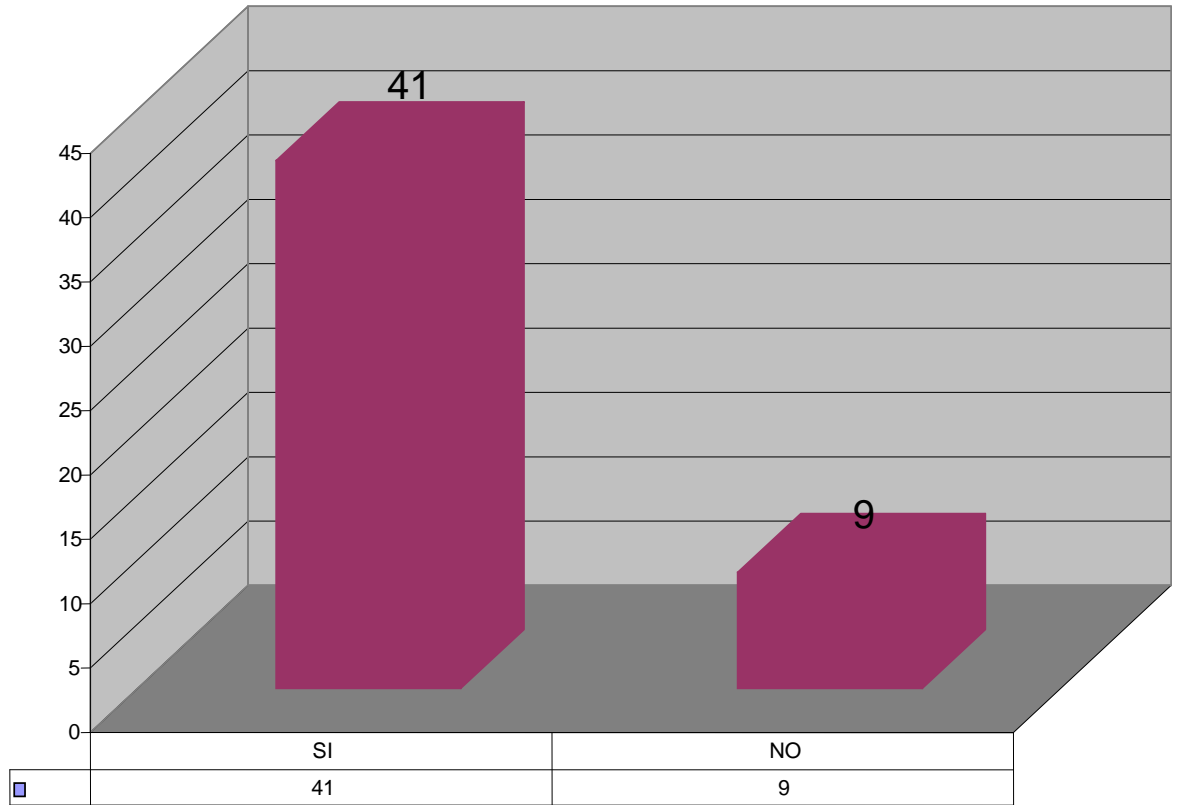
DISTRITO X
SEXO



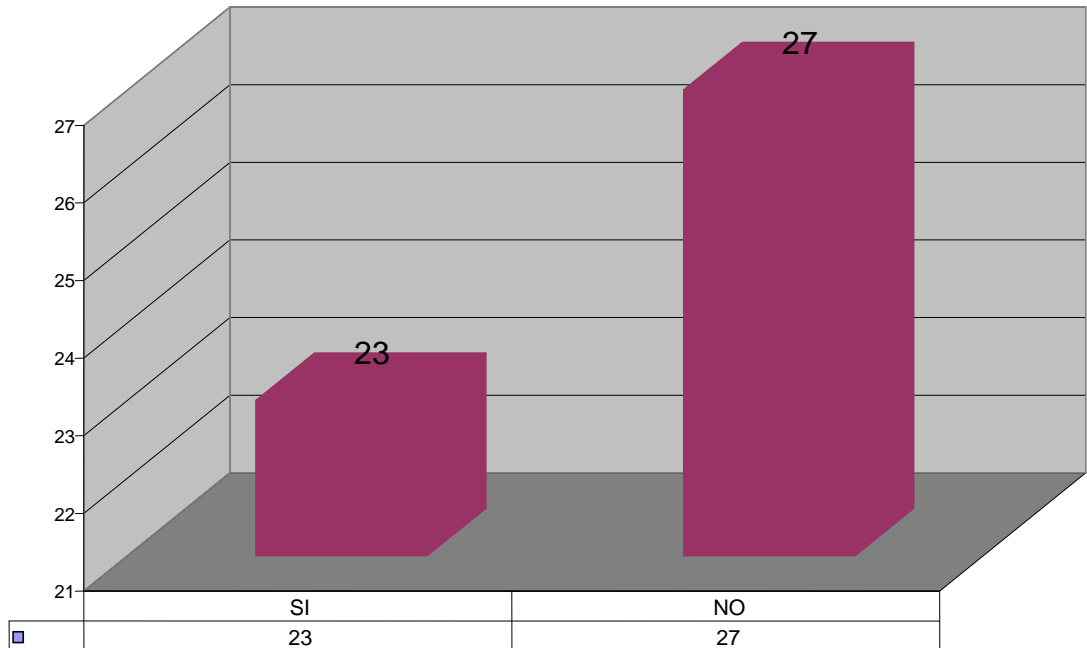
DISTRITO X
NIVEL DE ESCOLARIDAD



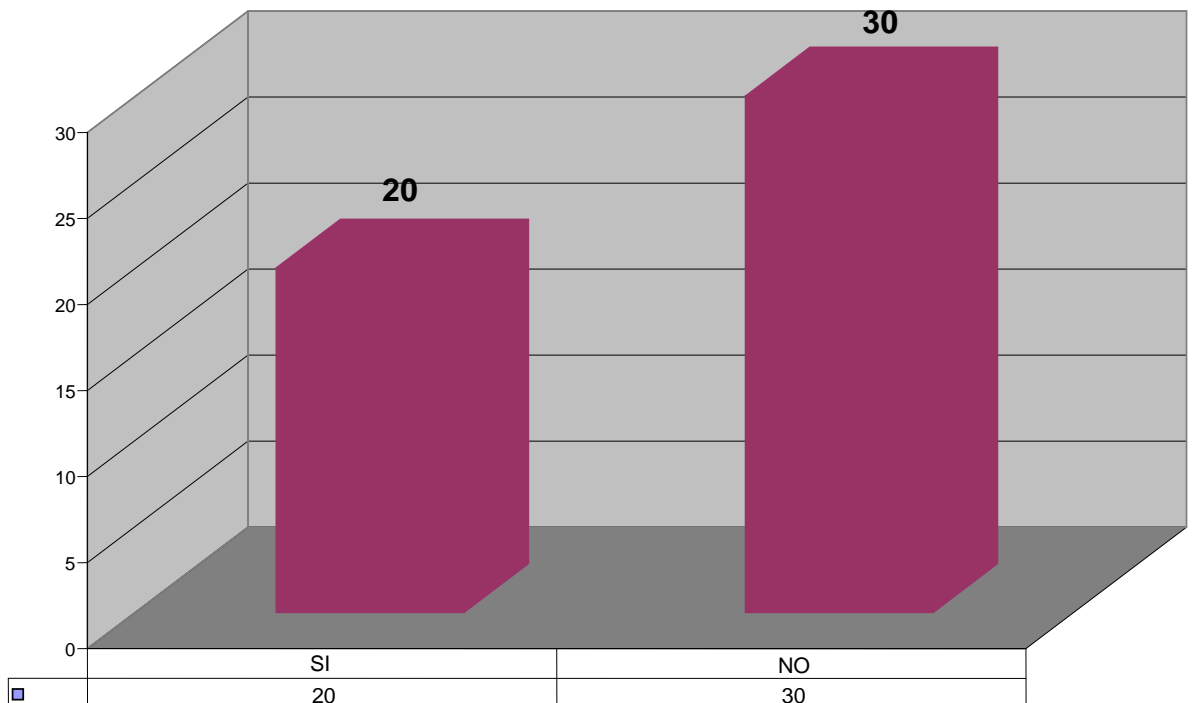
DISTRITO X
¿VOTÓ EN LAS ELECCIONES PASADAS?



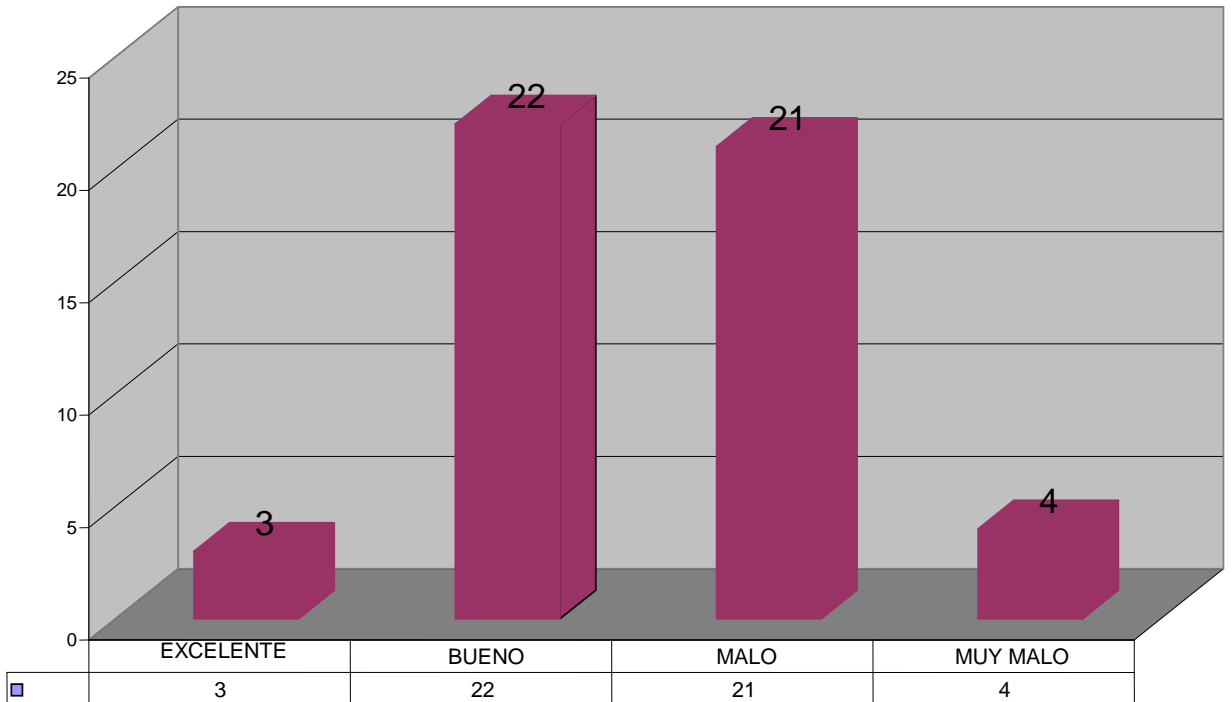
DISTRITO X
¿SABE USTED QUÉ ES UN DISTRITO?



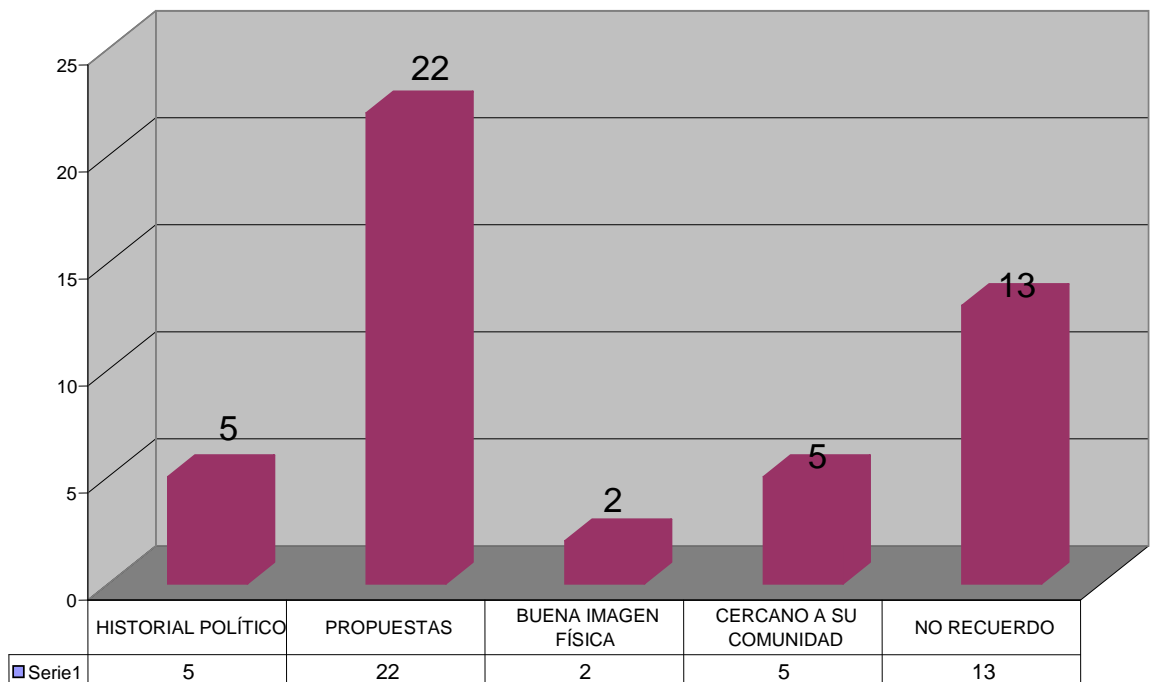
DISTRITO X ¿SABE QUIÉN ES EL DIPUTADO QUE LO REPRESENTA?



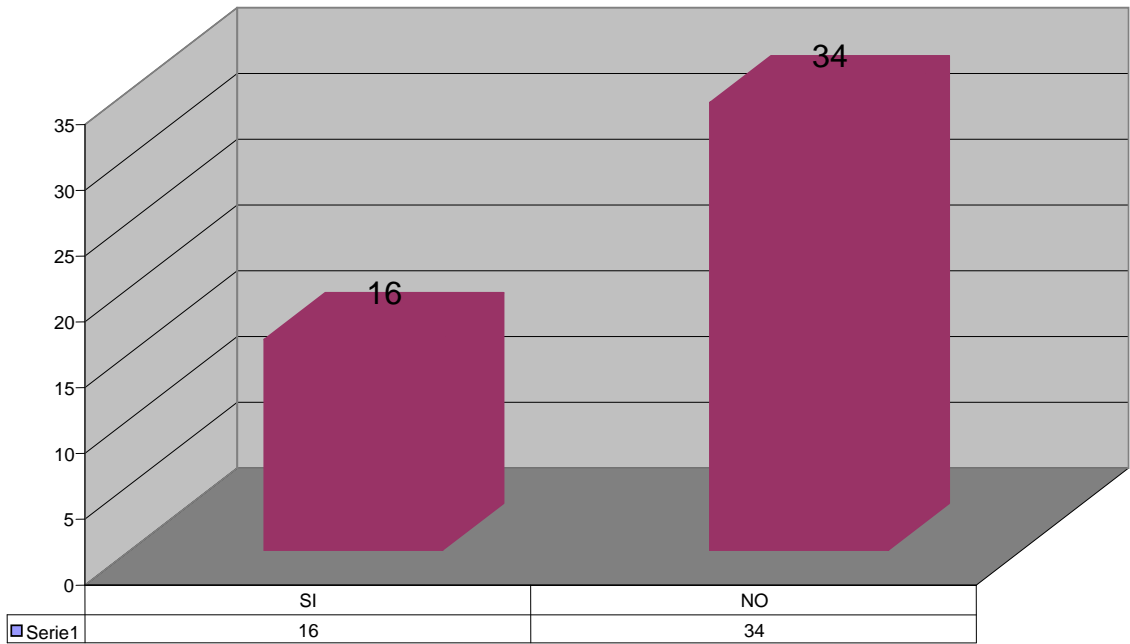
DISTRITO X
¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE EL TRABAJO DESEMPEÑADO?



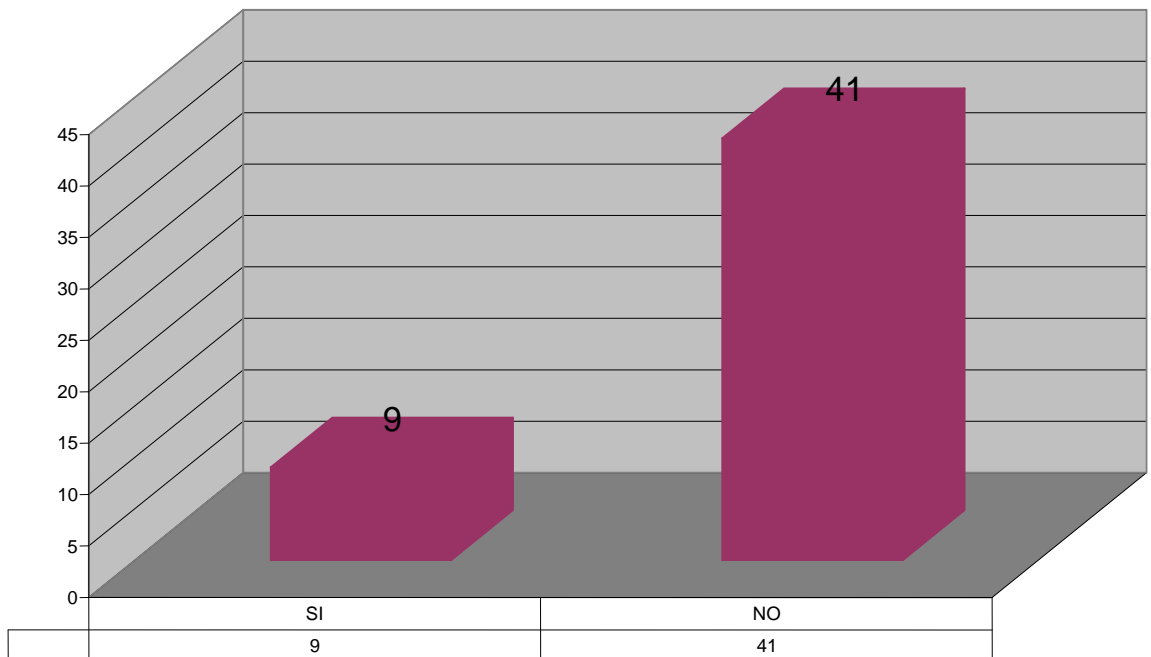
DISTRITO X
¿PORQUÉ LO ELIGIÒ?



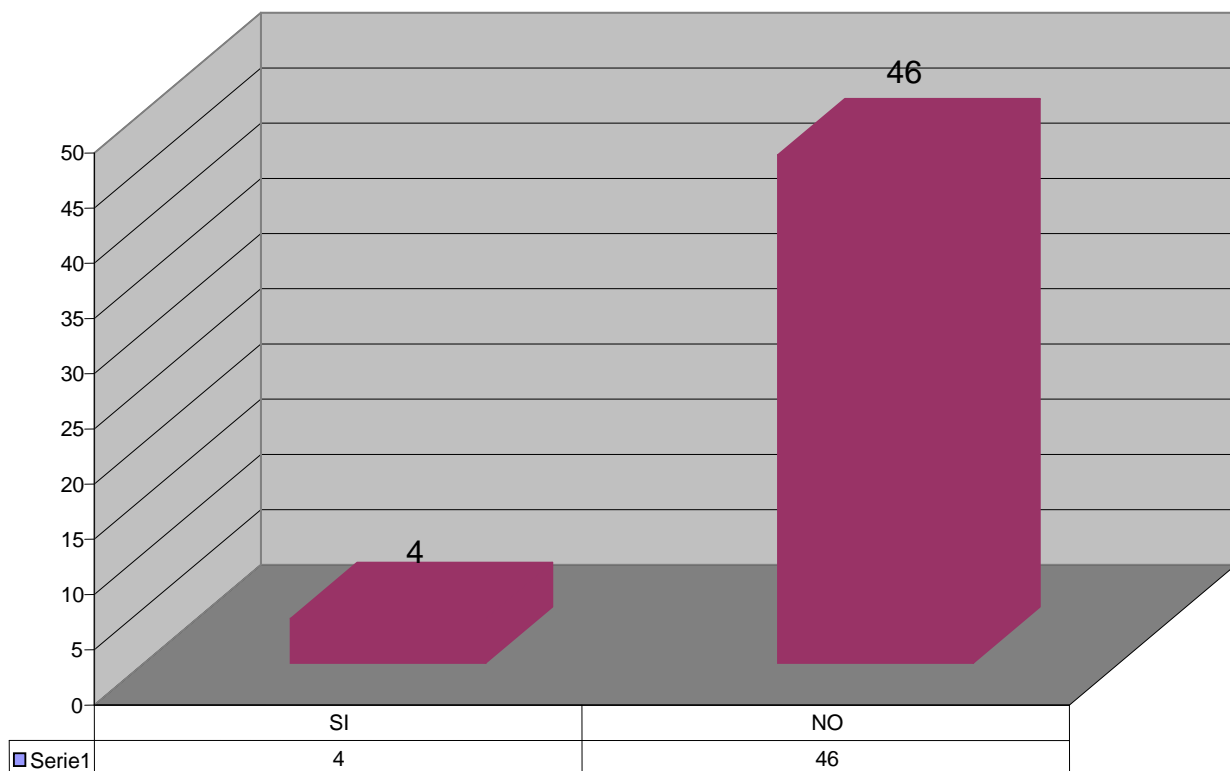
DISTRITO X
¿CONOCE EL TRABAJO QUE HA DESEMPEÑADO?



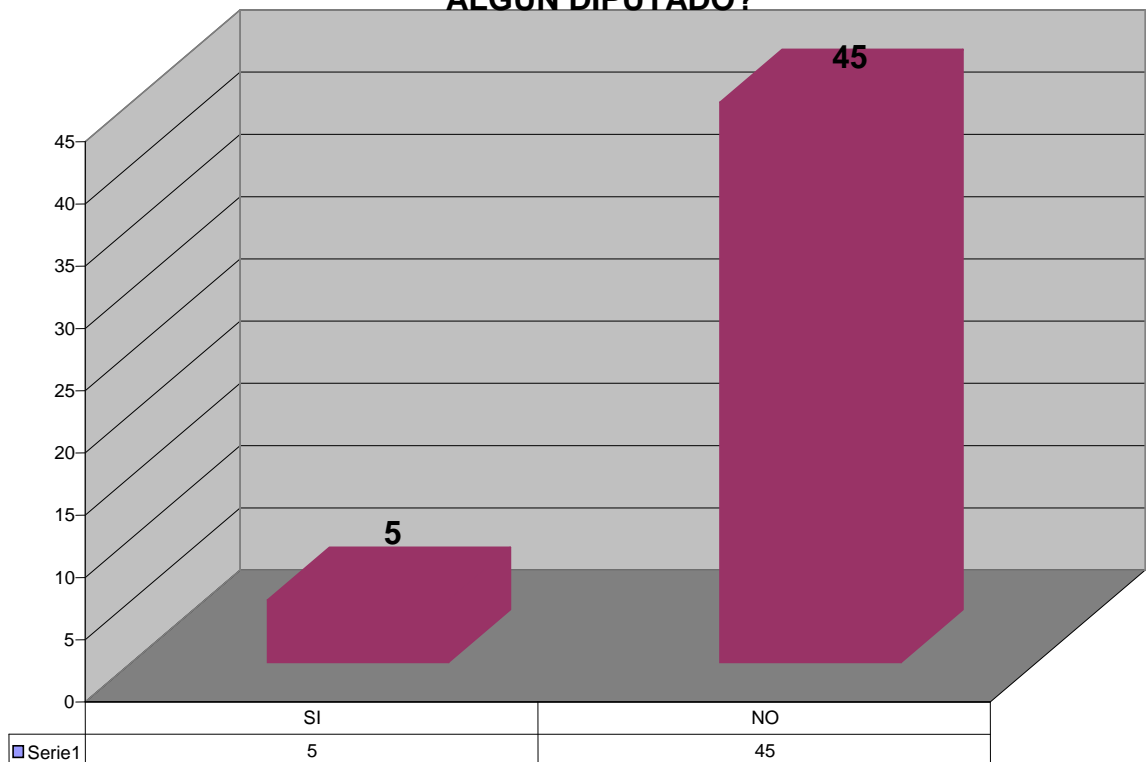
DISTRITO X
¿CONOCE ALGUNA FORMA DE MANTENER CONTACTO CON SU REPRESENTANTE?



DISTRITO X
¿VISITA CON REGULARIDAD SU COLONIA?

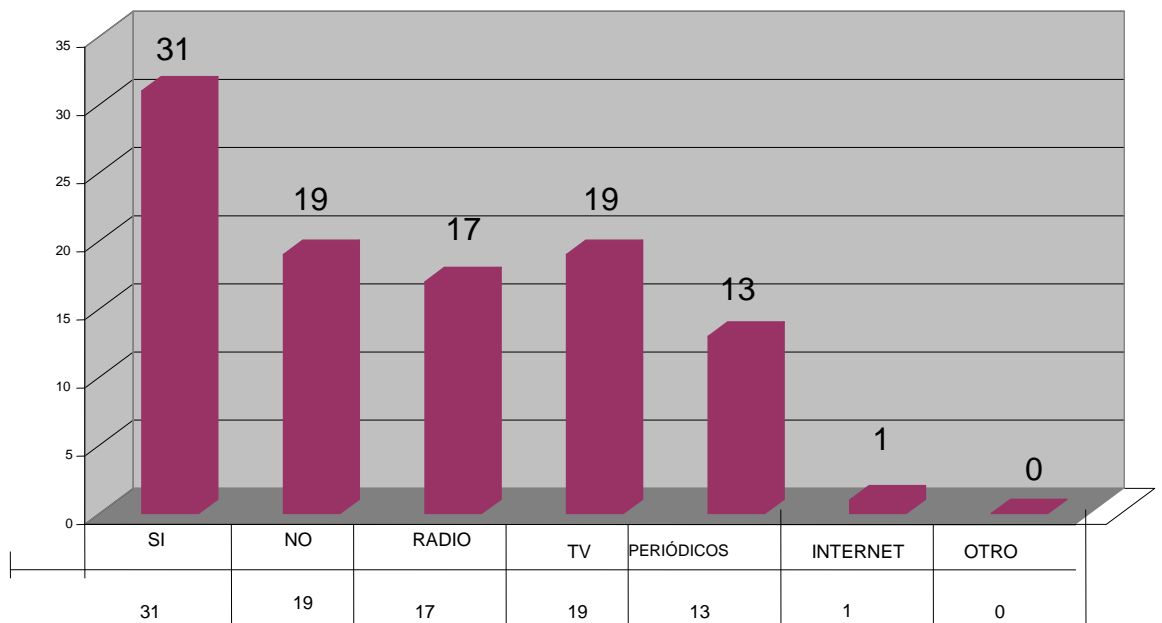


DISTRITO X ¿HAS RECIBIDO ALGÚN APOYO DE PARTE DE ALGÚN DIPUTADO?



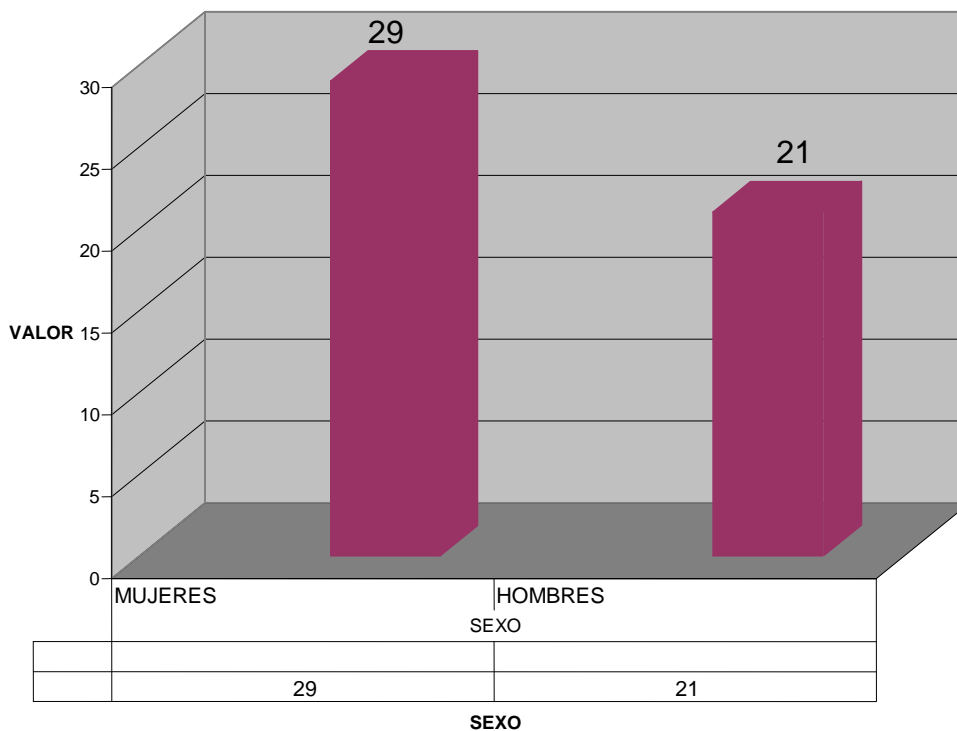
DISTRITO X

¿ESTA ENTERADO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL SOBRE EL TRABAJO DE SU DIPUTADO?

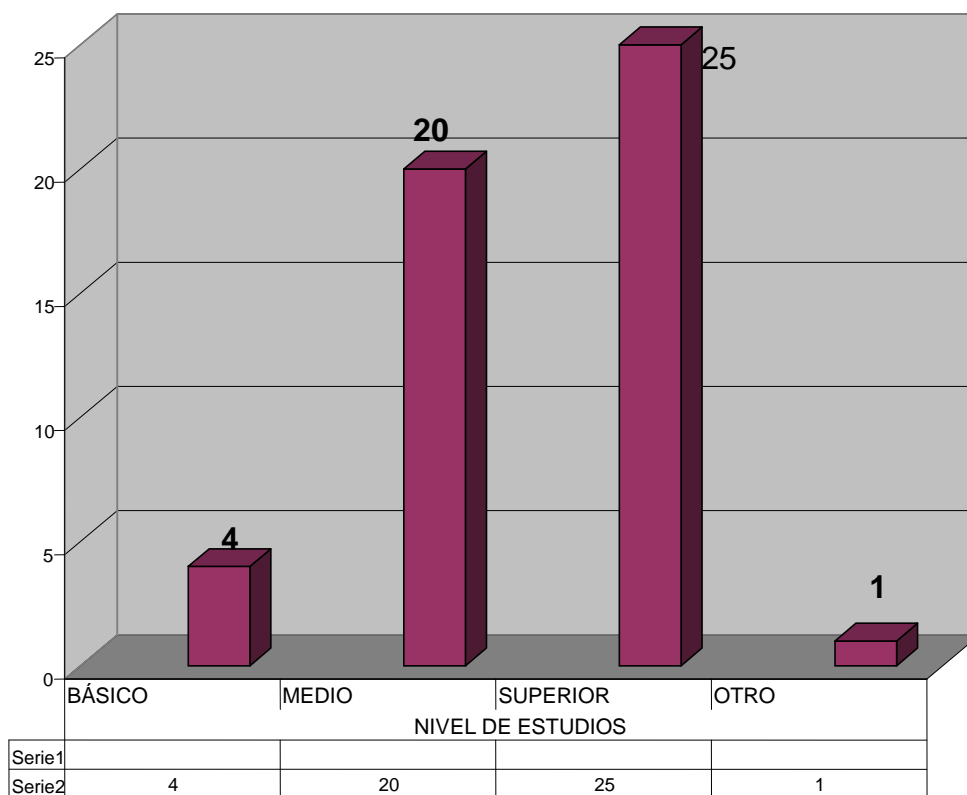


GRÁFICAS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS DISTRITO XI

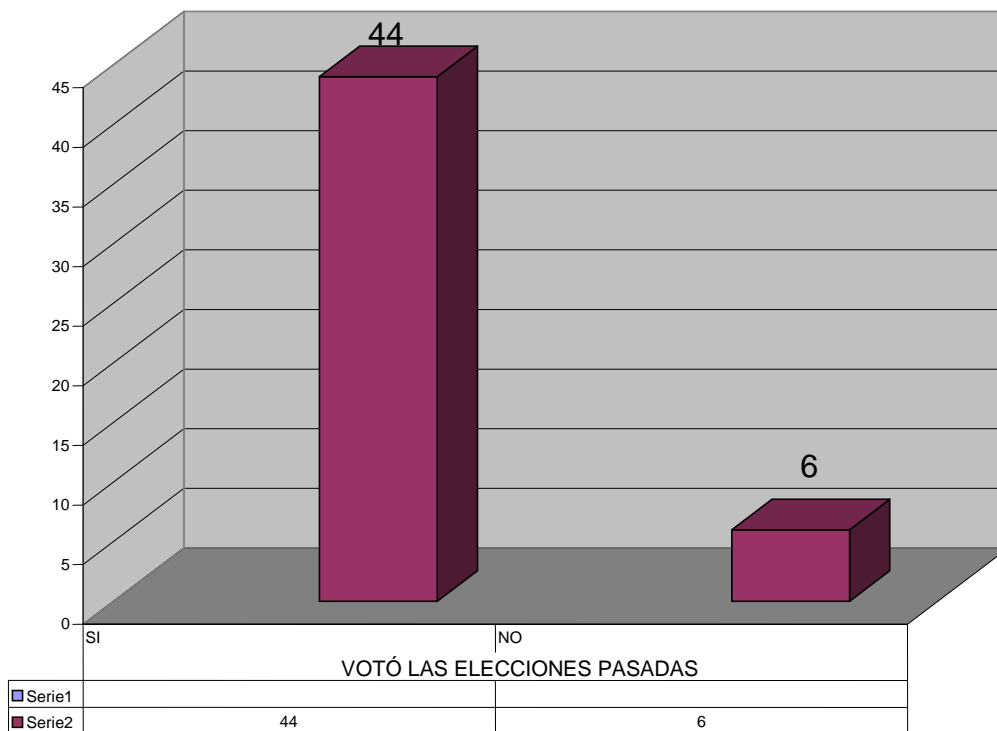
SEXO



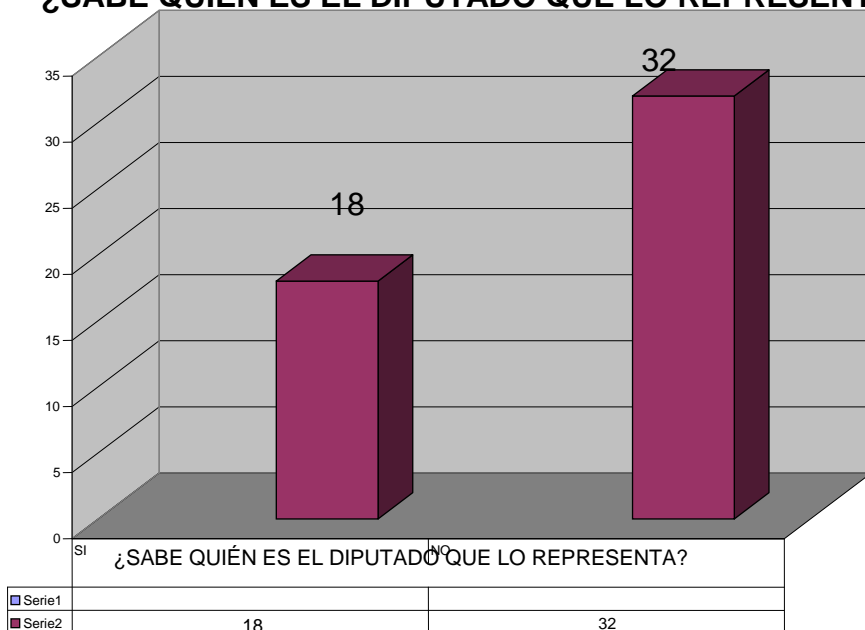
NIVEL DE ESTUDIOS



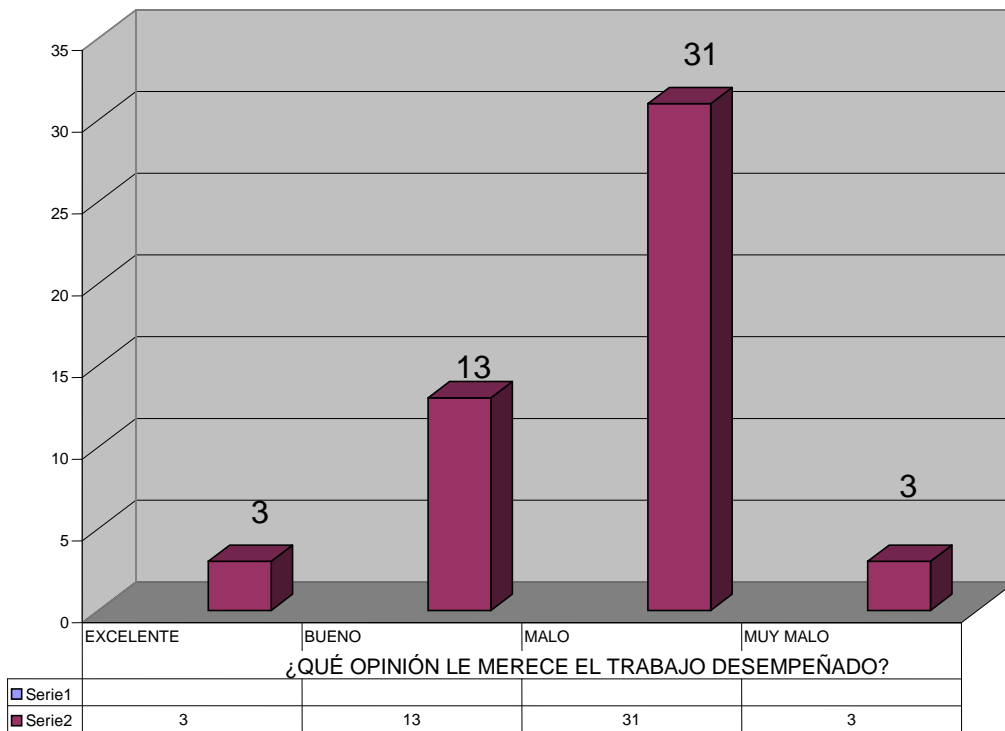
¿VOTÓ EN LAS ELECCIONES PASADAS?



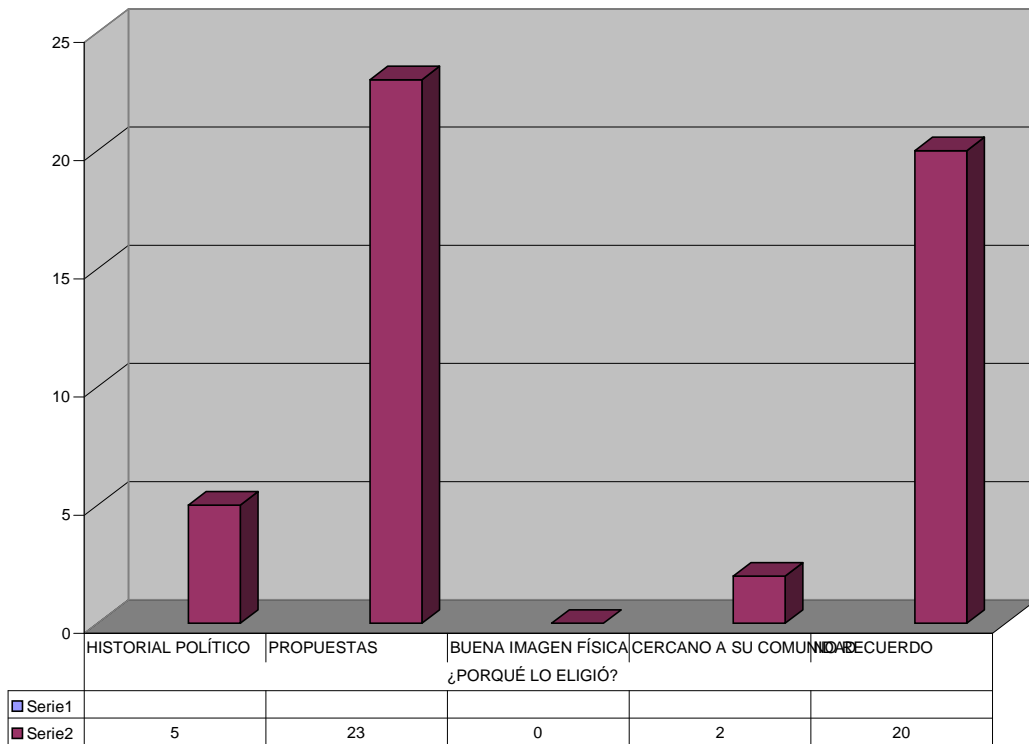
¿SABE QUIÉN ES EL DIPUTADO QUE LO REPRESENTA?



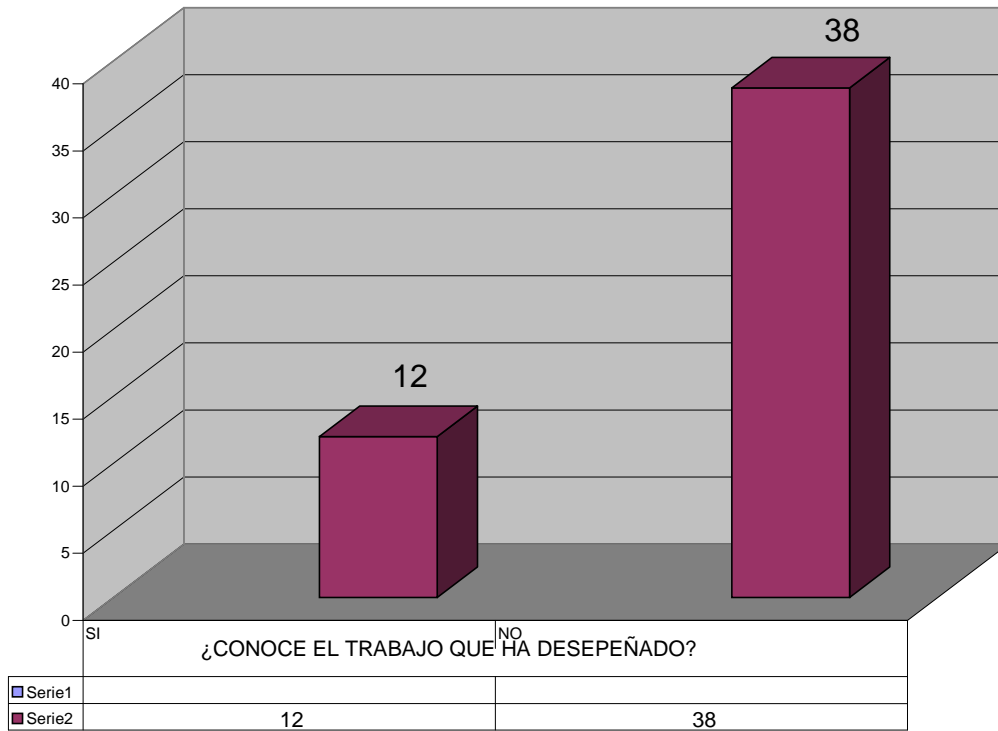
¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE EL TRABAJO DESEMPEÑADO?



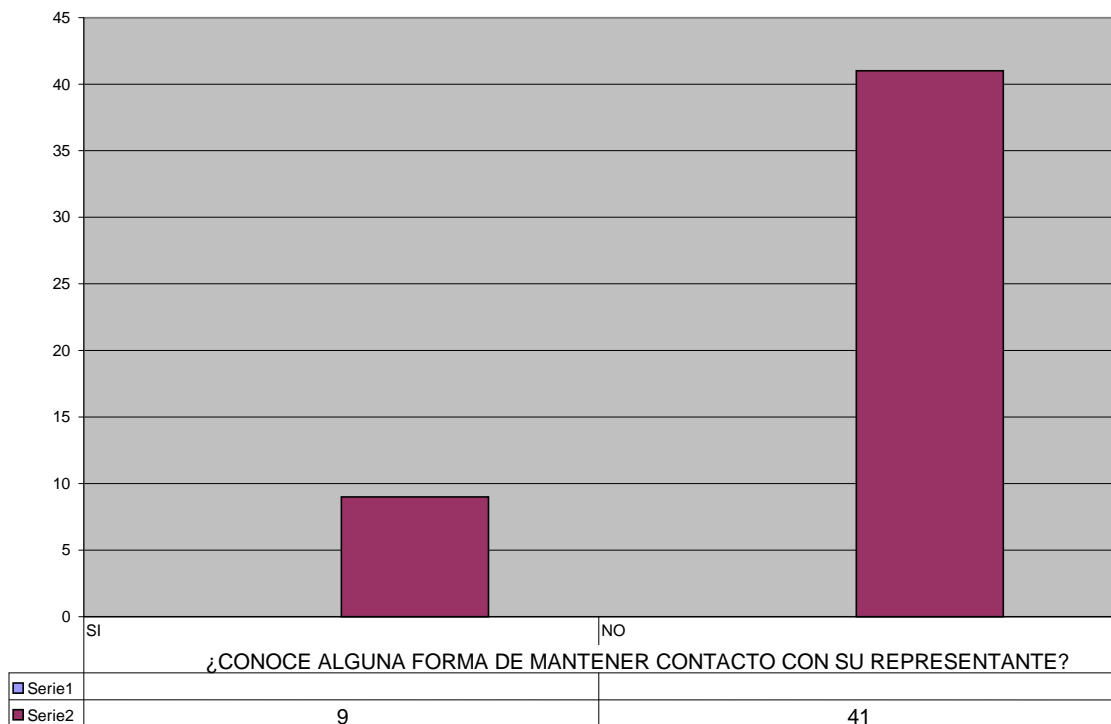
¿POR QUÉ LO ELIGIÓ?



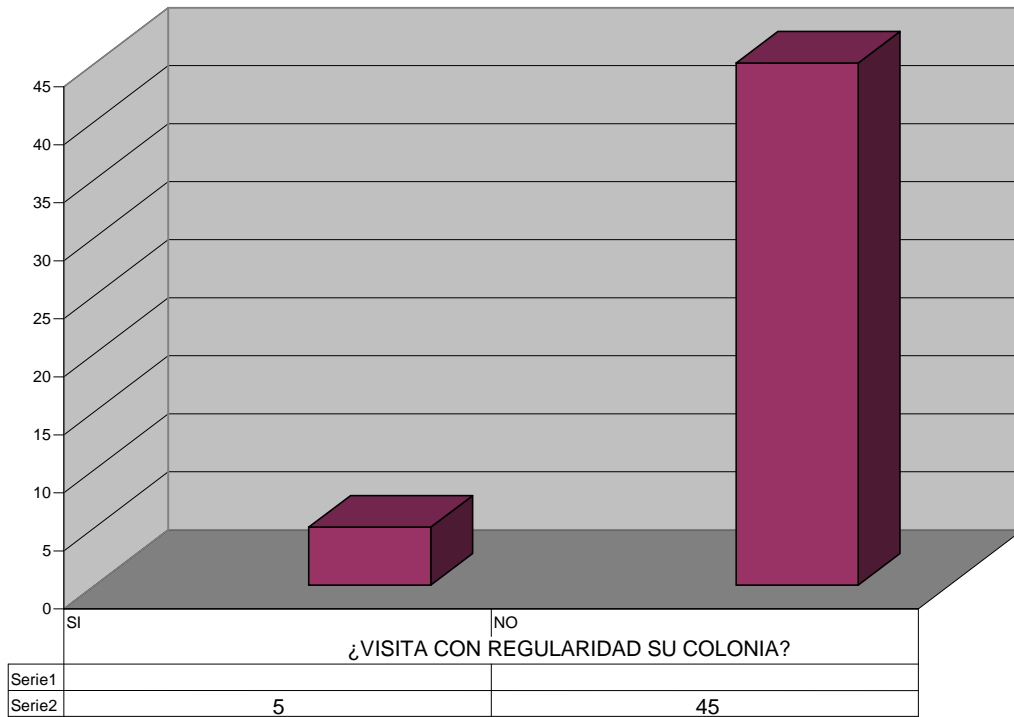
¿CONOCE EL TRABAJO QUE HA DESEPEÑADO?



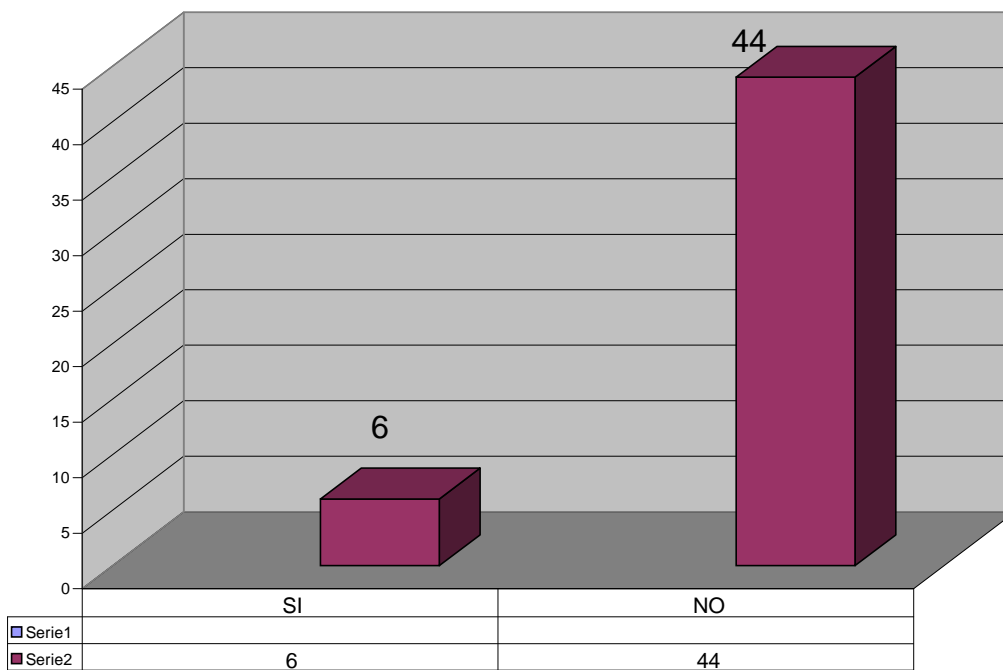
¿CONOCE ALGUNA FORMA DE MANTENER CONTACTO CON SU REPRESENTANTE?



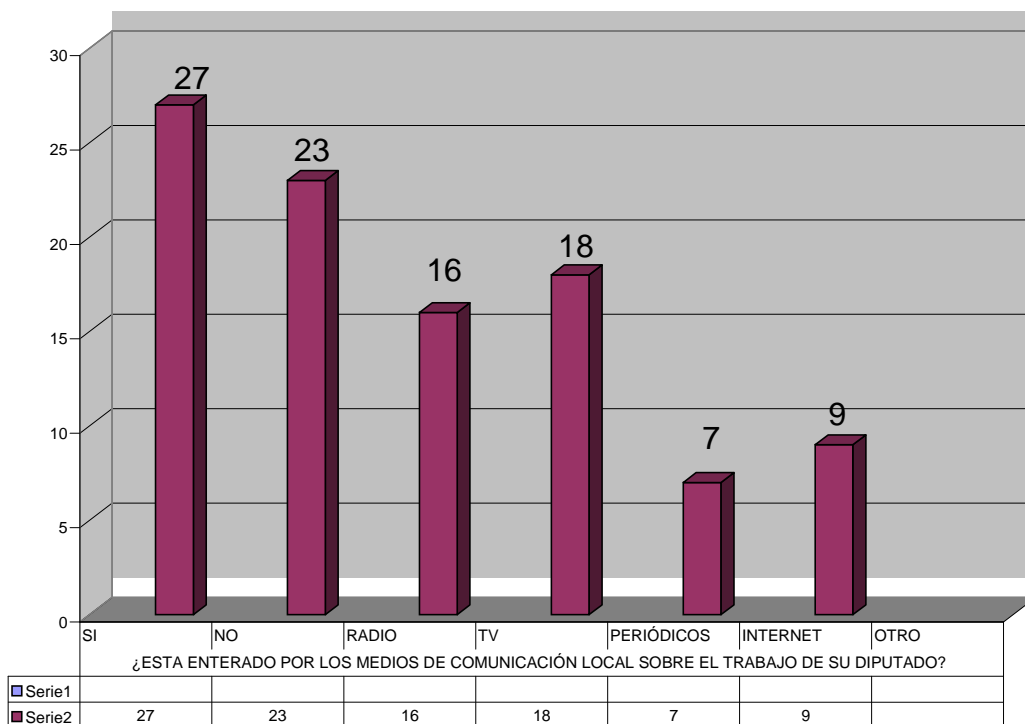
¿VISITA CON REGULARIDAD SU COLONIA?



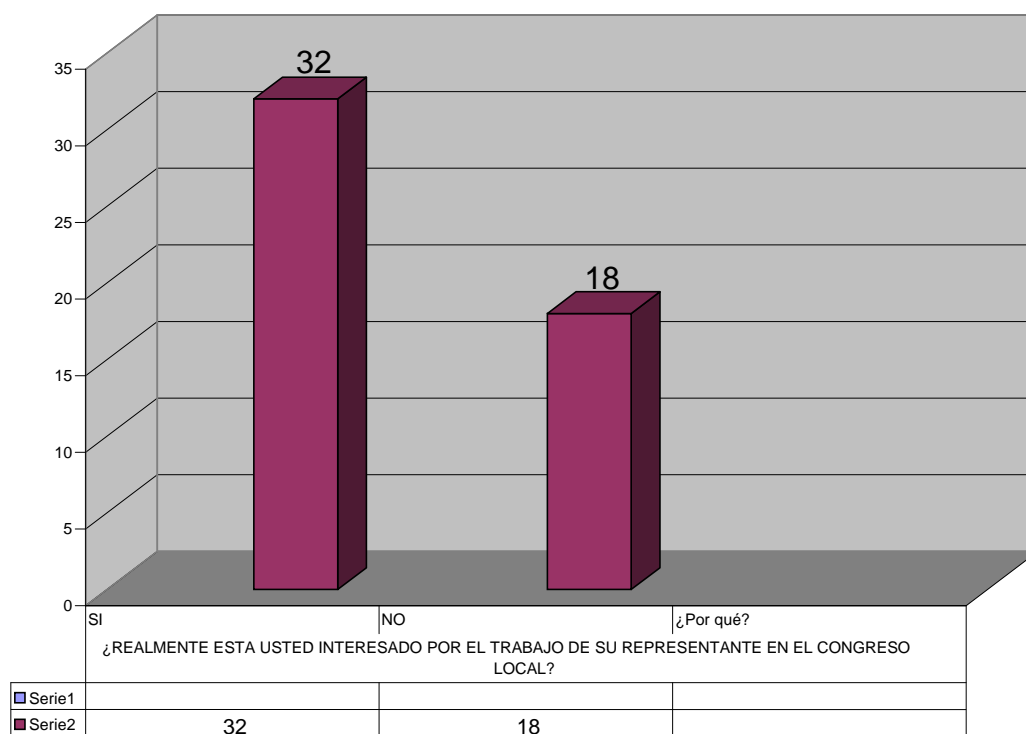
¿HA RECIBIDO ALGÚN APOYO POR PARTE DE ALGÚN DIPUTADO?



¿ESTA ENTERADO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL SOBRE EL TRABAJO DE SU DIPUTADO?

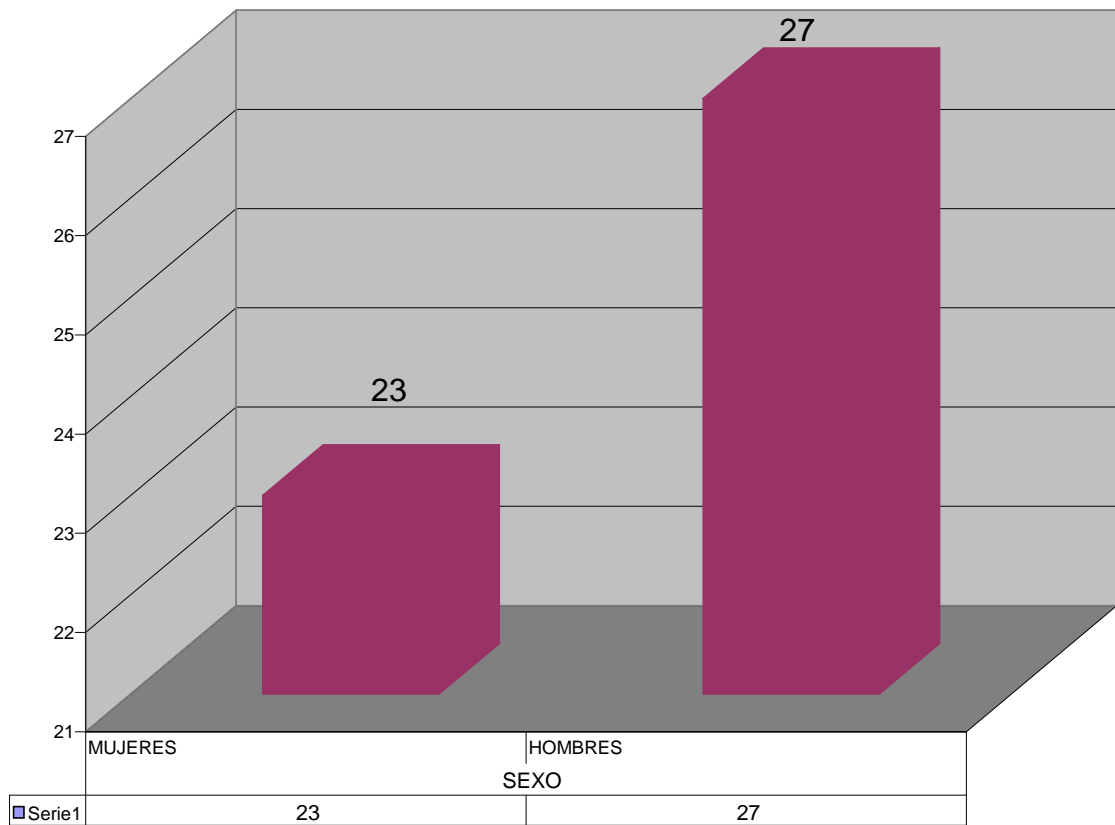


¿REALMENTE ESTA USTED INTERESADO POR EL TRABAJO DE SU REPRESENTANTE EN EL CONGRESO?

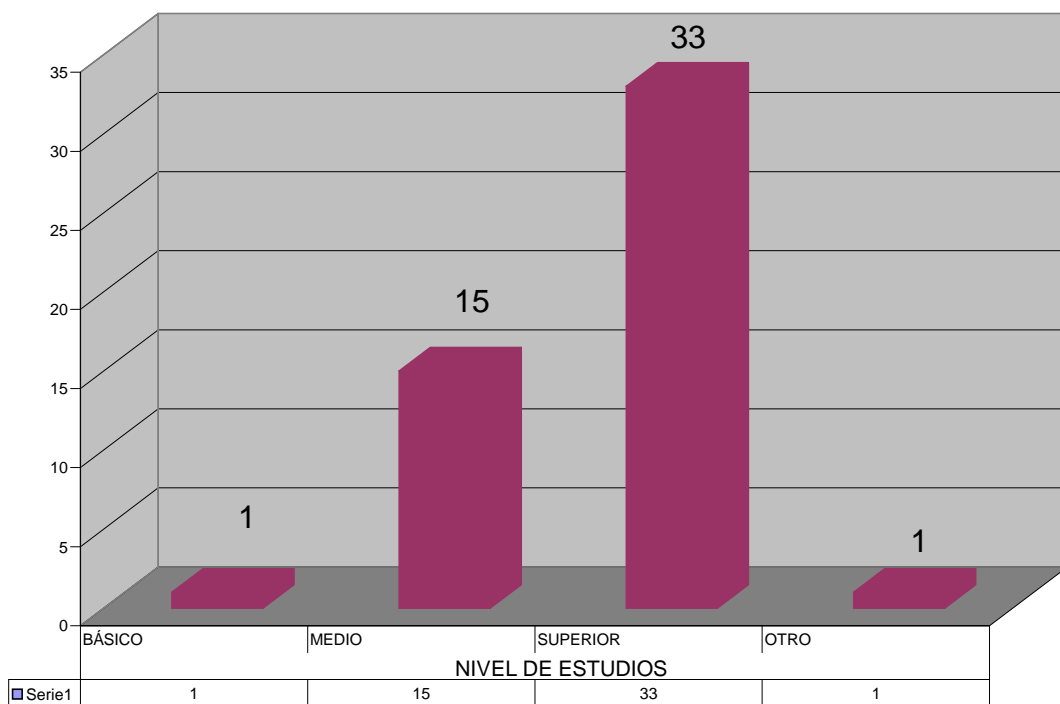


DISTRITO XVI.

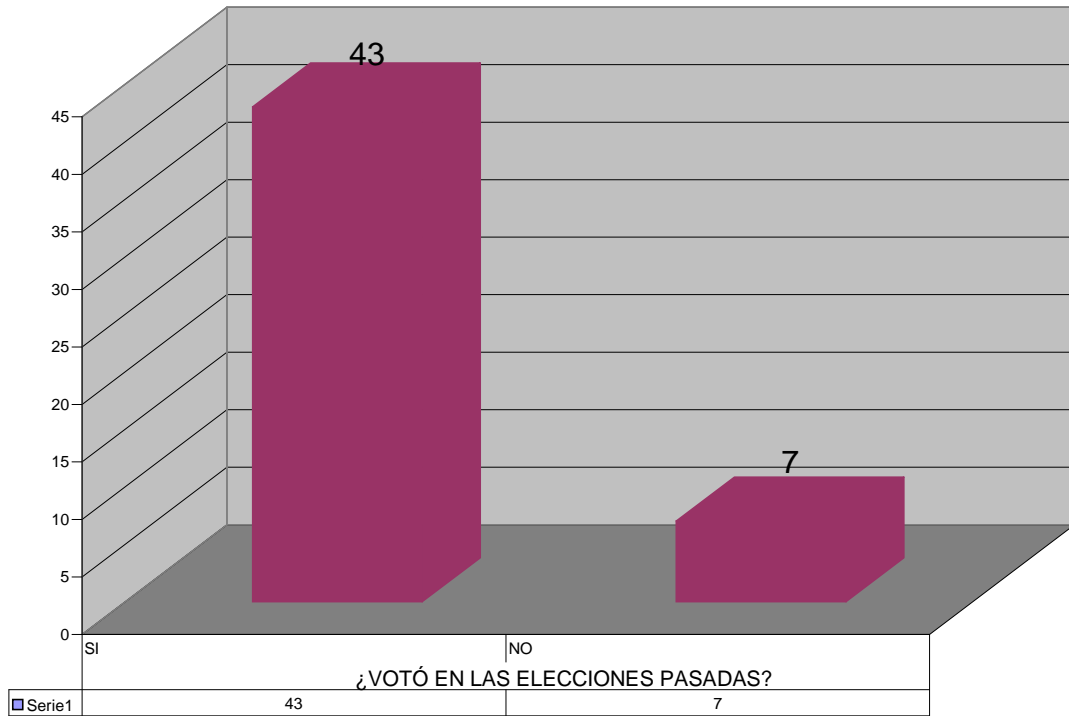
SEXO



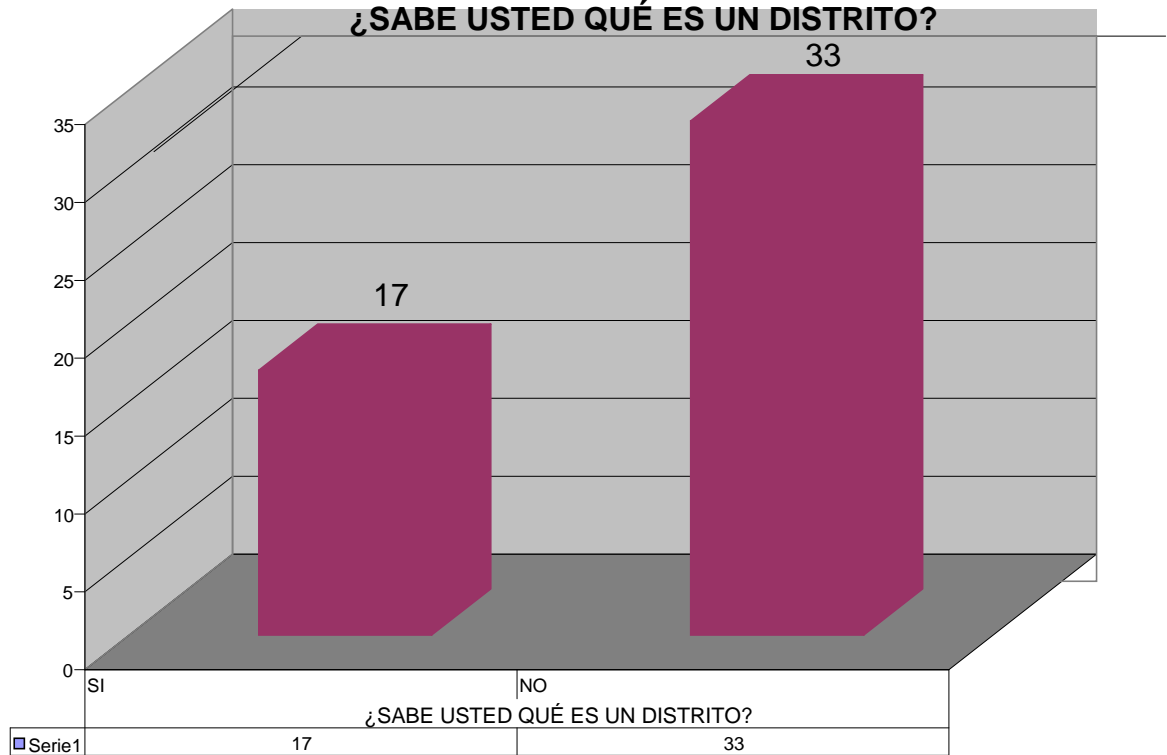
NIVEL DE ESTUDIOS



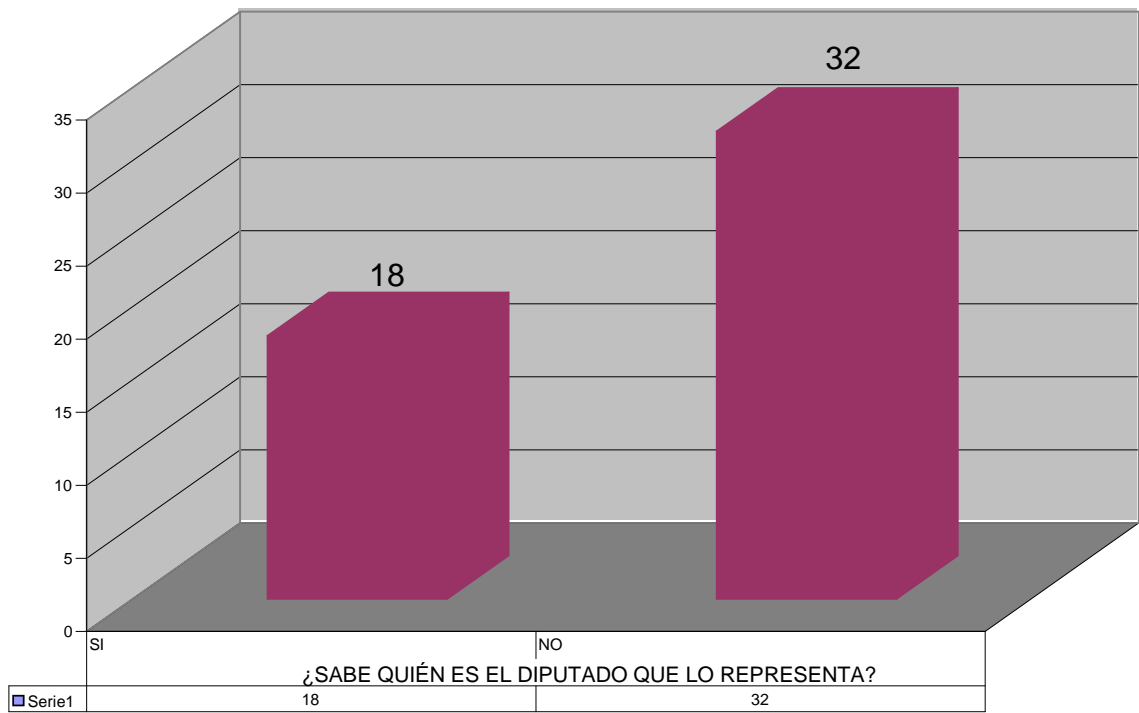
¿VOTÓ EN LAS ELECCIONES PASADAS?



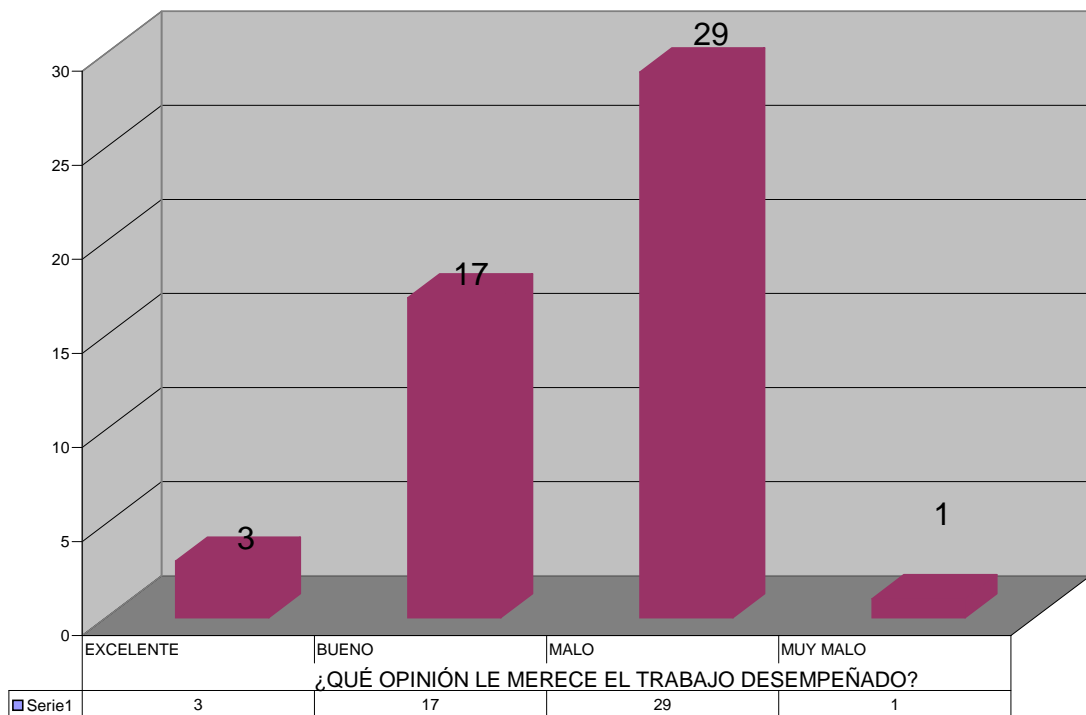
¿SABE USTED QUÉ ES UN DISTRITO?



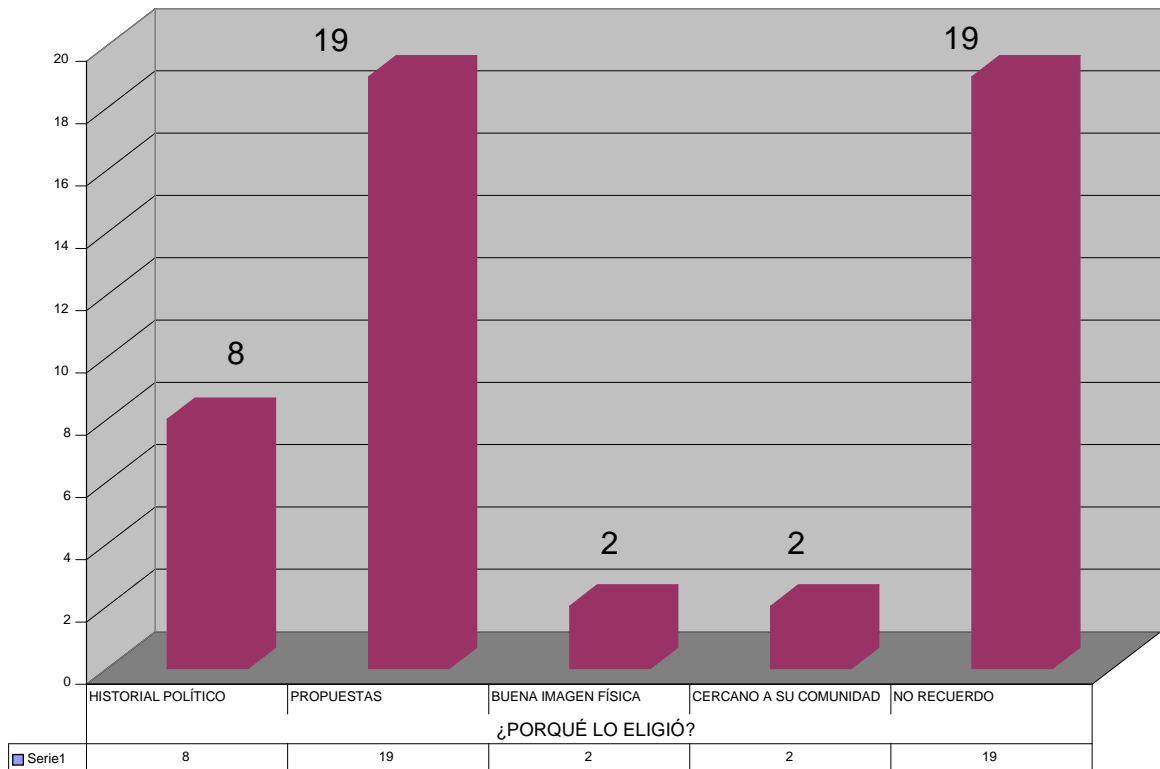
¿SABE QUIÉN ES EL DIPUTADO QUE LO REPRESENTA?



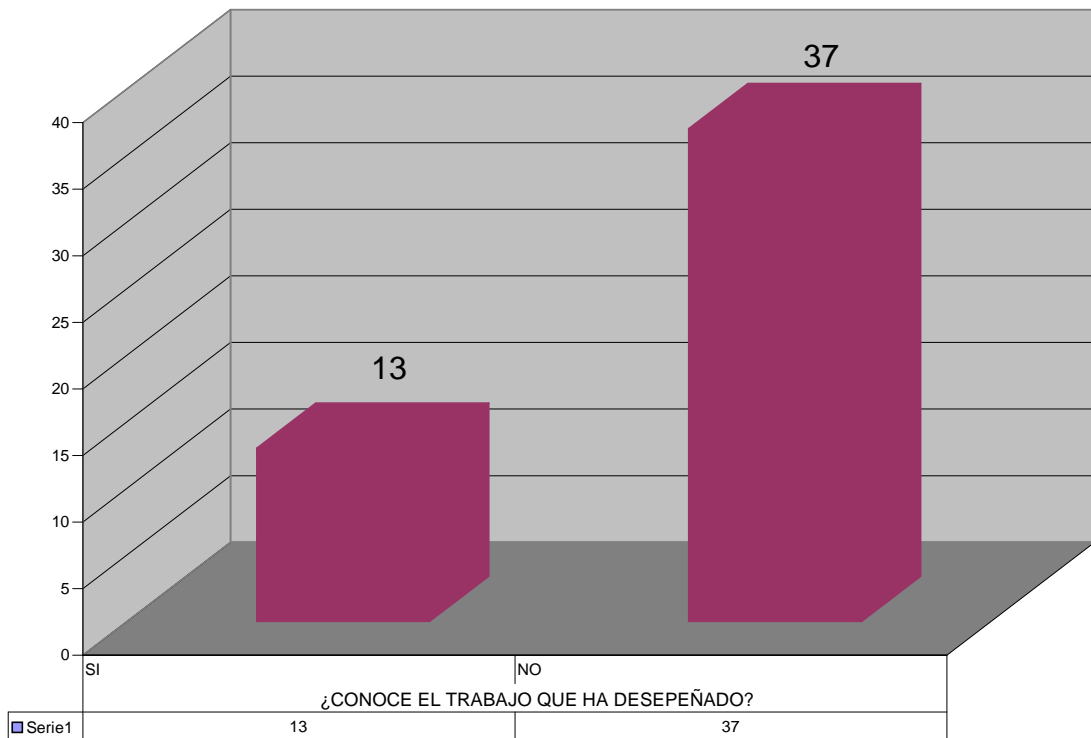
¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE EL TRABAJO DESEMPEÑADO?



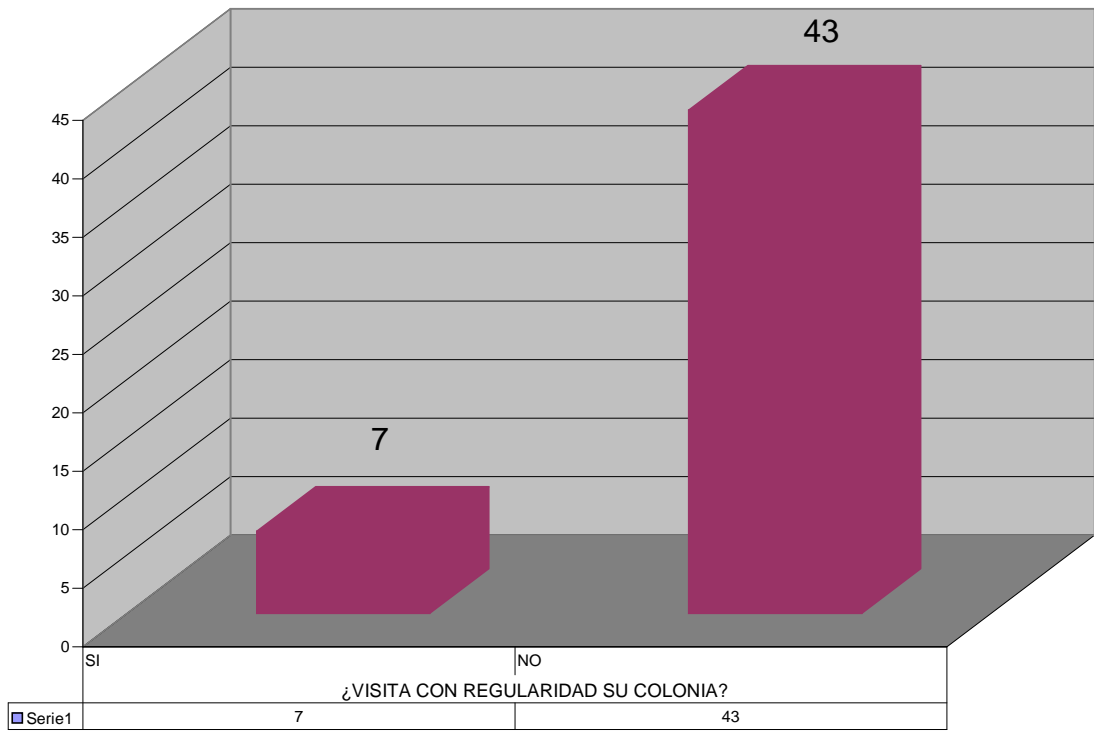
¿PORQUÉ LO ELIGIÓ?



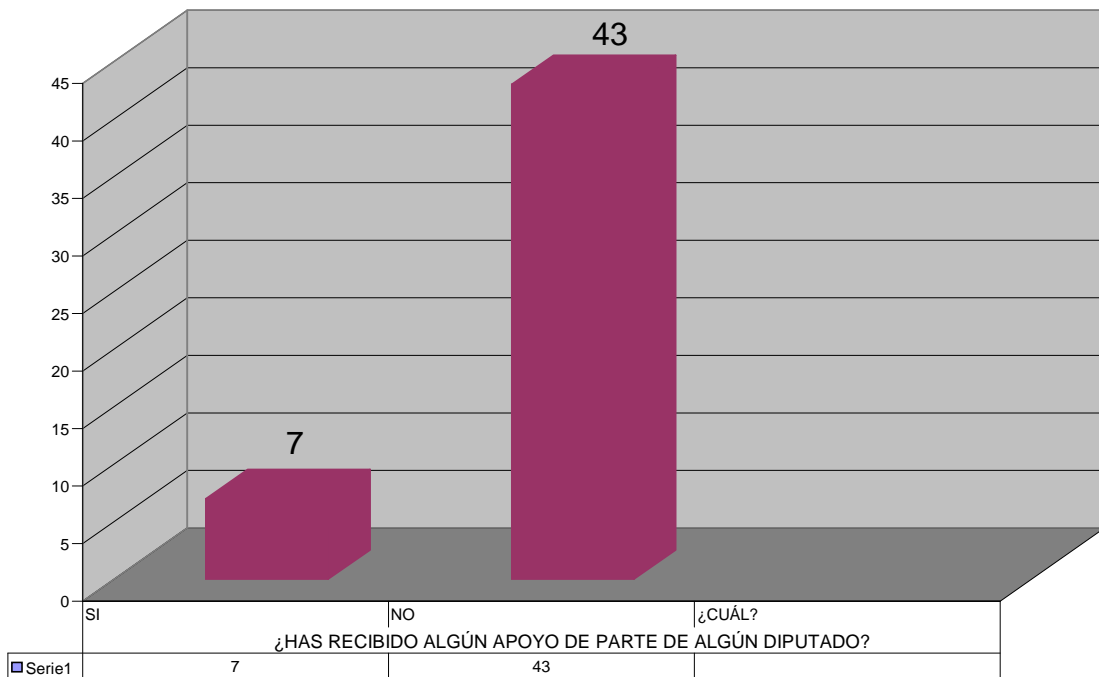
¿CONOCE EL TRABAJO QUE HA DESEPEÑADO?



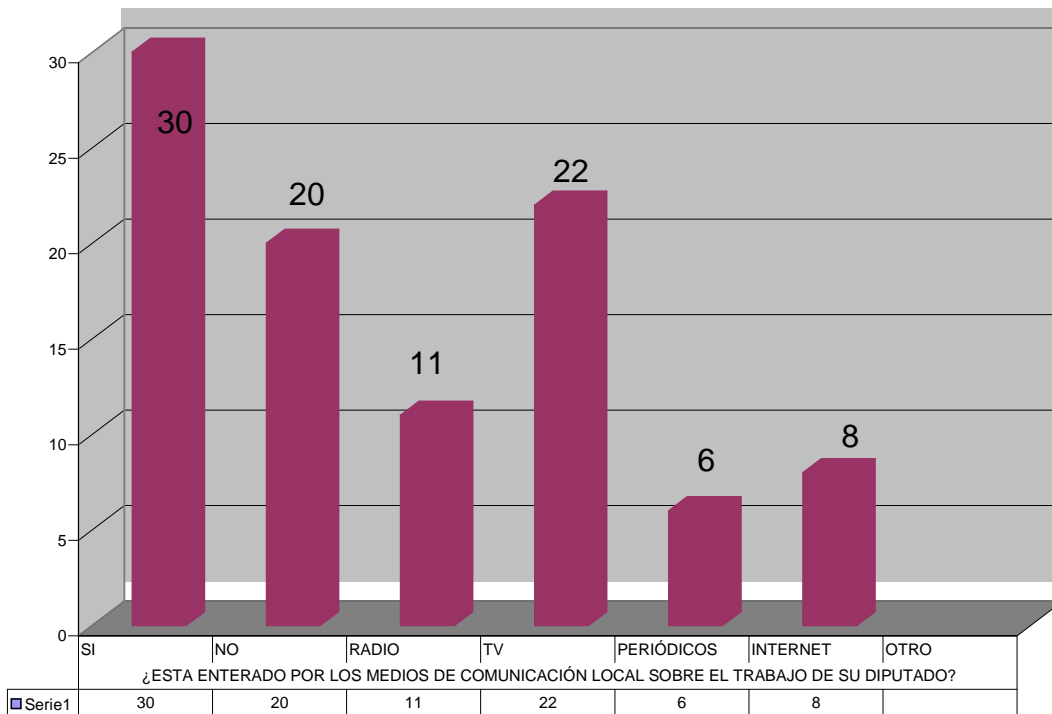
¿VISITA CON REGULARIDAD SU COLONIA?



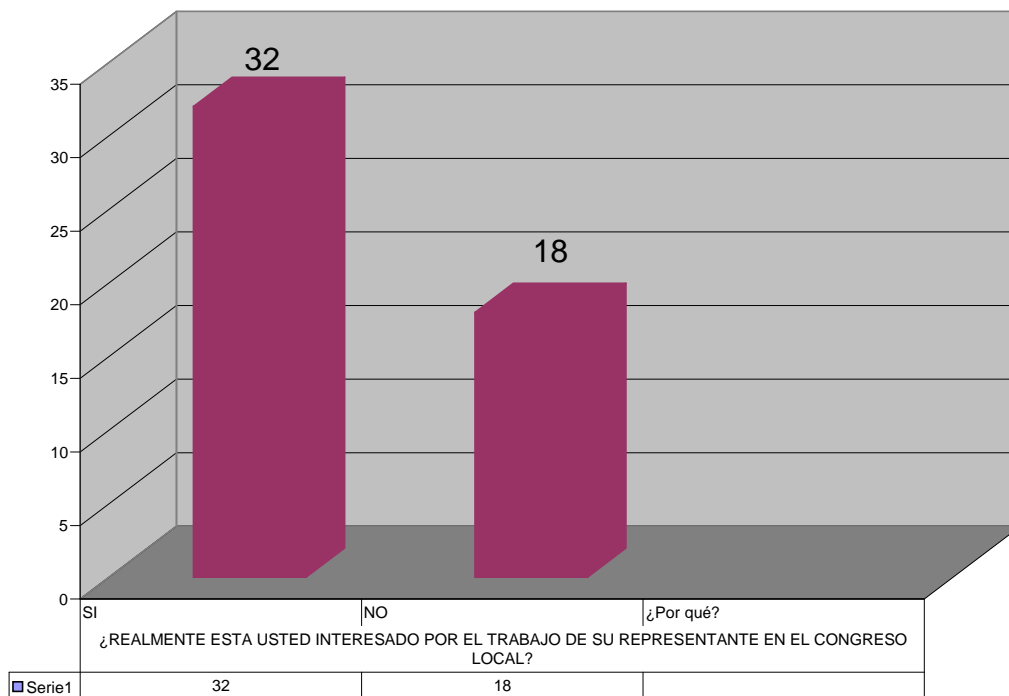
¿HAS RECIBIDO ALGÚN APOYO DE PARTE DE ALGÚN DIPUTADO?



¿ESTA ENTERADO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL SOBRE EL TRABAJO DE SU DIPUTADO?

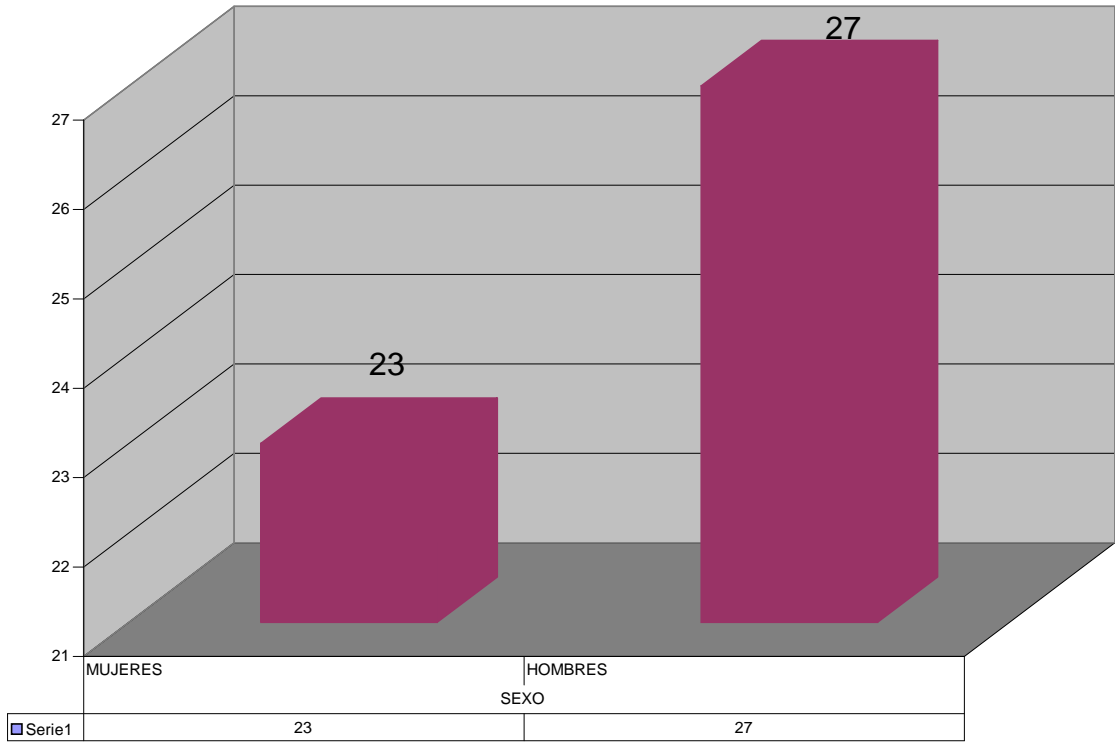


¿REALMENTE ESTA USTED INTERESADO POR EL TRABAJO DE SU REPRESENTANTE EN EL CONGRESO?

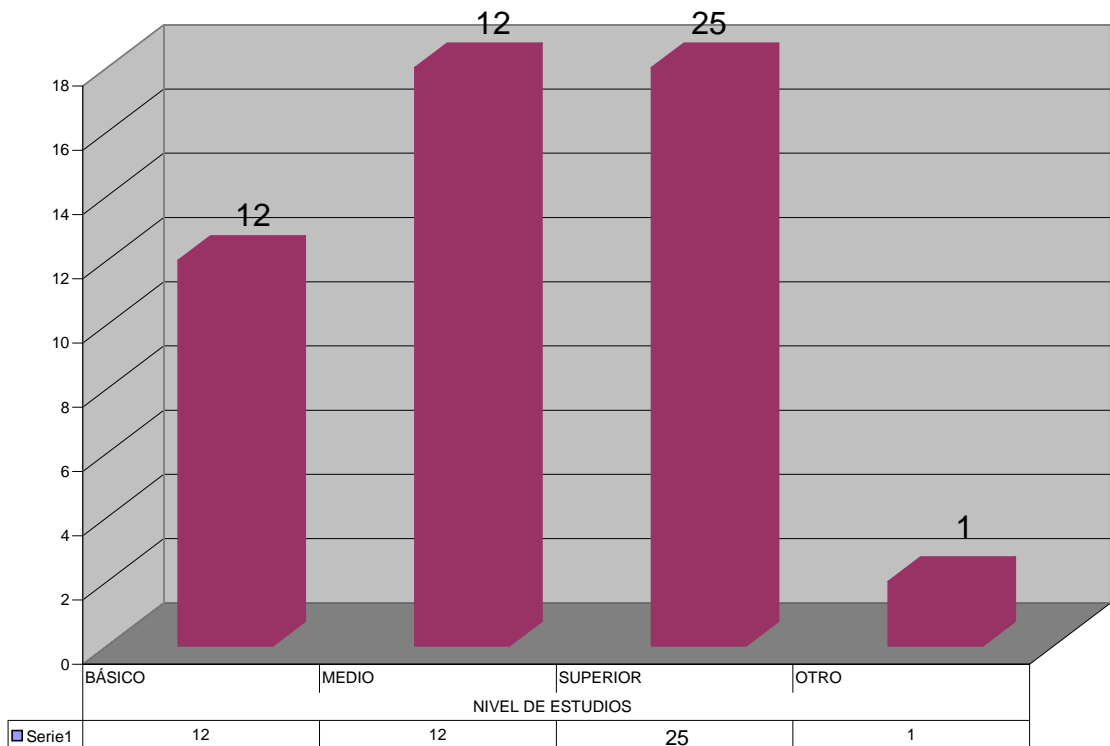


DISTRITO XVII

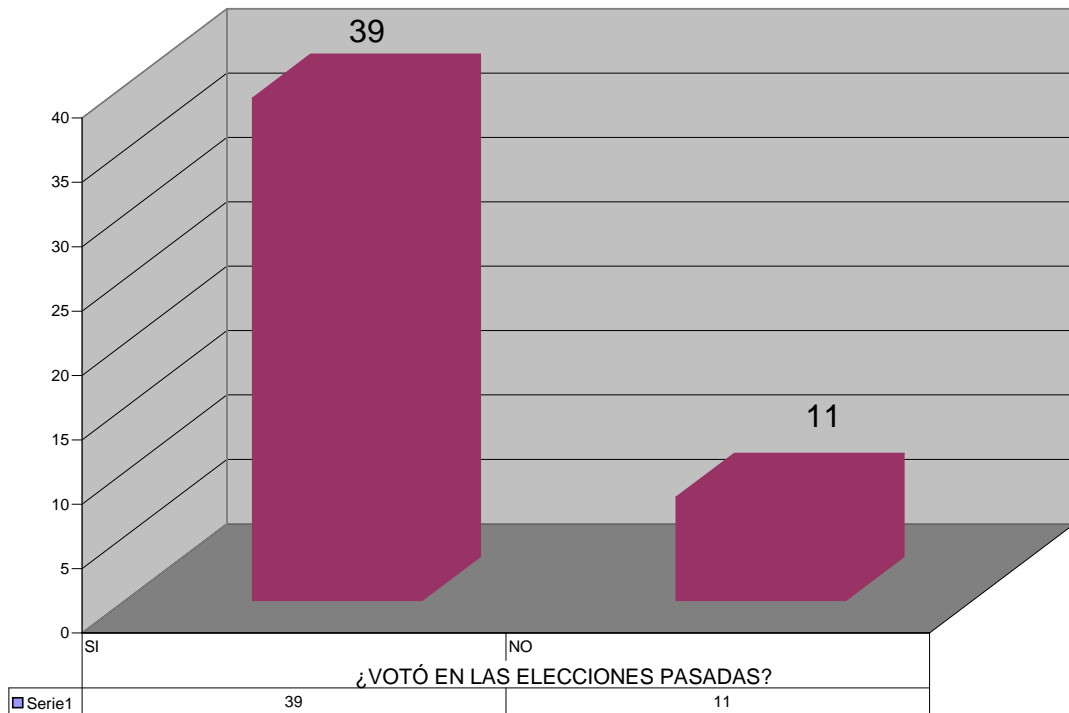
SEXO



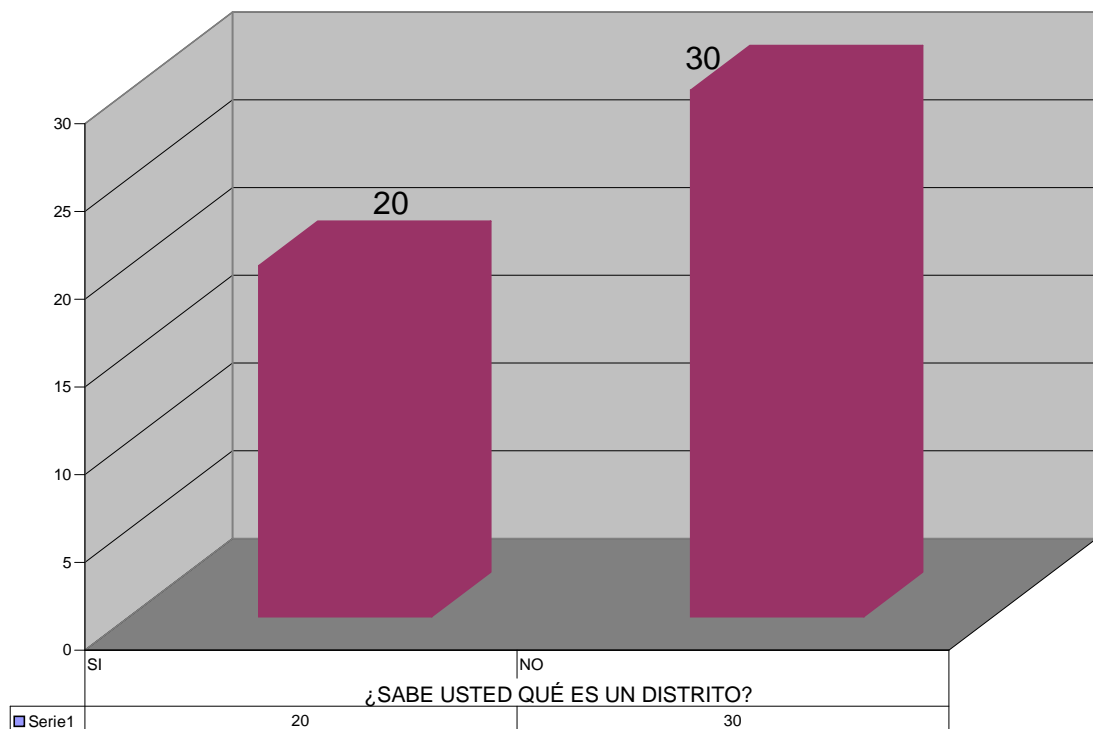
NIVEL DE ESTUDIOS



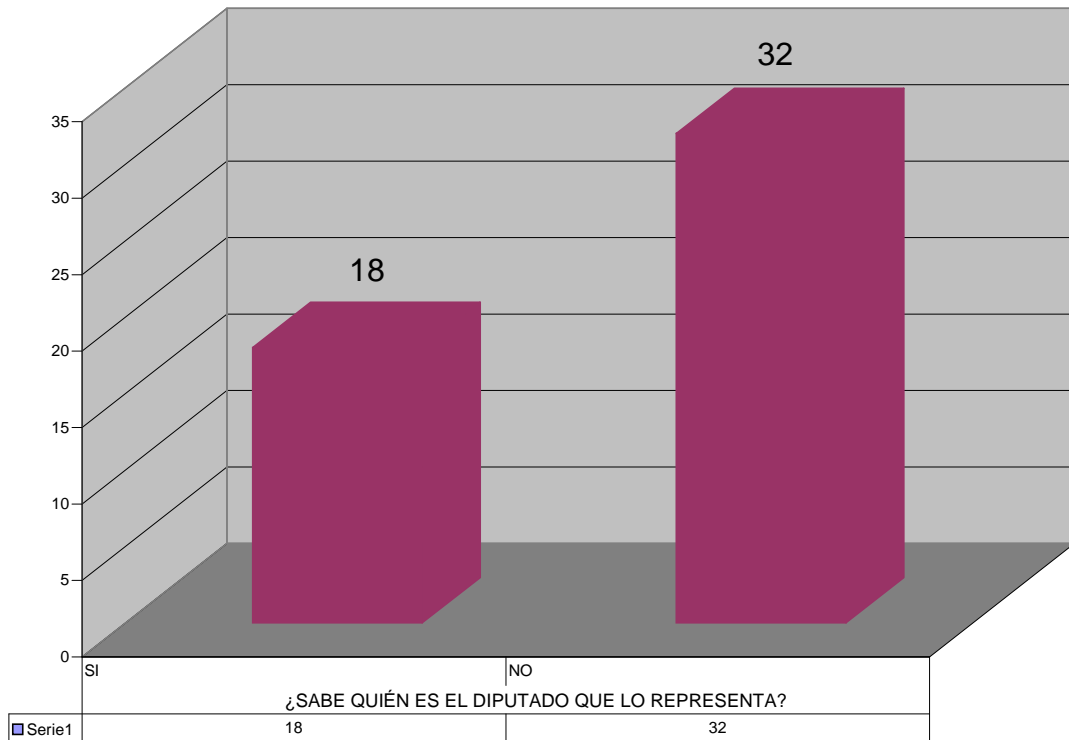
¿VOTÓ EN LAS ELECCIONES PASADAS?



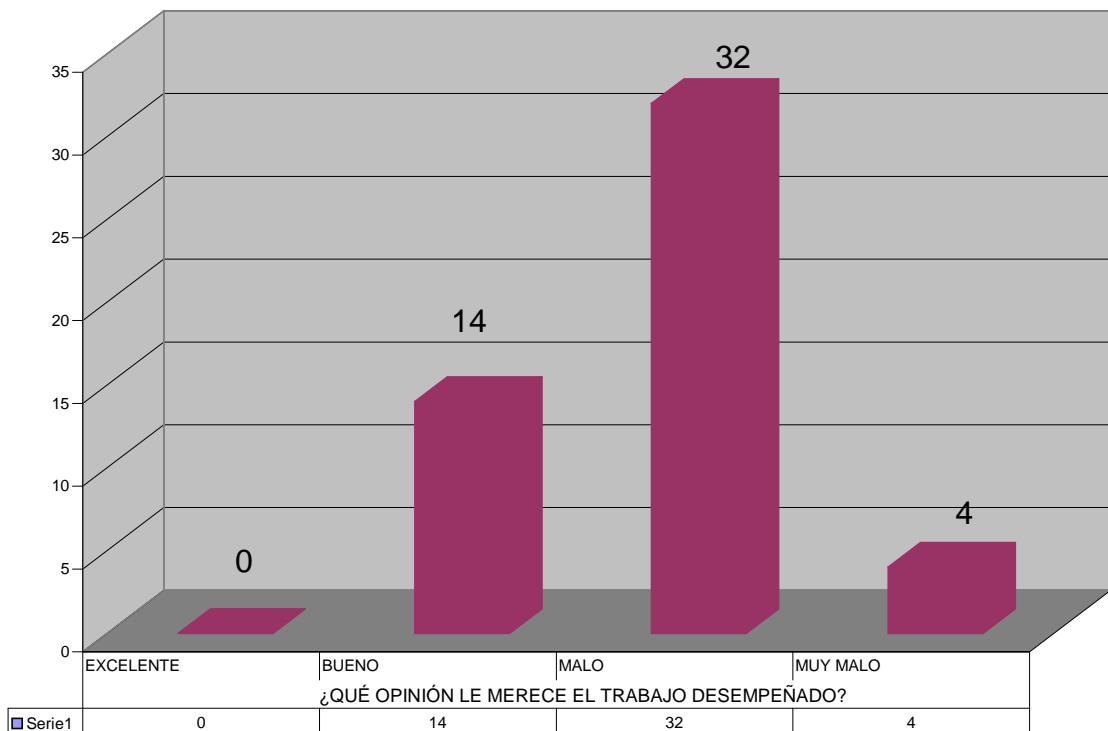
¿SABE USTED QUÉ ES UN DISTRITO?



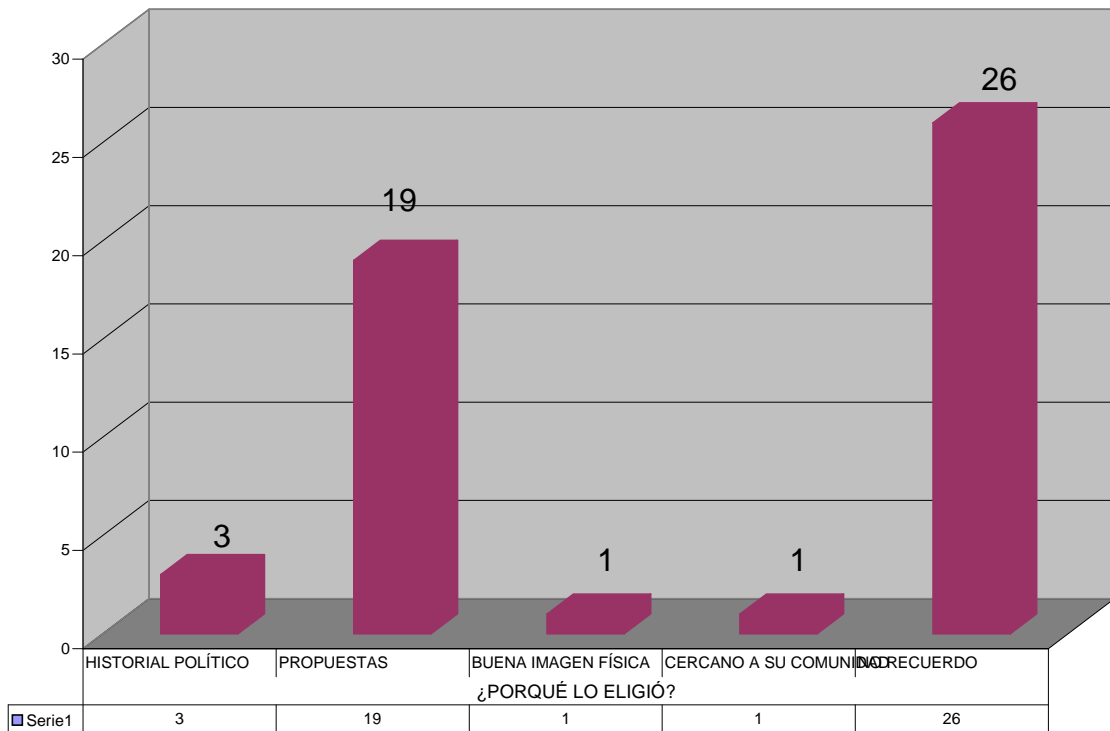
¿SABE QUIÉN ES EL DIPUTADO QUE LO REPRESENTA?



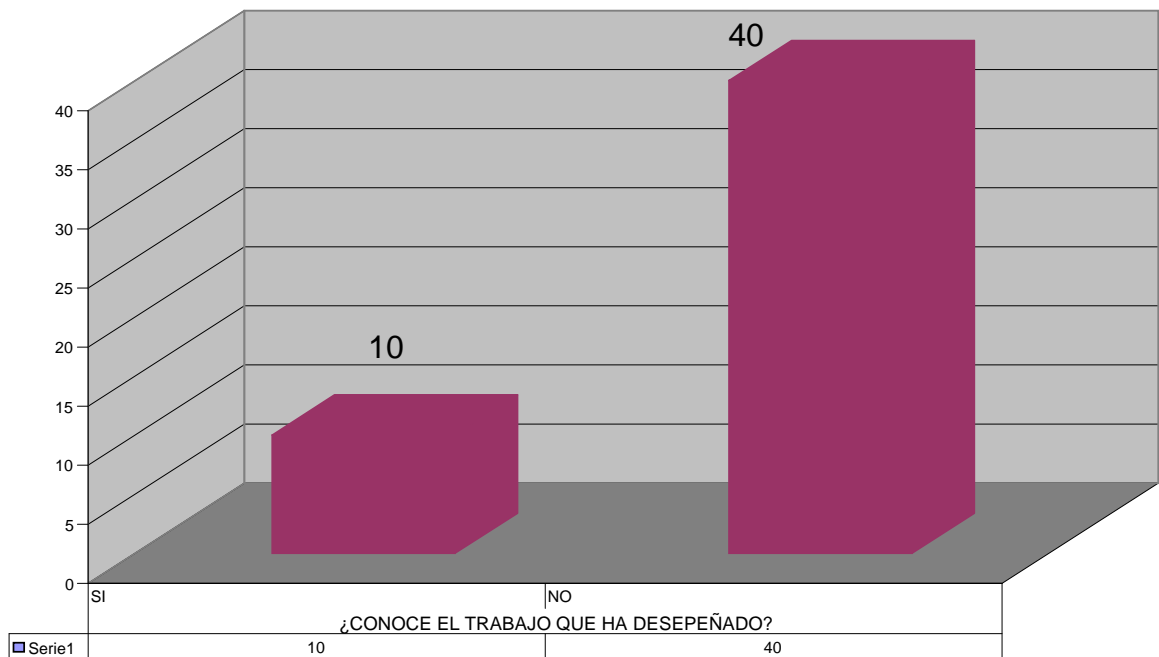
¿QUÉ OPINIÓN LE MERECE EL TRABAJO DESEMPEÑADO?



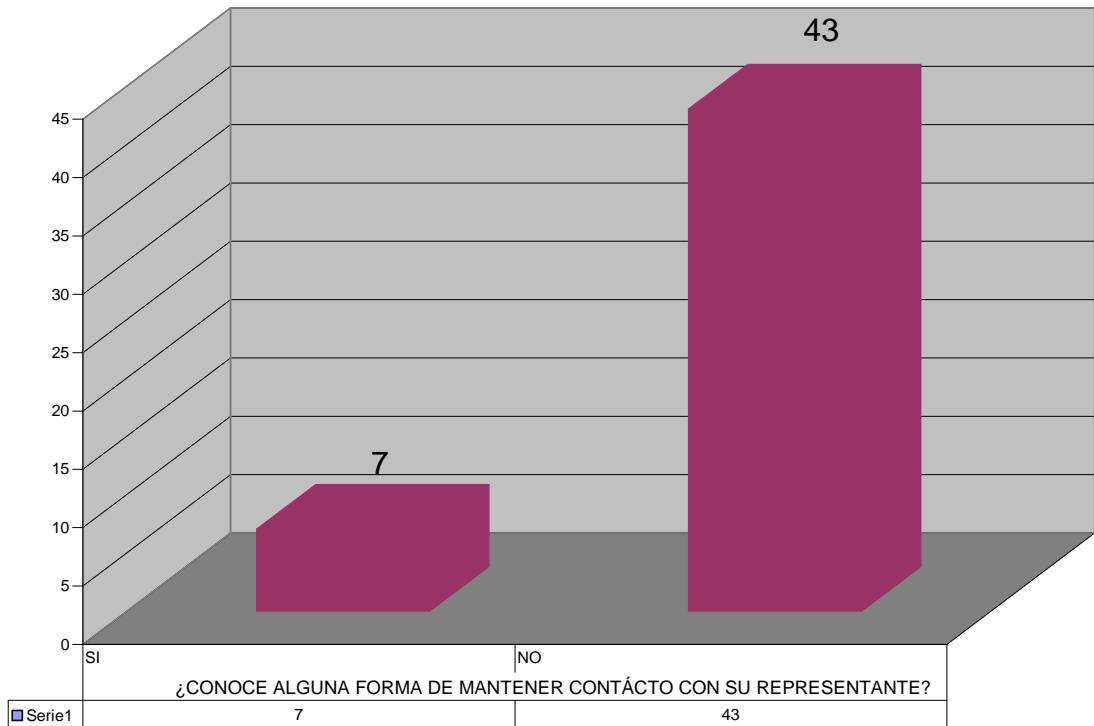
¿PORQUÉ LO ELIGIÓ?



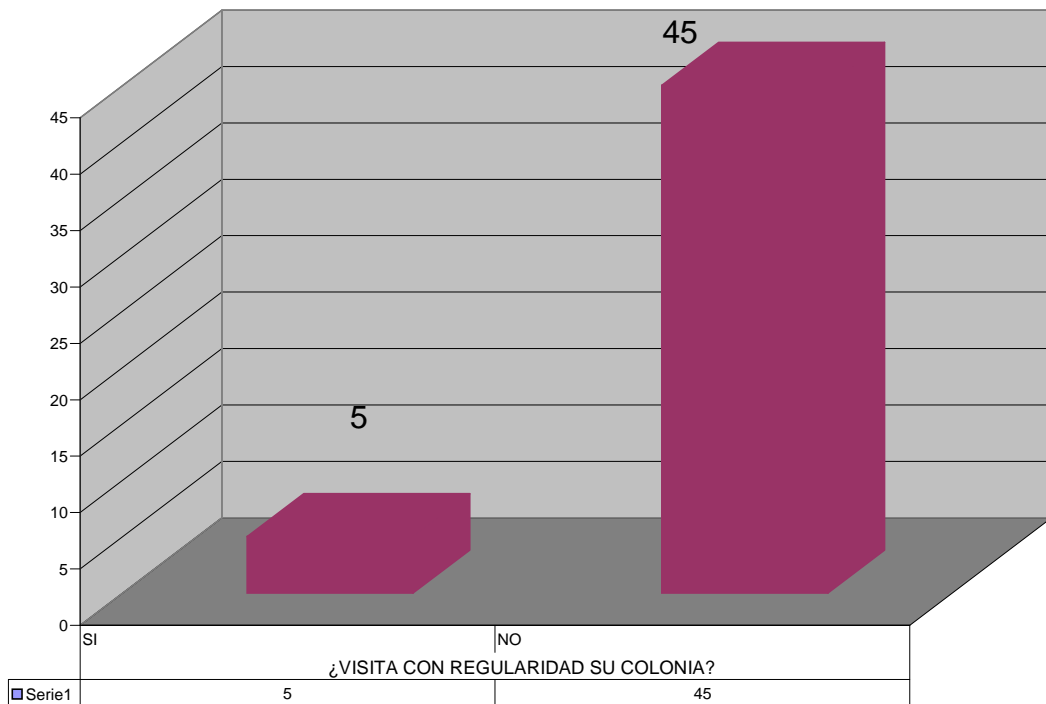
¿CONOCE EL TRABAJO QUE HA DESEPEÑADO?



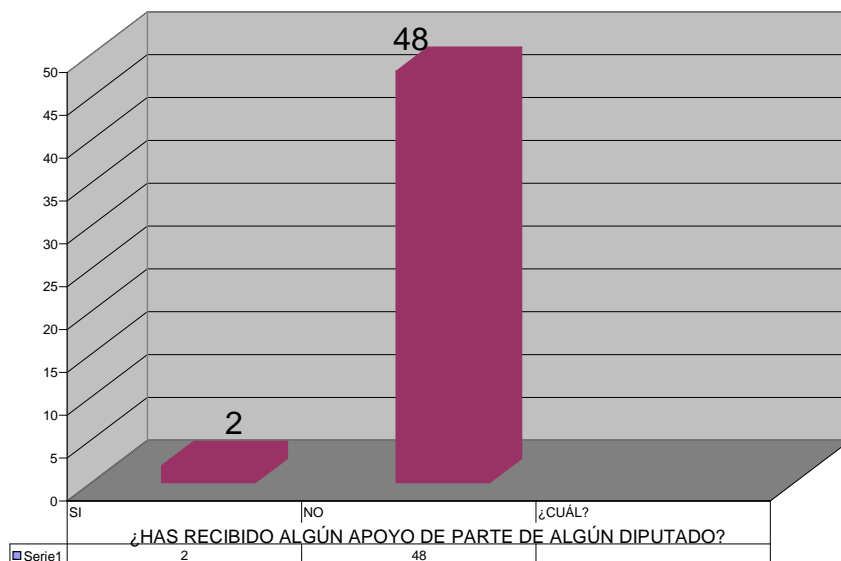
¿CONOCE ALGUNA FORMA DE MANTENER CONTACTO CON SU REPRESENTANTE?



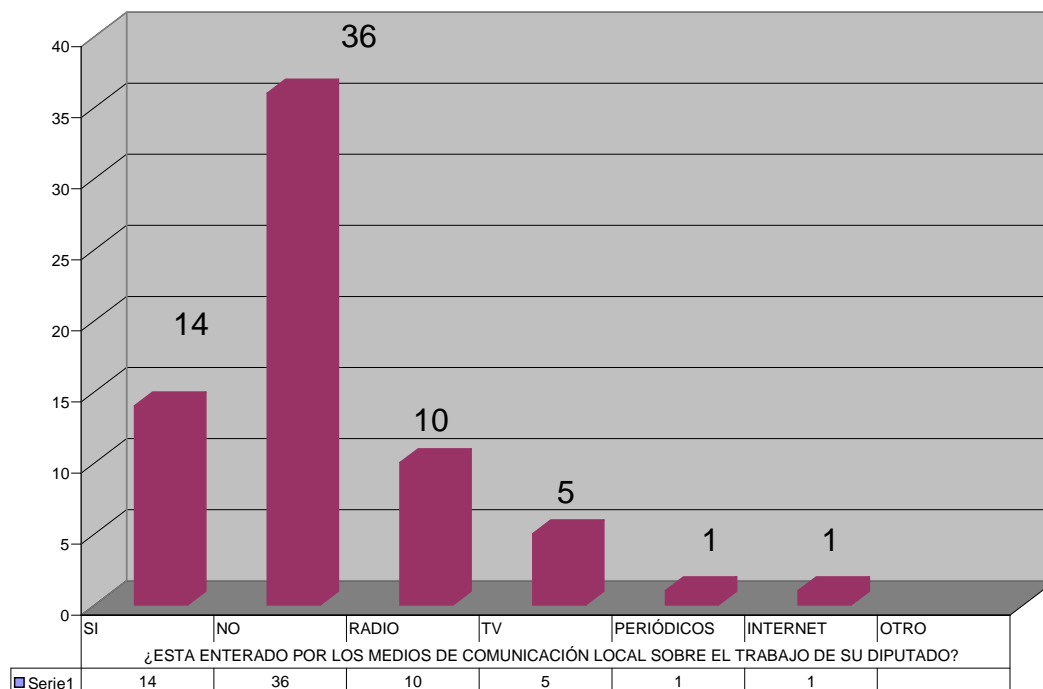
¿VISITA CON REGULARIDAD SU COLONIA?



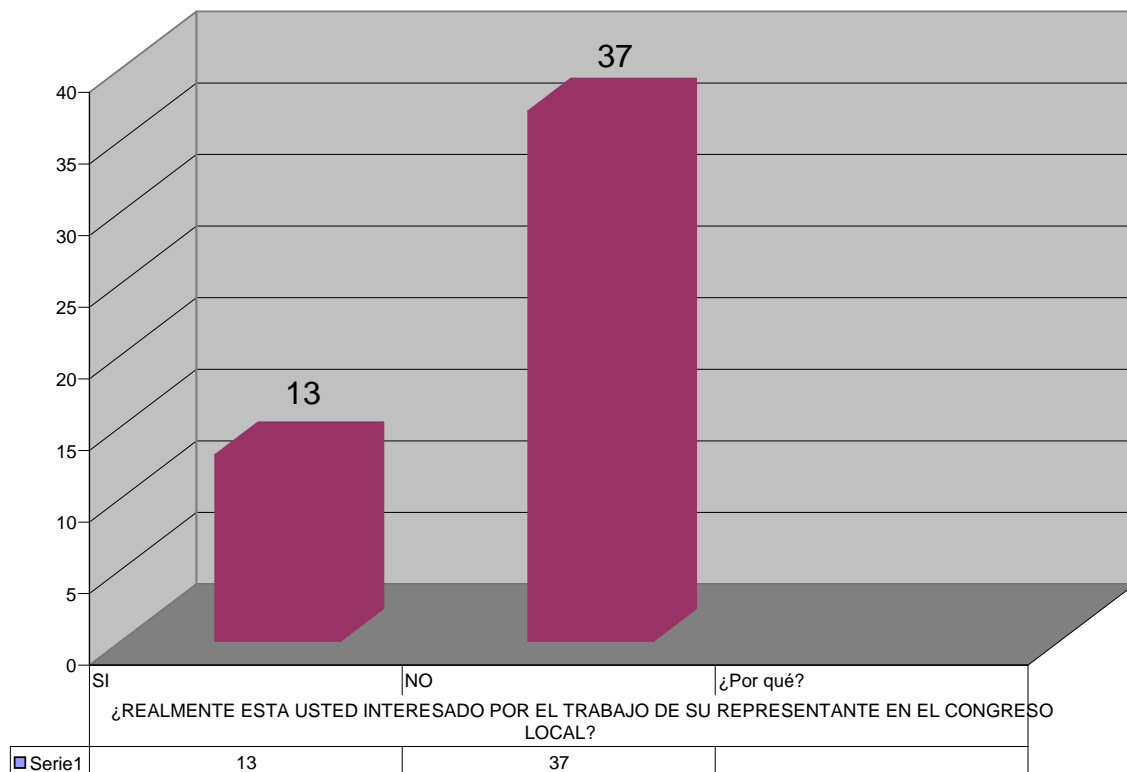
¿HAS RECIBIDO ALGÚN APOYO DE PARTE DE ALGÚN DIPUTADO?



¿ESTÁ ENTERADO POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOCAL SOBRE EL TRABAJO DE SU DIPUTADO?



¿REALMENTE ESTA USTED INTERESADO POR EL TRABAJO DE SU REPRESENTANTE EN EL CONGRESO?



CUADROS COMPARATIVOS

DISTRITO X
41 PERSONAS SÌ
VOTARON

DISTRITO XI
44 PERSONAS SÌ
VOTARON

DISTRITO XVI
43 PERSONAS SÌ
VOTARON

DISTRITO XVII
42 PERSONAS SÌ
VOTARON

DISTRITO X
22 PERSONAS
TIENEN NIVEL DE
ESTUDIOS
SUPERIOR
PRI LO
REPRESENTA

DISTRITO XI
25 PERSONAS
TIENEN NIVEL DE
ESTUDIOS
SUPERIOR
PAN LO
REPRESENTA

DISTRITO XVI
33 PERSONAS
TIENEN NIVEL DE
ESTUDIOS
SUPERIOR
PAN LO
REPRESENTA

DISTRITO XVII
25 PERSONAS
TIENEN NIVEL DE
ESTUDIOS
SUPERIOR
PAN LO
REPRESENTA

DISTRITO X

**40% DE LOS
ENCUESTADOS
CONOCEN A SU
DIPUTADO**

**68% DESCONOCE
EL TRABAJO
LEGISLATIVO**

**PRI LOS
REPRESENTA**

DISTRITO XVI

**64% DESCONOCE
QUIÈN ES SU
DIPUTADO**

**74 % DE LOS
ENCUESTADOS
NO CONOCEN EL
TRABAJO DE SU
DIPUTADO.**

**PAN LOS
REPRESENTA**

DISTRITO X

**82% NO CONOCE
ALGUNA FORMA
DE MANTENER
CONTACTO CON
SU
REPRESENTANTE**

**90 % DE LOS
ENCUESTADOS
ASEGURAN NO
HABER RECIBIDO
NINGÙN TIPO DE
APOYO DE SU
DIPUTADO.**

DISTRITO XI

**36% DE LOS
ENCUESTADOS
CONOCEN A SU
DIPUTADO**

**76% NO CONOCE
EL TRABAJO QUE
HA
DESEMPEÑADO.**

**PAN LOS
REPRESENTA**

DISTRITO XVII

**64% CALIFICÒ DE
MALO EL
TRABAJO
DESEMPEÑADO
POR SU
LEGISLADOR**

**52 % DE LOS
ENCUESTADOS
NO RECUERDAN
POR QUÈ
ELIGIERON A SU
DIPUTADO.**

**PAN LOS
REPRESENTA**

DISTRITO XI

**90% ASEVERA
QUE EL
DIPUTADO NO
VISITA
REGULARMENTE
SU COLONIA.**

**64 % DE LOS
ENCUESTADOS
REALMENTE
ESTÀN
INTERESADOS
POR CONOCER
EL TRABAJO DE
SU DIPUTADO**

DISTRITO XVI

**40% NO ESTÀ
ENTERADO POR
LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN
LOCAL SOBRE EL
TRABAJO DE SU
DIPUTADO.**

**44 % DE LOS
CIUDADANOS
QUE SÍ ESTÁN
ENTERADOS LO
HACEN POR
MEDIO DE LA
TELEVISIÓN
LOCAL.**

DISTRITO XVII

**74% DE LOS
CIUDADANOS
REALMENTE NO
ESTÁN
INTERESADOS EN
CONOCER EL
TRABAJO DE SU
DIPUTADO EN EL
CONGRESO
LOCAL.**

**784 % DE LOS
ENCUESTADOS SÍ
VOTARON
DURANTE LAS
ELECCIONES
PASADAS PARA
ELEGIR A SU
REPRESENTANTE**

DISTRITO XVII

**74% DE LOS
CIUDADANOS
REALMENTE NO
ESTÁN
INTERESADOS EN
CONOCER EL
TRABAJO DE SU
DIPUTADO EN EL
CONGRESO
LOCAL.**

**784 % DE LOS
ENCUESTADOS SÍ
VOTARON
DURANTE LAS
ELECCIONES
PASADAS PARA
ELEGIR A SU
REPRESENTANTE**

.