

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

*¿DE QUÉ SE FORMA UNA IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL?*

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADA EN PSICOLOGÍA SOCIAL

P R E S E N T A

OLVERA OCAÑA MÓNICA MARIBEL

JUNIO 1998

IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

**APROBACIÓN DE TESIS**

Unidad: Iztapalapa

División: Ciencias Sociales y Humanidades

Area: Psicología Social


Materia: Seminario de Investigación

Título: ¿De qué se forma una Imagen Política Presidencial?

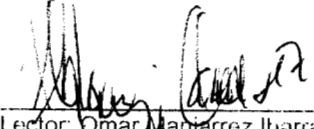
Nombre: Olvera Ocaña Mónica Maribel

Matrícula: 94325143

Fecha: Junio 1998



Asesor: Oscar Rodríguez Cerda



Lector: Omar Manjarrez Ibarra

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### ÍNDICE

I.- Resumen .....	4
II.- Introducción .....	5
III.- Capítulo I "Marco teórico".	
3.1 Imagen .....	9
3.2 Comunicación .....	9
3.3 Opinión .....	10
3.4 Actitud .....	11
3.5 Representación Social .....	12
IV.- Capítulo II "Metodología".	
4.1 Planteamiento del problema .....	17
4.2 Objetivo general .....	17
4.3 Hipótesis .....	17
4.4 Variables .....	17
4.5 Sujetos .....	17
4.6 Aparatos .....	18
4.7 Procedimiento .....	18
4.7.1 Cuestionario de asociación libre .....	19
4.7.2 Palabras y frecuencias .....	21
4.7.3 Categorías .....	24
4.7.4 Resumen general de categorías .....	27
4.7.5 Cuestionario de caracterización .....	29
4.7.6 Frases significativas .....	32
4.7.7 Frases según la dimensión actitudinal .....	36
4.7.8 Cuestionario de actitudes .....	37
V.- Capítulo III "Resultados".	
a) Primer instrumento	
5.1 Árbol máximo (sexo femenino) .....	41
5.2 Clique (sexo femenino) .....	43
5.3 Árbol máximo (sexo masculino) .....	45
5.4 Clique (sexo masculino) .....	47

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### b) Segundo instrumento

5.6 Correlación "r" de Pearson (sexo femenino) .....	50
5.7 Correlación "r" de Pearson (sexo masculino) .....	51
5.7 Cuadro de resultados .....	52
VI.- Capítulo IV "Conclusiones" .....	53
VII.- Anexos	
7.1 Matriz sociométrica .....	57
7.2 Transcripción de entrevistas .....	59
7.3 Sabana de datos (r de Pearson) .....	69
VIII.- Bibliografía y Hemerografía .....	71

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### **RESUMEN**

La presente investigación tiene como finalidad saber **¿de qué se forma una imagen política presidencial?**, partiendo con el supuesto de que las imágenes políticas están formadas por opiniones, actitudes y representaciones sociales.

Para llevar a cabo el estudio, se tomó como población la Escuela Bancaria y Comercial de la ciudad de México.

Entre otros aspectos, se obtuvo que los estudiantes de dicha universidad no tienen una representación social del Presidente de la República Mexicana a nivel institucional, ya que para referirse a su imagen, la relacionan con Ernesto Zedillo (actual presidente) y le dan una connotación negativa.

En cuanto a las expectativas sobre el próximo presidente de la República, se encontró que los universitarios consideran como lo más importante, que el mandatario debe conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo; no dejarse corromper por el poder; y tener más decisión.

## **INTRODUCCIÓN**

La política siempre ha generado polémica entre la población. Por esta razón y por la importancia de la Política en el desarrollo de la sociedad, algunos Psicólogos Sociales se han dado a la tarea de investigar cuestiones relacionadas con el tema.

Sin embargo no han hecho mucho énfasis sobre la importancia de las imágenes políticas y su formación. Este es precisamente el objetivo de la presente investigación, saber **¿de qué se forma una imagen política?**.

Por otra parte, hablar de una imagen política en general es abstracto, por lo tanto se estudiará la formación de la imagen política del próximo presidente de la República Mexicana (período 2000-2006)

Para darle solución a este problema se parte del supuesto de que la formación de la imagen política presidencial esta compuesta por opiniones, actitudes y representaciones sociales, y para demostrar esto, se ha realizado un estudio, tomando como población a los universitarios de la Escuela Bancaria y Comercial (EBC) de la ciudad de México.

En el desarrollo del estudio participaron 170 sujetos (Tomando como característica de interés el sexo) divididos de la siguiente forma

- Etapa 1: 15 mujeres y 15 hombres.
- Etapa 2: 35 hombres y 35 mujeres.
- Etapa 3: 05 mujeres y 05 hombres.
- Etapa 4: 60 hombres y 60 mujeres.

El método utilizado se encuentra dividido en 4 etapas que son:

- 1) Aplicación de cuestionario de asociación libre, el cual mediante análisis de contenido sirvió para redactar el cuestionario de caracterización.
- 2) Aplicación del cuestionario de caracterización.
- 3) Realización de entrevistas abiertas, a las que se les aplicó análisis de contenido para obtener así el cuestionario de actitudes.
- 4) Aplicación de cuestionario de actitudes.

El desarrollo del trabajo se muestra como sigue:

En el capítulo I se exponen las definiciones de los conceptos de imagen, comunicación, y se esbozan los puntos principales de la teoría de la opinión pública, teoría de las actitudes y de la teoría de la representación social.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

En el capítulo II se explican los aspectos metodológicos como son: Planteamiento del problema, hipótesis, sujetos participantes, instrumento; así como el procedimiento que se llevo a cabo para recabar la información.

En el capítulo III se presentan gráficas (árboles representacionales y correlación "r" en cuestionario de actitudes) de los datos obtenidos de la aplicación de los dos instrumentos y la interpretación de los resultados encontrados.

En el capítulo IV se exponen las conclusiones de la investigación, de lo cual se puede decir, que los estudiantes de la Escuela Bancaria y Comercial de la ciudad de México, no tienen una representación social del Presidente de la República Mexicana a nivel institucional, ya que para referirse a su imagen, la relacionan con Ernesto Zedillo (actual presidente) y le dan una connotación negativa, en donde se encuentran características como: manipulación, indecisión, corrupción e incompetencia entre otras.

Respecto a las expectativas sobre el próximo presidente de la República, se encontró que los universitarios consideran como lo más importante, que el mandatario debe conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo; no dejarse corromper por el poder; y tener más decisión.

Y finalmente se presentan los anexos como auxiliares para una mejor explicación, así como la bibliografía consultada para apoyo de la investigación.

### **CAP. I "MARCO TEÓRICO"**

El interés por realizar la presente investigación surgió al leer en el periódico un artículo en el cual se entrevistaba a Víctor Gordo, director de Consultoría en Imagen pública y al publicista Carlos Alazraki encargado de crear la imagen del candidato priista (a la gubernatura del Distrito Federal) Alfredo del Mazo.

Gordo menciona que en nuestra sociedad mexicana al igual que en otras, lo que domina son las percepciones y no las realidades, por eso la importancia de crear imágenes políticas.

<sup>1</sup> "...Los estímulos producen la percepción, la percepción produce la imagen y la imagen produce la reputación..." p1

Menciona el consultor que la creación de la imagen pública debe seguir una metodología científica que comprende varias etapas, mismas que Alazraki identifica como:

- 1) Conocer al candidato
- 2) Hacer una investigación sobre la percepción que hay de él.
- 3) Elaborar una estrategia de ataque.
- 4) Desarrollo de ésta y sus ajustes.
- 5) Ser flexible para poder responder.

Como se puede observar, la política es un tema de relevancia para la población. Por esta razón y por su importancia en el desarrollo de la sociedad, algunos Psicólogos Sociales se han dado a la tarea de investigar cuestiones relacionadas con el tema. Sin embargo no han hecho mucho énfasis sobre la importancia de las imágenes políticas y su formación.

De ahí nace el objetivo de la presente investigación, que es saber ¿de qué se forma una imagen política presidencial?.

Imagen se entiende como una base de la comunicación, como una aportación de información que designa lo real.

Habitualmente se estudian las imágenes desde el plano de las opiniones y la comunicación, ya que es en este donde se les da una significación. En la mayoría de dichos estudios se realizan encuestas de opinión para observar el impacto de alguna imagen o en otros casos, se llevan a cabo estudios sobre comunicación, enfocados más que nada hacia los efectos que los medios de comunicación ejercen sobre las masas, así como las actitudes sociales de las personas en cuanto a interés / falta de interés hacia determinadas señales (Howe, 1989).

---

<sup>1</sup> *Imágenes*, (1997, Mayo 28). [El universal](#).



## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Harold D. Lasswell profesor de Chicago, aplicando su famosa fórmula: "quién dice qué a quién, cómo y con qué efectos", analizó las tendencias ideológicas de los programas radiados basándose en la frecuencia de aparición y en la valoración dada a diferentes palabras-clave tales como Hitler, democracia, etc. La técnica utilizada es conocida con el nombre de "análisis del contenido". Bernard Berelson, dice que esta técnica consiste en describir el contenido manifiesto de una comunicación, de un modo objetivo, sistemático y cuantitativo. Esto permite hablar de un "análisis objetivo".

Sin embargo, en esta investigación se explicará el estudio de las imágenes tomando como base la teoría de la Representación Social.

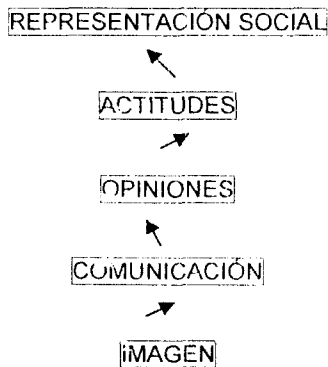
¿Por qué la teoría de la Representación Social?

Porque las representaciones en tanto que proceso social, sólo pueden aparecer en grupos y sociedades en las que el discurso incluye comunicación. Una comunicación que implica tanto puntos de vista compartidos como divergentes sobre diversas cuestiones.

Esto significa que una representación social se articula en las comunicaciones sociales, y estos puntos de vista compartidos o divergentes no son más que las opiniones y actitudes que las personas pueden tener sobre un objeto en determinada situación.

Se puede decir que ella se localiza en los intercambios y en las relaciones sociales y constituye el contenido. Sin embargo, no se puede comprender más que inserta en una teoría del sujeto, del objeto y de la interacción social.

De acuerdo a lo anterior, el por qué del uso de la teoría se explica en el siguiente esquema.



## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Donde **imagen** se define como:

<sup>2</sup> "...un soporte de la comunicación visual, que materializa un **fragmento** del medio óptico (universo perceptivo) susceptible de persistir a través del tiempo..."  
p. 47

"soporte" es la abstracción y "fragmento del universo perceptivo" es el carácter concreto. Y lo más importante, imagen se entiende como una base de la comunicación, como una aportación de información que designa lo real.

Cabe mencionar que una imagen o más exactamente el uso que se puede hacer de ella, es susceptible de variar con el tiempo, es decir, depende del contexto sociohistórico, cultural y geográfico para la significación que se dé de ella.

Ahora bien, la comunicación visual esta compuesta por un conjunto de señales verbales y no verbales (como las expresiones faciales, posición del cuerpo, postura, movimiento, gestos de la mano y señales paralingüísticas, etc.) que influyen en la conducta de las personas.

La comunicación social es de suma importancia en la formación de las representaciones porque ella sirve de ducto para que exista un continuo flujo de imágenes, valores, opiniones, juicios, etc., los cuales al paso del tiempo se mantienen, se modifican, desaparecen o surgen otros.

Esto se debe a que la **comunicación** no se reduce a transmitir los mensajes originales o a transportar informaciones inmutables, sino que hace diferencias, traduce, interpreta y combina estos mensajes, de la misma manera que los grupos inventan, diferencian o interpretan los objetos sociales o las representaciones de los otros grupos.

En el proceso de comunicación se va tras las huellas que llevan a la génesis de las imágenes y los vocabularios sociales (Moscovici, 1979). Por tanto, las vivencias personales también constituyen un factor fundamental que determina la aproximación que se tenga con los objetos sociales, es decir, condicionan la manera de percibir la realidad social.

Cuando la comunicación se genera se forman opiniones, ya que todo proceso comunicativo trae consigo el contenido de un mensaje que exige respuesta, y una respuesta es sin duda una opinión. De esta manera se crea una cadena de estímulos con efectos comunicativos. (Rivadeneira, 1987).

Dado lo anterior, se puede inferir que la primera etapa de la opinión es la comunicación y que dicha opinión no podría existir si no hay comunicación.

---

<sup>2</sup> Thibault, A. (1973). Imagen y Comunicación. Editor Fernando Torres.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Desde de la perspectiva de Young (1980), una opinión es una creencia más intensa que una mera noción o impresión, pero menos fuerte que un conocimiento científico. Las opiniones son en realidad creencias acerca de temas controvertidos o relacionados con la interpretación valorativa o el significado de ciertos hechos.

La opinión es una fuerza decisiva del comportamiento de las sociedades y de los individuos. Esta determina sus actitudes políticas, educativas, religiosas, sociales, económicas y artísticas. Su forma de pensar y de vivir, de producir y de consumir; sus preferencias y rechazos; sus decisiones e inhibiciones. Es una cuestión fundamental en la vida social e individual de las personas.

La opinión es expresada por un público. En este sentido, público se refiere a hechos o actividades humanas que concentran el interés general de la comunidad: todo aquello que es visto, oído o conocido en común, todo aquello que está abierto al uso general.

<sup>3</sup> "...La opinión pública consiste en las opiniones sostenidas por un público en cierto momento..." p. 11

Los principales factores psicológicos que intervienen en el proceso de formación de la opinión, se operan en relación con el aprendizaje, de la naturaleza de los procesos de pensamiento, de la relación entre lenguaje y pensamiento y de la naturaleza, función y desarrollo de los estereotipos, mitos y leyendas.

<sup>4</sup> "... Para manejar interacción social eficazmente, uno debe saber no sólo las señales de interés y fastidio que las personas acostumbren, sino también, quizás más importante, las creencias populares sobre el significado de varias señales de comunicación..." p. 753

De acuerdo a English (1912), la opinión es una creencia que se sostiene sin compromiso o deseo emocional y que está sujeta a la reevaluación, puesto que la opinión no se afirma de manera convincente.

En resumen, la opinión pública está formada por actitudes verbalizadas, ideas y convicciones, acerca de algún tema discutido.

Para Rivadeneira, el conocimiento de la opinión demanda dos vertientes de operaciones: el formal y el concreto; es decir una conformación teórica y una investigación práctica. La parte teórica se muestra con la ayuda de otras disciplinas y la parte práctica con metodología de medición de actitudes y opiniones. Una de las principales técnicas a las que se recurre para el sondeo de la opinión es la encuesta.

---

<sup>3</sup> Young, K (1980) La opinión pública y la propaganda. Editorial Paidós

<sup>4</sup> Ficker, C (1953) Nonverbal Communication Cues in Child Conversations and Dating. The Journal of Psychology, 9.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Siguiendo este rubro, si la opinión está formada por actitudes, entonces **¿qué es una actitud?**

<sup>5</sup> "...Una actitud se considera como asociación entre un objeto dado y una evaluación dada (Fazio, 1989). Tanto el objeto como la evaluación se entienden en sentido amplio (...) Evaluación significa el afecto que despierta, las emociones que moviliza, el recuerdo emotivo de las experiencias vividas, incluso las creencias acerca de la capacidad del objeto para conseguir metas deseadas..." p. 497

Las actitudes son un constructo de ideas, son en sí la predisposición de la conducta ante un objeto social, son el resultado de la interacción de los individuos y grupos, los cuales al estar expuestos ante un sinnúmero de estímulos, adquieren una gran cantidad de percepciones, conocimientos y aprendizaje de un entorno, generando nuevas actitudes.

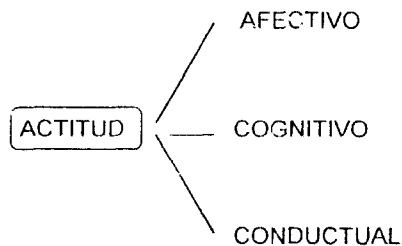
La experiencia directa del individuo con el objeto social de la actitud es uno de los factores más poderosos en la creación de actitudes o en el empuje que sobre ellas se ejerce.

Es decir, lo que ocurra a primera instancia con una situación social será una actitud hacia el objeto social o modificara las actitudes anteriores si es que existen.

La primera impresión conforma una actitud generalizada; si esta es negativa, se tenderá a tener actitudes negativas o viceversa. De esta manera si se presenta algún contacto con estímulos negativos o positivos reforzarán la actitud y por lo tanto la conducta.

Por lo tanto, la experiencia que una persona tenga con un objeto social influirá sobre su conducta.

Gran parte de las reflexiones sobre la estructura de las actitudes consideran que dicha estructura esta formada por tres componentes fundamentales que se presentan en el siguiente esquema.



<sup>5</sup> Morales, J. Et al. (1995). Psicología Social. Editorial McGraw-Hill.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

El componente afectivo está compuesto por los sentimientos que el objeto de actitud despierta. En otras palabras, se pueden obtener medidas de ciertas reacciones fisiológicas por parte de una persona, que dirán si el objeto de actitud le es agradable o desagradable.

El componente cognitivo consta de las percepciones de la persona sobre el objeto de la actitud y de la información que posee sobre él. Este se puede medir cuando la persona reconozca todos los rasgos que considere característicos del objeto de actitud.

Y por último el componente conductual, incluye las tendencias, disposiciones e intenciones hacia el objeto de actitud, así como las asociaciones dirigidas hacia él. Es decir, es la manera en que la persona reacciona ante el objeto social.

Esto quiere decir que las respuestas que un individuo emite frente al objeto de la actitud son susceptibles de una clasificación triple, según predominen en ellas los elementos afectivos, de información-creencias o de intención-conducta. Sin embargo, a pesar que estos elementos son diferentes entre sí, todos comparten algo: la disposición evaluativa frente al objeto.

Además de compartir la disposición evaluativa, los tres componentes tienden a la armonía, lo que significa que cuando un componente cambia, es posible que se transformen también los otros dos. Si esto sucede cambiará la actitud debido a que las fuentes de comunicación que son muy confiables pueden inducir más al cambio de actitud que las fuentes poco confiables.

Ahora bien, retomando el esquema inicial, se tiene que las representaciones sociales son entidades palpables que circulan, interactúan sin cesar en el mundo cotidiano a través de una palabra (opinión), un gesto (actitud), un encuentro, etc. Es decir, la mayor parte de las relaciones sociales, de los objetos producidos o consumidos, de las comunicaciones intercambiadas, están impregnadas de ellas.

Para Moscovici:

<sup>6</sup> "...El concepto de **representación social** designa una forma de conocimiento específico, el saber de sentido común, cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social..." p. 474

En tanto que fenómenos, las representaciones sociales se presentan bajo formas variadas, más o menos complejas. Imágenes que condensan un conjunto de significados; sistemas de referencia que permiten al ser humano interpretar lo que sucede, e incluso, dar sentido a lo inesperado; categorías que sirven para clasificar las circunstancias, los fenómenos y a los individuos con quienes tiene algo que ver; teorías que permiten establecer hechos sobre ellos. Y a menudo,

<sup>6</sup> Moscovici, S. (1979) *Psicología Social*. Edición del autor.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

cuando se les comprende dentro de la realidad concreta de la vida social, las representaciones sociales son todo ello junto.

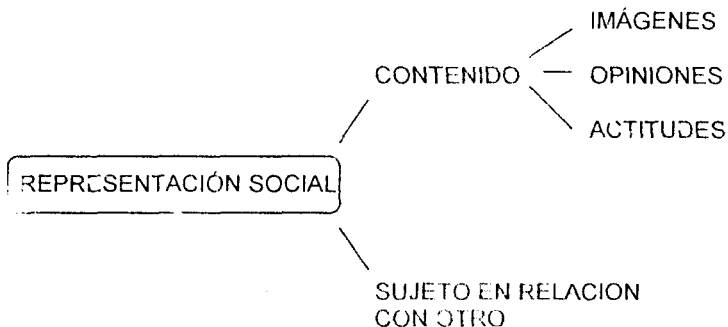
Bajo esta perspectiva, las representaciones sociales hacen pensar más en formas dinámicas, con un carácter móvil, además, ellas se transforman con una relativa facilidad. Ellas ligan la vida abstracta del saber y las creencias a una vida concreta.

Es la actividad de los individuos y grupos para establecer su posición frente a situaciones, acontecimientos, objetos y comunicaciones que les conciernen. Ella concierne, primeramente, a la manera en la cual los sujetos sociales, aprenden los acontecimientos de la vida cotidiana, los datos de su entorno próximo o lejano. Este conocimiento se constituye a partir de las experiencias, pero también de las informaciones, saberes, modelos de pensamiento que se reciben y transmiten por la tradición, la educación, la comunicación social. También es por ambos lados, un conocimiento socialmente elaborado y compartido.

La representación social es una guía para la acción, ella orienta las acciones y las relaciones sociales. Ella es un sistema pre-decodificado de la realidad pues ella determina un conjunto de anticipaciones y de previsiones (Abric, 1994).

Las representaciones sociales constituyen modalidades del pensamiento práctico orientado hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto tales presentan características específicas a nivel de organización de contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

Los elementos que conforman una representación social son:



Por un lado, la representación se define por su contenido, es decir, imágenes, informaciones, opiniones, actitudes, etc., las cuales se relacionan con un objeto, sea un acontecimiento, una acción, un lugar, un individuo social, etc.

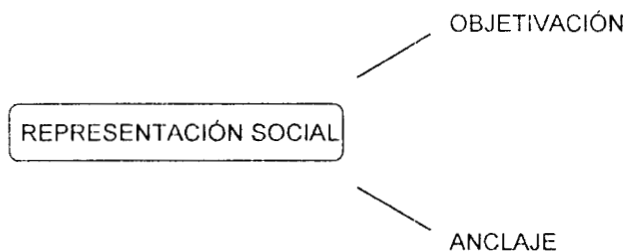
## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Por otro lado, es la representación social de un sujeto en relación con otro, siendo que toda representación social es representación de algo y de alguien, no es el doble de lo real, ni el ideal, ni la parte objetiva del sujeto, es el proceso por el cual se establece su relación.

En la representación el contenido está marcado por su carácter significativo que es definido, según Moscovici, por su relación figura/sentido que expresa una correspondencia entre estos dos polos, es decir, en lo real, la estructura de cada representación tiene dos caras: la faz figurativa y la faz simbólica en donde la representación permite atribuir a toda figura un sentido y a todo sentido una figura.

La representación social no es un simple reflejo de la realidad, ella es una organización significante. Y esta significación depende a la vez de factores contingentes (las circunstancias) -naturaleza y coacciones de la situación, contexto inmediato, finalidad de la situación- y de factores más generales que dejan atrás la situación misma: contexto social o ideológico, lugar del individuo dentro de la organización social, historia del individuo y del grupo, posturas sociales.

Al estudiar como una ciencia penetra en la sociedad se ponen en manifiesto dos posiciones que explican como lo social transforma un conocimiento en representación y como esta representación transforma lo social. Esto se explica en el siguiente esquema.



Estos procesos se refieren a la elaboración y al funcionamiento de una representación social, pues muestran la independencia entre la actividad psicológica y sus condiciones sociales de ejercicio.

La objetivación es un proceso de apropiación de los conocimientos que conciernen al objeto de una representación volviendo concreto lo abstracto, transformando, con ello, un concepto en una imagen concreta.

Objetivar significa reforzar el lado icónico de una noción, de un objeto mal definido, es decir duplicar el concepto de una imagen.

## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

Este proceso se lleva a cabo en tres etapas que son:

SELECCIÓN DE LAS INFORMACIONES

OBJETIVACIÓN

ESQUEMA FIGURATIVO

PROCESO DE NATURALIZACIÓN

1) Selección de las informaciones.- opera como un filtro que retiene algunos elementos y rechaza otros, las informaciones así seleccionadas son limpiadas del contexto teórico que las ha producido; de tal forma que son remodeladas y retomadas por los individuos en una reconstrucción específica.

2) Esquema figurativo.- se constituye por una apropiación dialéctica compuesta por una condensación de elementos de información por una parte, y por la otra la supresión de sus aspectos más conflictivos. Es decir, al hacerse la representación de algo se encuentran algunas nociones simples, fáciles de concretizar que permiten comprender las significaciones que se han atribuido al objeto en cuestión a través de lo ya conocido y que está guardado en el esquema figurativo.

3) Proceso de naturalización.- es el proceso de transformación de los elementos de pensamiento en verdaderas categorías de lenguaje y del entendimiento, categorías sociales, ciertamente propias para ordenar los acontecimientos concretos, a los cuales se les da cuerpo. Así las representaciones naturalizadas se vuelven una especie de patrimonio común mientras que, como conceptos científicos, eran típicas de un universo cognitivo especializado y restringido.

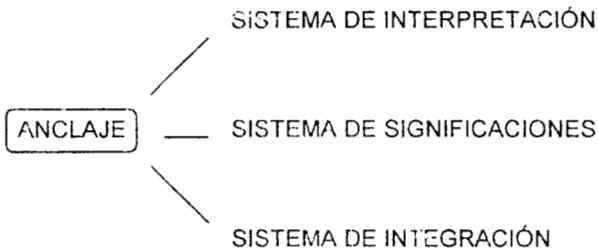
En cuanto al anclaje, este aparece como una extensión de la objetivación, designando por una lado las modalidades de la inserción en lo social y de la otra parte, las funciones que se desprenden; es decir, por medio del anclaje el individuo retoma una idea, un hecho, un objeto, una imagen, etc., haciéndola familiar y habitual para él mismo por medio de las "etiquetas" puestas a través del lenguaje para poder nombrar las cosas, referirse a ellas o pensarlas. De manera que cada individuo organiza, jerarquiza y reconstruye lo que a fin de cuentas será su representación de la idea, hecho, cosa, objeto, etc.

Anclar significa clasificar y nombrar a partir de una perspectiva propia, así, clasificar lo inclasificable, nombrar lo innombrable, es ya representárselo.

El anclaje está compuesto por tres aspectos esenciales, los cuales permiten comprender el funcionamiento de la representación social en varios niveles:



## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL



1) Como un sistema de interpretación.- atribuye a la representación un valor de utilidad social, esto permite entrar a los individuos y a las situaciones en clasificaciones que servirán de guía para la comprensión.

2) Como un sistema de significaciones.- en él existe una red de significaciones en torno al objeto que le son atribuidas pero que se desprenden del sistema de valores producidos por la sociedad.

3) Como un sistema de integración.- aparece en la medida en que una representación social se inserta en sistemas de pensamiento ya existentes.

En resumen, se puede decir que la objetivación y el anclaje son los procesos que explican como la intervención de lo social transforma los conocimientos científicos en representaciones y cómo a su vez esta representación "científica" incide en el pensamiento y comportamiento social.

A grandes rasgos la teoría de la representación social dice que todo ser humano tiene la necesidad de hacerse representaciones de imagen, de sentido, de sensación, de percepción para explicarse los acontecimientos, lo que sucede en su entorno social.

Se puede decir que las representaciones sociales sirven para dar explicación a lo que sucede en la vida cotidiana en un momento dado y que esta explicación trae consigo la creación de la opinión pública, la cual está formada por actitudes verbalizadas, ideas y convicciones, acerca de algún tema discutido.

El tema de interés en este caso es la imagen política presidencial, por lo tanto conocer la opinión de los universitarios de la Escuela Bancaria y Comercial acerca de la imagen del próximo presidente traerá consigo el estudio de la representación social que tengan de ella (si esta existe), así como el estudio de las actitudes que tengan respecto a dicho tema.

## **CAP. II "METODCLOGÍA"**

### **Planteamiento del problema**

¿Las opiniones, las actitudes y las representaciones sociales forman parte de la imagen política presidencial?

### **Objetivo**

Confirmar que la opinión pública, las actitudes y las representaciones sociales forman parte de la imagen política del próximo presidente de la República Mexicana, período (2000-2006).

### **Hipótesis de trabajo**

H<sub>1</sub>: Las opiniones, actitudes y representaciones sociales forman parte de la imagen política presidencial.

H<sub>2</sub>: Las opiniones, actitudes y representaciones sociales no forman parte de la imagen política presidencial.

### **Variabes**

VI 1: Opinión.

VI 2: Actitud.

VI 3: Representación social.

VD: Imagen

### **Sujetos**

Los sujetos participantes en las diferentes etapas de la investigación fueron seleccionados de entre los estudiantes universitarios de la Escuela Bancaria y Comercial de la Ciudad de México.

En la etapa 1: 30 sujetos (15 mujeres y 15 hombres).

En la etapa 2: 70 sujetos (35 hombres y 35 mujeres).

En la etapa 3: 10 sujetos (5 mujeres y 5 hombres).

En la etapa 4: 120 sujetos (60 hombres y 60 mujeres).

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### **Aparatos**

En la etapa 1 se utilizó un cuestionario de asociación libre.

En la etapa 2 se usó un cuestionario de caracterización.

En la etapa 3 se utilizó una micrograbadora para realizar entrevistas abiertas.

En la etapa 4 se usó un cuestionario de actitudes.

### **Procedimiento**

En la etapa 1 se realizó un cuestionario de asociación libre, el cual se utiliza para hacer surgir espontáneamente asociaciones referentes al tema examinado, al nivel de los estereotipos que engendran. Un estereotipo es 'la idea que uno se hace de...' la imagen que surge espontáneamente cuando se trata de... Es la representación de un objeto (cosas, gente, ideas) más o menos separado de su realidad objetiva, compartida por los grupos de un grupo social. (Bardin, 1986).

La finalidad de usar este instrumento fue obtener información que sirviera como base para enfocar la investigación, es decir fue el sondeo para saber que herramientas utilizar. De esta forma se trabaja con información que proporciona la población a estudiar.

El instrumento se presentó de la siguiente forma:

IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

U. A. M. I.

La Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa, está realizando una investigación sobre la imagen política presidencial, por lo cual requerimos de tu cooperación.

El carácter de este cuestionario es anónimo. Por favor lee cuidadosamente antes de contestar. Anticipadamente gracias.

Escribe las primeras seis (6) palabras que se te ocurran en relación con el siguiente tema:

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

_____	_____
_____	_____
_____	_____

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

A las respuestas obtenidas en el cuestionario de asociación libre se les aplicó análisis de contenido.

Este se realiza con el fin de estudiar las respuestas de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa, a fin de medir las variables.

Dicho análisis se llevó a cabo, realizando los siguientes pasos:

1.- Vaciado de las palabras obtenidas en una tabla, las palabras se colocan en orden alfabético y con su número de frecuencia cada una. Se realizó una tabla por sexo. Quedando de la siguiente forma:

1) PALABRAS Y FRECUENCIAS  
SEXO FEMENINO

1	ANTICONSTITUCIONAL	2	MANEJABLE
1	ANTIPATRICISMO	1	MANEJADO
1	ANTIPREJUDICIALISMO	1	MANIPULABLE
1	APOYO	2	MANIPULACION
1	AYUDA	1	MANIPULADO
6	CORRUPCIÓN	1	MEDIOCRE
5	CORRUPTO	1	NARCOPOLÍTICA
1	CRITERIO	1	NEFASTO
3	DEBIL	1	NEGLIGENCIA
1	DESASTRE	1	NEPOTISMO
2	DESCONFIANZA	3	NO APTO
1	DESESPERANTE	1	NO DISCIPLINA
2	DESHONESTIDAD	1	NO LIDER
1	DESIGUALDAD	1	NO REALISTA
1	DESINFORMACION	1	NO TIENE DECISION
1	DESTINO	1	PASIVO
1	ENCUBRIMIENTO	1	POBREZA
1	FALSO	1	PODER
1	FRAUDE	1	PRESIDENCIALISMO
1	GRANDEZA	2	PROMESAS
1	IDIOTA	1	QUE SI SABE PERO NO LO PUEDE APLICAR
2	IMBECIL	1	ROBO
1	INCAPAZ	1	SIN CAPACIDAD
1	INCOMPETENTE	1	SIN CARÁCTER
1	INCORRUPCION	1	SIN EDUCACION
1	INEPTITUD	1	SOBRE ACTUADO
1	INEPTO	1	TARADO
3	INESTABILIDAD	1	TIMIDO
1	INSEGURIDAD	2	TITERE
1	INSEGURO	2	TONTO
2	IRREGULAR	1	TRABAJO
1	LADRON	1	TRAICION
1	MALO	1	VIOLACION

PALABRAS Y FRECUENCIAS  
SEXO MASCULINO

1 ABUSO	1 HOMOSEXUAL	1 MENTIRAS
1 ASESINATO	1 HONESTO	4 MENTIROSO
1 AVARICIA	1 IDIOTA	1 MIEDOSO
1 BARCO	1 IGNORANTE	1 NEPOTISMO
1 BLANDENCUE	1 IMPUESTOS ALTOS	1 NO PARECE MEXICANO
1 BUEY	1 INCAPACIDAD	1 OCULTAR
1 CARÁCTER	3 INCAPAZ	1 PASIVO
1 COBARDE	1 INCOMPETENTE	1 POBRE DE AUTORIDAD
1 CONOCEDOR	1 INCONSCIENTE	1 POBREZA
1 CONSERVADOR	1 INDIFERENTE	1 PODER
2 CORRUPCION	1 INEFICIENCIA	1 POPULISTA
1 CORRUPTISIMO	1 INEPTO	1 POR DEDAZO
3 CORRUPTO	1 INEXPERTO	1 PREPARADO
1 CRITERIO	1 INFORMACION	1 PRESENTACION
1 DEMAGOGIA	1 INSUFICIENCIA	1 PROBLEMAS
1 DEMAGOGO	1 IRREGULAR	1 PROVECHO
1 DESINTERESADO	1 IRRESPONSABLE	1 RIQUEZA
1 DESORDENADO	2 LADRON	1 SOBORNO
1 DEVALUACION	1 MANDADERO	1 SOCIEDAD
1 ECGNOMIA	1 MANIPULABLE	1 TEMEROSO
1 ENTUSIASTA	1 MANIPULACION	1 TITERE
1 FALSO	2 MANIPULADO	1 TOLERANTE
1 FINANZAS	1 MARIÇON	2 TONTO
1 FLOJO	1 MARIPOSA	1 TRABAJO
1 GASTOS	1 MEDIOCRE	1 TRAIOR
1 HIPOCRITA	1 MENTIRA	

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Nótese que la tabla del grupo femenino quedó integrada por 66 palabras, donde "corrupción" (6) y "corrupto" (5) aparecen con los números de frecuencia más altos.

Por otro lado, la tabla del grupo masculino quedó formada por 77 palabras, donde "mentiroso" (4), "incapaz" (3) y "corrupto" (3) aparecen con los números más altos de frecuencia.

2.- El siguiente paso es la creación de categorías, es decir, se agrupan las palabras de acuerdo a su significado; al mismo tiempo que se coloca como cabeza de la categoría el término que tenga mayor alcance semántico y/o más alta frecuencia. Las tablas de acuerdo al sexo son:



2) CATEGORIAS  
SEXO FEMENINO

<u>1</u>	<u>INCOMPETENTE</u>	<u>7</u>	<u>MANIPULADO</u>
1	DESESPERANTE	3	DEBIL
1	IDIOTA	1	FALSO
2	IMBECIL	1	INSEGURO
2	INCAPAZ	1	NO LIDER
2	INEPTO	1	NO TIENE DECISIÓN
1	MEDIOCRE	1	PASIVO
1	NEFASTO	1	SABE PERO NO LO PUEDE APLICAR
3	NO APTO	1	SIN CARACTER
1	SIN EDUCACION	1	SOBRE ACTUADO
3	TONTO	1	TIMIDO
		2	TITERE
<u>1</u>	<u>CORRUPCIÓN</u>	<u>1</u>	<u>ANTICONSTITUCIONAL</u>
2	DESHONESTIDAD	1	ANTIPATRIOTISMO
1	ENCUBRIMIENTO	1	ANTIPLURICIDENCIALISMO
1	FRAUDE		
2	IRREGULAR	<u>3</u>	<u>INESTABILIDAD</u>
1	LADRON	1	DESASTRE
1	MALO	2	DESCONFIANZA
1	NARCOPOLITICA	1	DESIGUALDAD
1	NEGLIGENCIA	1	DESINFORMACION
1	NEPOTISMO	1	INSEGURIDAD
1	ROBO	1	POBREZA
1	TRACION	2	PROMESAS
1	VIOLACION	1	NO DISCIPLINA
		1	NO REALISTA
<u>1</u>	<u>PRESIDENCIALISMO</u>	<u>1</u>	<u>APOYO</u>
1	GRANDEZA	1	AYUDA
1	PODER	1	CRITERIO
		1	INCORRUPCIÓN
<u>1</u>	<u>DESTINO</u>	1	TRABAJO

CATEGORIAS  
SEXO MASCULINO

**1 INCOMPETENTE**

- 1 IDIOTA
- 1 IGNORANTE
- 4 INCAPAZ
- 1 INEFICIENCIA
- 1 INEPTO
- 1 INEXPERTO
- 2 TONTO

**1 HOMOSEXUAL**

- BUEY
- MARICON
- MARIPOSA

**1 PODER**

- 1 CONSERVADOR
- 1 PROVECHO
- 1 RIQUEZA

**1 PREPARADO**

- 1 CARÁCTER
- 1 CONOCEDOR
- 1 CRITERIO
- 2 DEMAGOGO
- 1 ENTUSIASTA
- 1 INFORMACION
- 1 PRESENTACION
- 1 TRABAJO

**5 MANIPULADO**

- 1 COBARDE
- 2 MIEDOSO
- 1 PASIVO
- 1 POBRE DE AUTORIDAD
- 1 TITERE

**6 CORRUPTO**

- 1 ABUSO
- 1 ASESINATO
- 1 AVARICIA
- 1 FALSO
- 1 HIPOCRITA
- 2 LADRON
- 6 MENTIROSO
- 1 NEPOTISMO
- 1 OCULTAR
- 1 POR DEDAZO
- 1 SOBORNO
- 1 TRAJIDOR

**1 HONESTO**

- 1 DESINTERESADO

**1 INDIFERENTE**

**1 TOLERANTE**

**1 IRRESPONSABLE**

- 1 BARCO
- 1 BLANDENQUE
- 1 DESORDENADO
- 1 FLOJO
- 1 INCONSCIENTE
- 1 MEDIOCRE

**1 PROBLEMAS**

- 1 INSUFICIENCIA
- 1 IRREGULAR
- 1 POBREZA

**1 NO PARECE MEXICANO**

**1 POPULISTA**

**2 ECONOMIA**

- 1 DEVALUACION
- 1 FINANZAS
- 1 GASTOS
- 1 IMPUESTOS ALTOS
- 1 SOCIEDAD

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Obsérvese que en la tabla del grupo femenino, al formar las categorías la palabra "corrupción" quedó como cabeza de un grupo y su frecuencia es de (11), además la palabra "manipulación" apareció como cabeza de una categoría con frecuencia (7), y esta palabra en la primera tabla no apareció con alta frecuencia.

En cuanto a la tabla del grupo masculino, las palabras que quedaron como cabezas de categorías y que tienen la frecuencia más alta son: "corrupto" (6) y "manipulado" (5). Cabe mencionar que la palabra "mentiroso" (6) que en la primera tabla apareció con la frecuencia más alta, quedó dentro de la categoría de "corrupto".

3.- Por último, se hace un resumen general de categorías, en este se agrupan las categorías de ambos grupos (mujeres y hombres), formando familias y colocando como cabezas de familia, las de mayor alcance semántico y/o más alta frecuencia.

La tabla quedó como sigue:

3) RESUMEN DE CATEGORIAS

**2 INCOMPETENTE**

- 1 DESESPERANTE
- 2 IDICTA
- 1 IGNORANTE
- 2 IMBECIL
- 6 INCAPAZ
- 1 INEFICIENCIA
- 3 INEPTO
- 1 INEXPERTO
- 1 MEDIOCRE
- 1 NEFASTO
- 3 NO APTO
- 1 SIN EDUCACION
- 5 TONTO

**17 CORRUPCIÓN**

- 1 ABUSO
- 1 ASESINATO
- 1 AVARICIA
- 2 DESHONESTIDAD
- 1 ENCUBRIMIENTO
- 1 FRAUDE
- 1 HIPOCRITA
- 2 IRREGULAR
- 3 LADRON
- 1 MALO
- 6 MENTIROSO
- 1 MARCOPOLITICA
- 1 NEGLIGENCIA
- 2 NEPOTISMO
- 1 ROBO
- 1 OCULTAR
- 1 POR DEDAZO
- 1 SOBORNO
- 2 TRAICION
- 1 VIOLACION

**1 HONESTO**

- 1 APOYO
- 1 AYUDA
- 1 DESINTERESADO
- 1 INCORRUPCION

**12 MANIPULADO**

- 3 DEBIL
- 1 COBARDE
- 2 FALSO
- 1 INSEGURO
- 2 MIEDOSO
- 1 NO LIDER
- 1 NO TIENE DECISIÓN
- 2 PASIVO
- 1 POBRE DE AUTORIDAD
- 1 SABE PERO NO LO PUEDE APLICAR
- 1 SIN CARÁCTER
- 1 SOBRE ACTUADO
- 1 TIMIDO
- 3 TITERE

**1 PROBLEMAS**

- 1 DESASTRE
- 2 DESCONFIANZA
- 1 DESIGUALDAD
- 1 DESINFORMACION
- 3 INESTABILIDAD
- 1 INSEGURIDAD
- 1 INSUFICIENCIA
- 1 IRREGULAR
- 2 POBREZA
- 2 PROMESAS
- 1 NO DISCIPLINA
- 1 NO REALISTA

**1 ANTICONSTITUCIONAL**

- 1 ANTIPATRIOTISMO
- 1 ANTIPRECEDENCIALISMO

**1 PREPARADO**

- 1 CARÁCTER
- 1 CONOCEDOR
- 2 CRITERIO
- 2 DEMAGOGO
- 1 ENTUSIASTA
- 1 INFORMACION
- 1 PRESENTACION
- 2 TRABAJO

**1 IRRESPONSABLE**

- 1 BARCO
- 1 BLANDENOQUE
- 1 DESORDENADO
- 1 FLOJO
- 1 INCONSCIENTE
- 1 MEDIOCRE

**1 HOMOSEXUAL**

- 1 RUEY
- 1 MARICON
- 1 MARIPOSA

**2 PODER**

- 1 CONSERVADOR
- 1 GRANDEZA
- 1 PRESIDENCIALISMO
- 1 PROVECHO
- 1 RIQUEZA

**2 ECONOMIA**

- 1 DEVALUACION
- 1 FINANZAS
- 1 GASTOS
- 1 IMPUESTOS ALTOS
- 1 SOCIEDAD

**1 DESTINO**

**1 INDIFERENTE**

**1 NO PARECE MEXICANO**

**1 POPULISTA**

**1 TOLERANTE**

## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

Es importante mencionar que al unir las categorías de ambos grupos se formaron 16 familias en las que las palabras que encabezan las categorías son:

- "corrupción" (17)
- "manipulado" (12)
- "economía" (2)
- "incompetente" (2)
- "poder" (2)
- "anticonstitucional" (1)
- "homosexual" (1)
- "honesto" (1)
- "irresponsable" (1)
- "preparado" (1)
- "problemas" (1)

Además, palabras como "destino" (1), "indiferente" (1), "no parece mexicano" (1), "populista" (1), y "tolerante" (1); quedaron como categorías que no tienen subcategorías, es decir, son palabras aisladas.

De acuerdo a estos resultados se observó que el tema PRESIDENTE DE LA REPUBLICA, había orientado a la población estudiada a relacionarlo directamente con el actual presidente.

Ante esta situación, surgió la interrogante de saber si existía una representación social de la figura del presidente de la República Mexicana o no. Para obtener la respuesta se utilizó la metodología del análisis de similitud.

El análisis de similitud es un conjunto de técnicas que buscan desatar las relaciones intrincadas que existen entre los elementos de un conjunto dado. Se plantea la hipótesis de que existen entre estos elementos relaciones estructurales de parecido, de similitud o de proximidad que el análisis de similitud permite sacar a la luz, controlando la existencia y la validez de las relaciones entre estos elementos, (González, 1984).

El primer paso, consistió en estructurar un cuestionario de caracterización utilizando los adjetivos obtenidos, pero no como calificativos de la persona, sino como términos. Por ejemplo, "manipulado" cambió a "manipulación".

El cuestionario de caracterización aplicado en la etapa 2, se presentó de la forma siguiente:

IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

U. A. M. I.

La Universidad Autónoma Metropolitana unidad Iztapalapa, está realizando una investigación sobre la imagen política presidencial, por lo cual requerimos de tu cooperación.

El carácter de este cuestionario es anónimo. Por favor lee cuidadosamente antes de contestar. Anticipadamente gracias.

A continuación tienes una lista integrada por 15 atributos de la imagen del

**PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**

Obsérvalos con detenimiento y sigue las instrucciones en cada inciso.

- |                          |                   |                   |
|--------------------------|-------------------|-------------------|
| 1.- DEVALUACIÓN          | 6.- DESCONFIANZA  | 11.- PREPARACION  |
| 2.- HONESTIDAD           | 7.- INCOMPETENCIA | 12.- CORRUPCIÓN   |
| 3.- MEDIOCRIDAD          | 8.- INDECISIÓN    | 13.- INDIFERENCIA |
| 4.- POPULISMO            | 9.- GRANDEZA      | 14.- MANIPULACIÓN |
| 5.- ANTIPRESIDENCIALISMO | 10.- HABILIDAD    | 15.- TOLERANCIA   |

a) Elige de la lista anterior las seis palabras que de acuerdo a tu criterio **son (+) características** al **PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**.

(+)

\_\_\_\_\_

b) De las seis palabras que elegiste, selecciona tres **aún más (++) importantes** en relación al **PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**.

(++)

\_\_\_\_\_

c) Ahora elige de la lista de palabras que sobran, otras seis palabras que de acuerdo a tu opinión **no son características (-) al PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**.

(-)

\_\_\_\_\_

d) Para finalizar, de estas seis palabras que elegiste, selecciona las tres **aún menos (--) importantes** en relación al **PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA**.

(--)

\_\_\_\_\_

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

El análisis de los resultados obtenidos de esta aplicación, se realizó en base a lo siguiente:

- 1) Codificación de las respuestas obtenidas.- Se les da un valor numérico a las respuestas de acuerdo a lo siguiente:

	PALABRAS	VALOR
Inciso a):	6 de 15 (+) características	+1
Inciso b):	3 de 6 (++) importantes	+2
Inciso c):	6 de 9 (-) características	-1
Inciso d):	3 de 6 (--) importantes	-2
	3 restantes (no consideradas)	0

- 2) Matriz sociométrica.- Proporciona los índices de similitud (valor numérico que une a dos elementos (aristas), será tanto más elevado cuando más grande sea la proximidad entre dos aristas), basándose en los valores numéricos antes dados. (ver anexo 1).

- 3) Árbol máximo.- Es la simplificación extrema del conjunto de similitudes, no se conservan sino las que presentan relaciones más fuertes; además, la propiedad de ser máximo, significa que al sumar los valores de las aristas, da la suma más elevada.

El procedimiento para obtenerlo es:

- Se elabora la lista, por orden decreciente de las aristas valuadas, (ver anexo 1).
- Se realiza un corte para obtener sólo las relaciones más fuertes, (ver resultados).
- Se van tomando las aristas (observando que no se formen ciclos), hasta que todas queden incluidas, (ver resultados).

- 4) Clique.- Es el agrupamiento de elementos considerados por el grupo para compartir la caracterización del tema estudiado. Para obtenerlo se utiliza la matriz vectorial y se calculan las relaciones de los elementos que son reconocidos en común, (ver resultados).

De acuerdo a los datos obtenidos en la búsqueda de la representación social del presidente de la República, se considero que al no existir una representación sobre la figura, sino más bien una orientación devaluativa sobre la persona del actual presidente, el siguiente paso era el estudio del ideal del próximo presidente (periodo 2000-2006).

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

En la etapa 3 se realizó una entrevista abierta, iniciándola con la interrogante ¿cómo debería ser el presidente de la República mexicana del próximo sexenio?.

A las respuestas obtenidas se les aplicó análisis de contenido de acuerdo a los siguientes pasos:

- 1) Transcripción de las entrevistas.- Se reproduce la grabación, en texto, tal y como fue hecha (ver anexo 2).
- 2) Frases significativas.- Se extrae del texto la información más relevante (la que este proporcionando datos sobre el tema a investigar) con las mismas palabras del autor.

De acuerdo a este punto, las frases significativas (por entrevista) quedaron de la siguiente forma:



## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### 2) Frases significativas

#### ENTREVISTA 1

1. - Debería ser una persona recta.
- 2.- Que tuviera los conocimientos para estar en ese puesto.
- 3.- Que tuviera mucha decisión y carácter.
- 4.- Que fuera muy constante en todo lo que hace.
- 5.- Que tuviera mucha ética y mucha moral.
- 6.- Que todo lo que haga lo haga en base a los principios que te enseñan, en la escuela (...) Que todo sea apegado a lo moral, que este bien hecho, que no sea corrupción, ni vicios de ahí del sistema.
- 7.- Que estuviera (...) Preparado.
- 8.- Que tuviera mucha decisión, mucho coraje para hacer las cosas.
- 9.- Que no se dejara manipular por la demás gente de su alrededor.

#### ENTREVISTA 2

1. - De entrada no ser del PRI (Partido Revolucionario Institucional).
- 2 - Honesto, honrado, responsable y yo creo que pobre, para saber cuanto se roba.
- 3.- Permitirse una auditoria en cada periodo, externa obviamente, a través de algún despacho conocido o famoso o con reconocimiento.
- 4.- Lo básico es la honestidad y la lealtad ante el pueblo.

#### ENTREVISTA 3

1. - Honrado, totalmente honrado.
- 2.- Consciente de la situación.
- 3.- Honrado significa, no ganar más de lo que está en su nomina.
- 4.- Consciente de la situación en México es que vea todos los problemas que hay, desde contaminación, robos, corrupción, policía, todo.
- 5.- Que haya estudiado economía en algo así como la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México) porque ya vimos que los extranjeros no nos sirven, entonces algo más dentro del sistema.

#### ENTREVISTA 4

1. - Debería ser cien por ciento patriota porque este no nos apoya en nada, es muy falso dentro de su puesto.
- 2.- Yo siento que tiene que apoyar en todos los sentidos.
- 3.- No dejarse manipular por la gente de más arriba o por gente exterior que es la que más nos manipula.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

- 4.- Debería ser nacionalista en verdad.
- 5.- Preocuparse más por la educación.
- 6.- Preocuparse más por tanto malinchismo que hay entre nosotros que preferimos otras cosas en lugar de resaltar todo lo que es nuestro, todas nuestras costumbres, toda nuestra educación que se está perdiendo.
- 7.- Fuerte en el aspecto de carácter.
- 8.- Un poquito más humano hacia el pueblo.
- 9.- Debe ser un poquito más frío en sus decisiones.
- 10.- Más recto.
- 11.- Muchísimo más positivo.
- 12.- Y sobre todo independiente (...) Independiente en que no se deje manipular por nadie, que sean sus decisiones de él, en cuanto a que vea las carencias del pueblo.

### ENTREVISTA 5

- 1.- Debería ser una persona que tome en cuenta al pueblo.
- 2.- Que tome en consideración todos aquellos aspectos que le sean de interés común a todos los ciudadanos.
- 3.- Que sea consciente.
- 4.- Que sea responsable.
- 5.- Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación.

### ENTREVISTA 6

- 1.- Debe ser hábil, inteligente.
- 2.- No debe dejarse corromper por el poder que tiene.
- 3.- Hábil en el sentido de que pueda llevar la economía por donde realmente se debe de llevar.
- 4.- Hábil e inteligente var de la mano.
- 5.- Llevar determinados conceptos que se adecuen realmente a la economía que estamos viviendo ahorita, saberlos llevar con inteligencia y habilidad para que podamos salir del estancamiento en el que estamos en estos momentos.
- 6.- Que sienta realmente la Bandera, el patriotismo como debe ser.
- 7.- Que no nada mas vea el enfoque global, sino que vea realmente los problemas desde el fondo.
- 8.- Que sea observador.
- 9.- Que sea inteligente.
- 10.- Que sea hábil y que sepa realmente lo que esta haciendo .

### ENTREVISTA 7

- 1.- Una persona preparada.

## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

- 2.- Una persona honesta, con deseo de servir en todo.
- 3.- Más que nada que tenga conocimientos tanto en lo económico como en lo político.
- 4.- Que tenga experiencia en puestos políticos.
- 5.- Muy buen conocimiento en la toma de decisiones.
- 6.- Que tenga un estudio elevado (...) Tanto en lo económico, en finanzas, político.
- 7.- Aparte de la honestidad, un presidente está para servir, no para que le sirvan.

### ENTREVISTA 8

1. - Que se preocupe realmente por el porvenir de la gente y no por el suyo.
- 2.- Que sea recto (...) Acatar las reglas y ver por la demás gente no nada más por su bolsillo.
- 3.- Debe ser un profesionalista.
- 4.- Una persona honrada, honesta con sí mismo, con el país y con sus semejantes.
- 5 - Tener estudios a nivel político, económico, que tratará de abarcar todo.

### ENTREVISTA 9

1. - En primera con más carácter, más decisión
- 2.- Debe tener más carácter para decir se hace esto y se hace.
- 3.- Que sea guapo.
- 4.- Que tenga personalidad, que se imponga.
- 5.- Que donde se pare todo mundo diga ese es el presidente.
- 6.- El actual presidente se ve muy común, o sea, sin pena ni gloria
- 7.- Tiene que ser fregón.

### ENTREVISTA 10

1. - Considero que con mucha más capacidad que el de los sexenios anteriores.
- 2.- Mucho más preparado.
- 3.- Mucho más líder, creo que es importante.
- 4.- Se debe de tener ese don de líder para llegar a ser un presidente (...) Ese don para jalar a la gente, para motivarla, para decirles "saben que, aunque estemos en el hoyo, pues vamos a echarle ganas".
- 5.- Tener el don de líder.
- 6.- Tener mucha experiencia.
- 7.- Saber lo que la gente necesita, estar consciente de las necesidades del pueblo.
- 8.- No dar falsas esperanzas.
- 9.- Ser sincero para contigo mismo y para con los demás.
- 10.- La sinceridad y la honestidad, yo creo que es lo más.

## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

Obsérvese que el análisis anterior quedó integrado por 10 frases de cada entrevista. Cabe mencionar que los estudiantes siguen refiriéndose al actual presidente de la República Mexicana, para decir como debe ser el próximo presidente (periodo 2000-2006).

Sobre la base de las respuestas y considerando el realizar un cuestionario de actitudes para corroborar lo obtenido, se procedió a realizar la siguiente fase.

- 3) Frases según la dimensión actitudinal.- Se extraen las frases de mayor alcance semántico (de las frases significativas), y se colocan de acuerdo a la dimensión a la que pertenecen.

Esto se realiza con la finalidad de incluir en el cuestionario las tres dimensiones de la actitud y no sesgar la información.

Las frases de acuerdo a la dimensión actitudinal quedaron de la siguiente forma:

### 3) Frases según la dimensión actitudinal

#### Dimensión cognitiva

- 1.- Que haya estudiado economía en algo así como la UNAM.
- 2.- Fuerte en el aspecto de carácter.
- 3.- Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación.
- 4.- Debe ser hábil, inteligente.
- 5.- Una persona preparada.
- 6.- Tener estudios a nivel político y económico, que tratara de abarcar todo.
- 7.- Tener carácter, más decisión.
- 8.- Debe tener don de líder para jalar a la gente, para motivarla.

#### Dimensión conductual

1. Que fuera muy constante en todo lo que hiciera.
- 2.- Permitirse una auditoria en cada periodo a través de algún despacho conocido o famoso.
- 3.- Que vea todos los problemas que hay.
- 4.- Preocuparse mas por la educación.
- 5.- Que sea responsable.
- 6.- Que sea observador.
- 7.- Que tenga experiencia en puestos políticos.
- 8.- Conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo

#### Dimensión evaluativa

- 1.- Que no se dejara manipular por la demás gente de su alrededor.
- 2.- De entrada no ser del PRI.
- 3.- Consciente de la situación en México.
- 4.- Debería ser cien por ciento patriota.
- 5.- Un poquito más humano hacia el pueblo.
- 6.- Una persona con deseo de servir en todo.
- 7.- No dejarse corromper por el poder que tiene.
- 8.- No dar falsas esperanzas, ser sincero.

Como se puede observar, se obtuvieron 8 frases de cada dimensión (cognitiva, evaluativa y conductual) de la actitud, considerando que éstas son las de mayor alcance semántico.

Para corroborar que la información obtenida en las entrevistas era correcta, se procedió a realizar el cuestionario de actitudes, aplicado en la etapa final.

El formato presentado es como sigue:



## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

Para el análisis de resultados se utilizó la "r" de Pearson, cuya fórmula es la siguiente:

$$r = \frac{(N)(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{[(N)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)^2][(N)(\Sigma Y^2) - (\Sigma Y)^2]}}$$

La "r" de Pearson sirve para obtener el coeficiente de correlación, producto o momento r de Pearson, es decir, proporciona un índice adimensional acotado entre -1 y +1, que refleja el grado de dependencia entre dos conjuntos de datos. La aproximación a +1 significa que la correlación es alta y viceversa.

En este caso sirve para obtener la correlación que existe entre los reactivos empleados en el cuestionario.

Los pasos llevados a cabo para la interpretación consisten en:

- 1) Vaciado de datos en una sabana (ver anexo 3).
- 2) Correlación de datos, r de Pearson (ver resultados).
- 3) Variación (desviación estándar) en las respuestas de los sujetos, así como promedios por afirmación. (ver resultados).

IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

***CAP. III "RESULTADOS"***

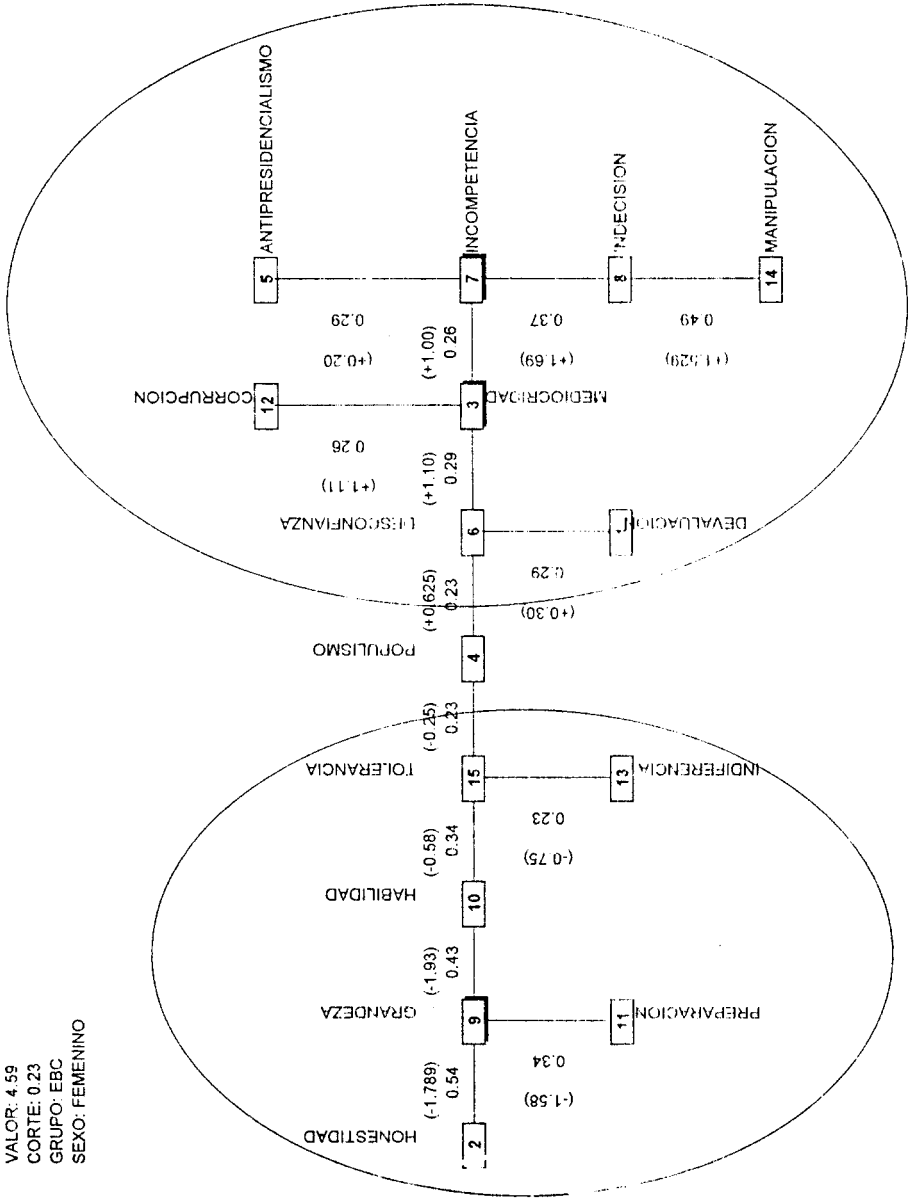


## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### ***a) Primer instrumento***

ARBOL MAXIMO

VALOR: 4.59  
 CORTE: 0.23  
 GRUPO: EBC  
 SEXO: FEMENINO



## INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

### Árbol máximo (sexo: Femenino)

Lo primero que se observa es que el árbol máximo se encuentra dividido en dos bloques; además fuera de los bloques está el descriptor Populismo.

Entre los bloques y los elementos que los integran se encuentran los descriptores que son parte del núcleo (se considera como núcleo al descriptor que tiene más conexiones con otros descriptores).

En el primer bloque se encuentran los descriptores Grandeza conectado con Honestidad, Habilidad y Preparación; en donde Grandeza tiene el mayor número de conexiones, pues a él están asociados los otros elementos mencionados.

En el segundo bloque, se presentan los descriptores Mediocridad e Incompetencia conectados a Desconfianza, Corrupción, Indecisión y Antipresidencialismo. En este caso Mediocridad e Incompetencia aparecen con el mayor número de conexiones. Además cabe mencionar que el descriptor Antipresidencialismo es una característica positiva y la catalogaron como negativa.

Como puede observarse en el primer bloque se encuentran los descriptores favorables sobre el Presidente de la República y en el segundo bloque aparecen los descriptores desfavorables a dicho tema.

Algo interesante en la separación de estos bloques es que el descriptor que los separa es Populismo, el cual está conectado con Tolerancia del lado favorable y Desconfianza del lado desfavorable.

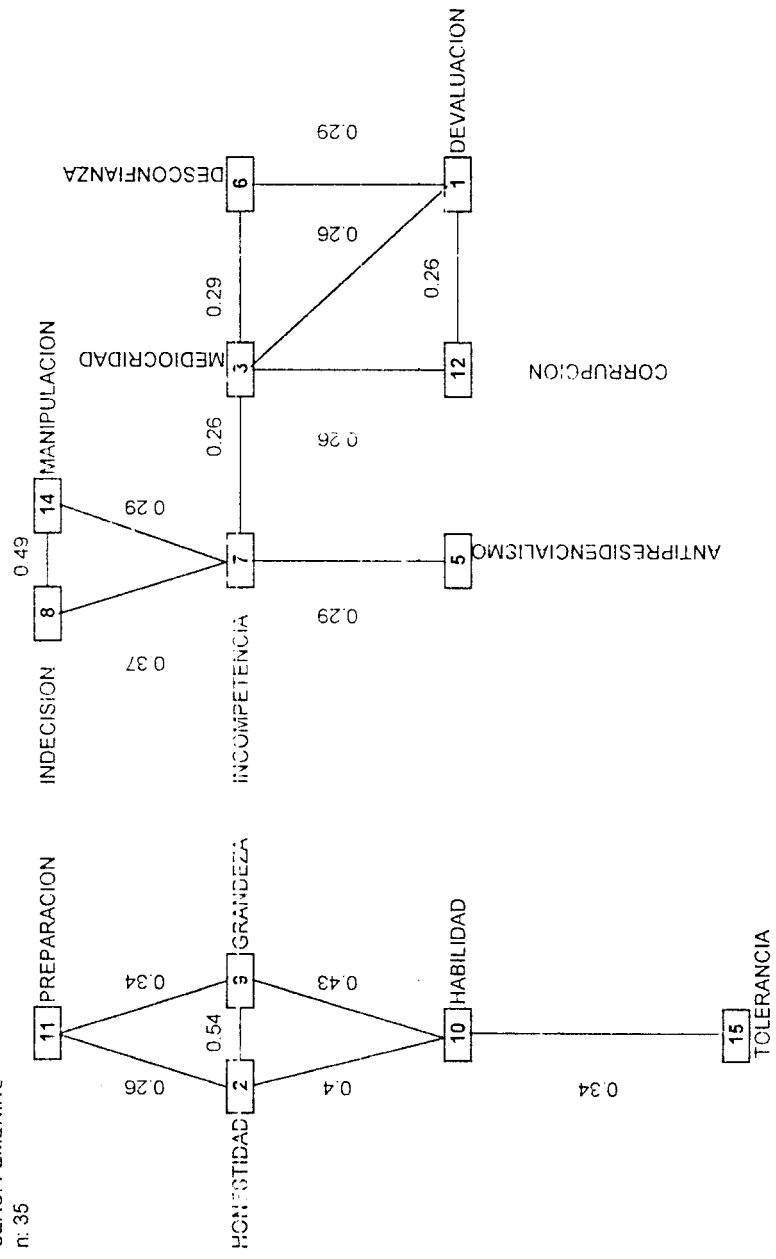
Lo que se puede inferir a primera vista es que el grupo femenino se orienta a caracterizar a el Presidente de la República con el descriptor Mediocridad y que mantiene las relaciones más estrechas con los descriptores Incompetencia, Desconfianza, Corrupción, Indecisión y Manipulación.

De acuerdo a la teoría de la representación social, esto significa que no existe una representación de la figura del presidente de la República Mexicana, sino que más bien las mujeres de la Escuela Bancaria y Comercial, están caracterizando dicho tema enfocado a la persona del actual presidente, por lo tanto le dan una connotación negativa.

Ahora bien, para realizar un análisis más profundo se utiliza la matriz vectorial para calcular las relaciones de los elementos que son reconocidos en común. En otras palabras el llamado Clique (agrupamiento de elementos considerados por el grupo para compartir la caracterización del Presidente de la República).

CLIQUE

CORTE: 0.23  
 GRUPO: EBC  
 SEXO: FEMENINIC  
 n: 35



## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

### Clique (Sexo femenino)

En el Clique aparece un rombo, en el cual se encuentran los descriptores favorables y por otra parte, un triángulo enlazado a un cuadrado, los cuales conforman el grupo de descriptores desfavorables.

Los descriptores agrupados en el rombo (grupo favorable) son: Honestidad, Grandeza, Preparación y Habilidad; quedando fuera de esta relación el descriptor Tolerancia.

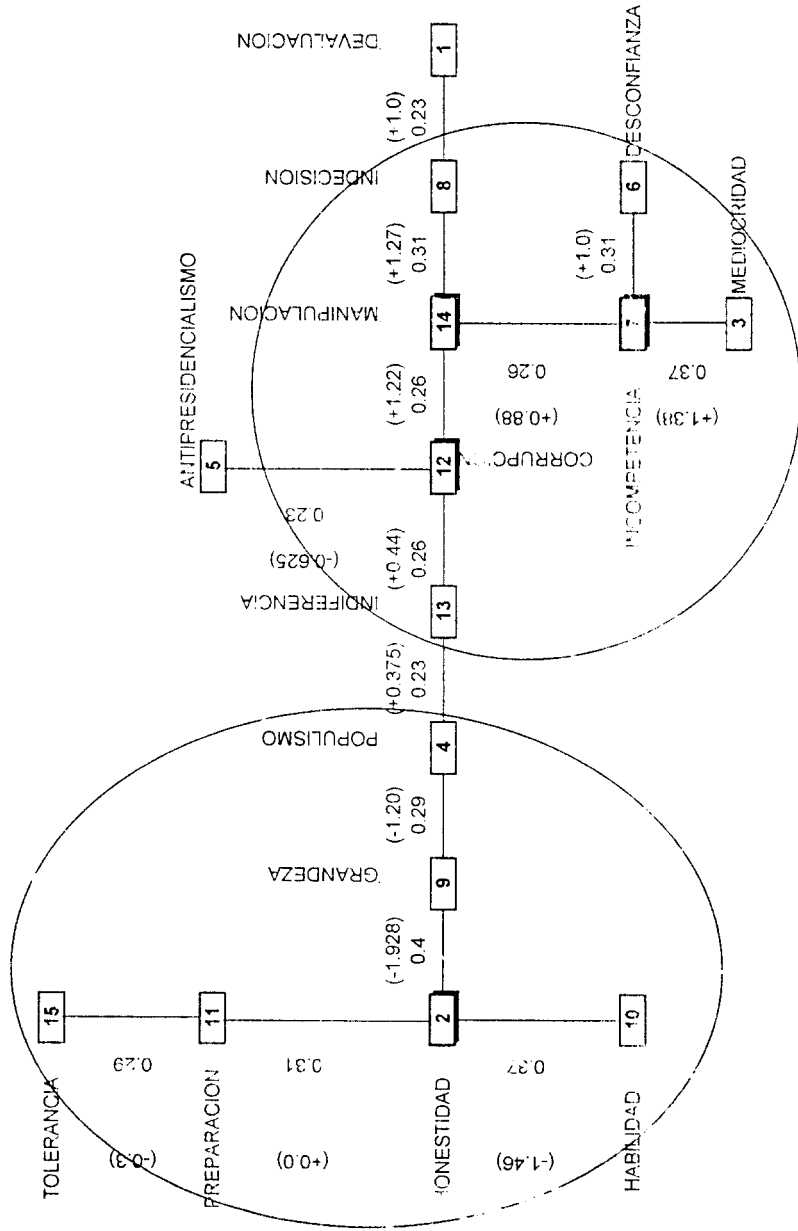
En cuanto a el grupo desfavorable, los descriptores del triángulo son: Indecisión, Manipulación e Incompetencia; el cual está enlazado a el cuadrado con Mediocridad, Desconfianza, Devaluación y Corrupción. El descriptor que queda fuera de esta relación es Antipresidencialismo

Con esto se puede decir que los descriptores que tienden a tener una evaluación más consistente son: Indecisión, Manipulación e Incompetencia, además regresando a el árbol máximo se puede observar que el descriptor Indecisión aparece unido a Manipulación con el valor más alto (0.49), del cual sigue Incompetencia con un valor de 0.37.

Con esto se confirma que no existe una representación social de la figura del presidente de la República Mexicana, y que la evaluación está enfocada a la persona del actual presidente o en otro caso al sistema político, pues en trabajos sobre la caracterización de la política (O. Cerda, 1996) aparecen estos mismos descriptores

ARBOL MAXIMO

VARIABLE: 4.12  
 CORTE: 0.23  
 GRUPO: EBC  
 SEXO: MASCULINO  
 n: 35



## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### Árbol máximo (sexo: Masculino)

Lo que se observa es que al igual que el árbol máximo del grupo femenino, este se encuentra dividido en dos bloques, y a diferencia del primero, fuera de los bloques están los descriptores Antipresidencialismo y Devaluación.

En el primer bloque se encuentran los descriptores Honestidad conectado con Grandeza, Habilidad y Preparación; en donde Honestidad tiene el mayor número de conexiones, pues a él están asociados los otros elementos. Es importante mencionar que estos descriptores también forman el grupo favorable dentro del árbol del sexo femenino, aunque en ese el descriptor Grandeza es el que está a la cabeza.

En el segundo bloque, se presentan los descriptores Manipulación e Incompetencia conectados a Corrupción, Indecisión, Desconfianza y Mediocridad. En este caso Manipulación e Incompetencia aparecen con el mayor número de conexiones. Al igual que en el grupo femenino, el descriptor Antipresidencialismo es una característica positiva y la catalogaron como negativa.

Nótese que a diferencia del árbol del grupo femenino los descriptores Devaluación y Antipresidencialismo quedan fuera del bloque. Además el descriptor Incompetencia aparece en ambos casos como núcleo.

De igual forma que en el grupo femenino, en el masculino el árbol se encuentran los descriptores favorables sobre el Presidente de la República en el primer bloque y en el segundo bloque aparecen los descriptores desfavorables.

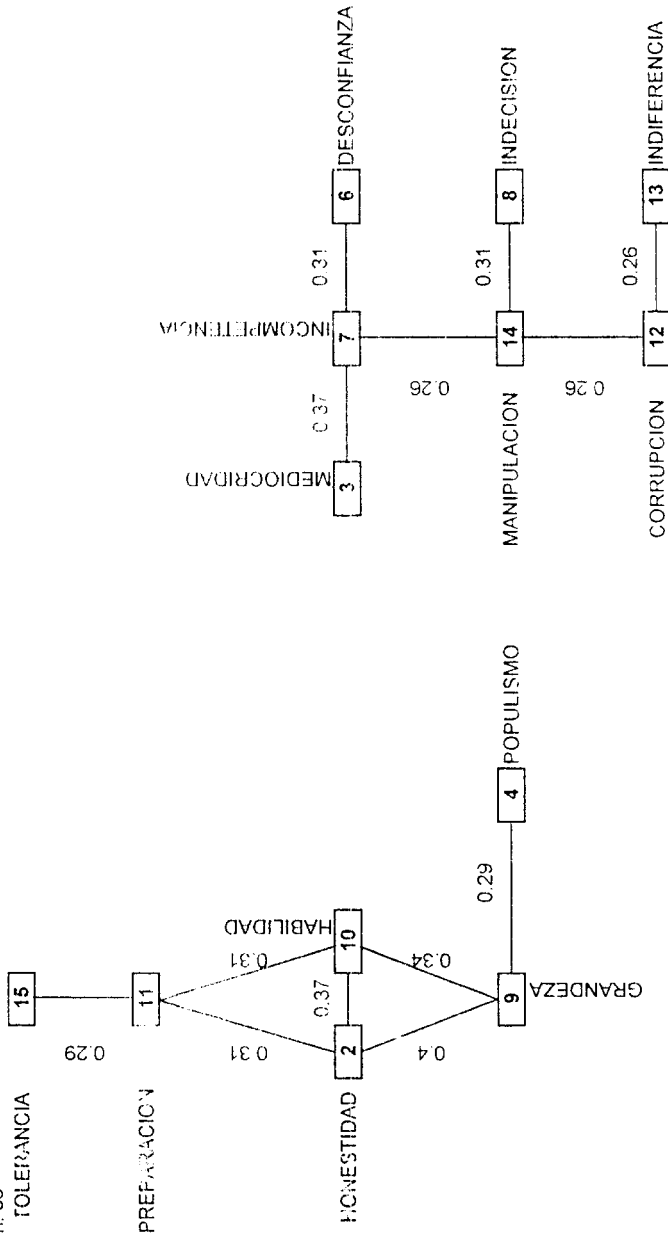
Lo interesante en la separación de estos bloques es que al igual que en el grupo femenino el descriptor en donde se encuentra el corte es Populismo, sin embargo en este caso el descriptor queda dentro del bloque favorable.

De esto, en primera instancia se puede inferir que el grupo masculino se orienta a caracterizar al Presidente de la República con el descriptor Incompetencia, Manipulación y Corrupción, los cuales mantienen las relaciones más estrechas con los descriptores Desconfianza, Mediocridad, Indecisión e Indiferencia.

Al igual que para las mujeres, los hombres no evalúan una representación social, lo que confirma que no existe una representación de la figura del presidente de la República Mexicana, sino que más bien hombres y mujeres de la Escuela Bancaria y Comercial, están caracterizando dicho tema enfocado a la persona del actual presidente, por lo tanto hacen una evaluación devaluativa.

CLIQUE

CORTE: 0.23  
 GRUPO: EBC  
 SEXO: MASCULINO  
 n: 35  
 TOLEIRANCIA





## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### Clique (Sexo masculino)

El Clique de este grupo muestra en el grupo favorable un rombo el que esta conformado por los siguientes descriptores: Honestidad, Grandeza, Habilidad y Preparación, quedando fuera de este los descriptores Populismo y Tolerancia. Nótese que son los mismos descriptores que se encuentran en el Clique del grupo femenino.

Por otra parte, los descriptores desfavorables no forman ningún Clique.

Con esto es posible decir que los descriptores desfavorables no tienen una fuerte consistencia entre sí, sin embargo son ellos los que están caracterizando al presidente de la República.

En este caso, las respuestas de los hombre al igual que las de las mujeres confirman que no existe una representación social de la figura del presidente de la República Mexicana, y que la evaluación está enfocada a la persona del actual presidente.

Los resultados de la aplicación de este primer instrumento llevaron a la conclusión de realizar otro instrumento enfocado al ideal del presidente de la Republica Mexicana.

De acuerdo a la aplicación del segundo instrumento, los resultados obtenidos se muestran a continuación.

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

### ***b) Segundo instrumento***

IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

"r" de Pearson

SEXO: FEMENINO

	1	2	3	4	5	6
1	1.0000	<b>0.6394</b>	0.2260	0.3734	0.4931	0.4409
2		1.0000	0.3405	0.4952	<b>0.6103</b>	<b>0.7024</b>
3			1.0000	0.3734	0.3734	0.3832
4				1.0000	<b>0.6996</b>	<b>0.6802</b>
5					1.0000	<b>0.8111</b>
6						1.0000

DONDE:

- 1.- Un poquito más humano hacia el pueblo.
- 2.- Tener carácter, más decisión.
- 3.- Que tenga experiencia en puestos políticos.
- 4.- Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación.
- 5.- No debe dejarse corromper por el poder que tiene.
- 6.- Conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo.

ITEMS	INTERPRETACIÓN	VALOR
5 - 6	El presidente no debe dejarse corromper por el poder que tiene y debe conocer a la gente, saber lo que necesita.	0.8111
2 - 6	Además de conocer a la gente y saber lo que necesita el pueblo el presidente debe tener carácter y más decisión.	0.7024
4 - 5	Si el presidente toma en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación, no se dejará corromper por el poder que tiene.	0.6996
4 - 6	Las mujeres piensan que para tomar decisiones que mejoren la situación es indispensable saber lo que necesita el pueblo.	0.6802

Resumiendo, se puede deducir que las mujeres de la Escuela Bancaria y Comercial consideran que las características más importantes que debe tener el próximo presidente de la República Mexicana, son: Conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo; No dejarse corromper por el poder que tiene; Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación; y Tener carácter y más decisión.

IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

"r" de Pearson

SEXO: MASCULINO

	1	2	3	4	5	6
1	1.0000	0.3982	0.2756	0.6224	0.3169	0.2422
2		1.0000	0.5267	<b>0.7412</b>	<b>0.8554</b>	<b>0.8023</b>
3			1.0000	0.6224	0.6293	0.6399
4				1.0000	<b>0.8183</b>	<b>0.7726</b>
5					1.0000	<b>0.8946</b>
6						1.0000

DONDE:

- 1.- Un poquito más humano hacia el pueblo.
- 2.- Tener carácter, más decisión.
- 3.- Que tenga experiencia en puestos políticos.
- 4.- Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación.
- 5.- No debe dejarse corromper por el poder que tiene.
- 6.- Conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo.

ITEMS	INTERPRETACIÓN	VALOR
5 - 6	El presidente no debe dejarse corromper por el poder que tiene y debe conocer a la gente, saber lo que necesita.	0.8948
2 - 5	Los hombres piensan que si el presidente tiene carácter y decisión no debe dejarse corromper por el poder.	0.8554
4 - 5	Si el presidente toma en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación, no se dejará corromper por el poder que tiene.	0.8183
2 - 6	Además de conocer a la gente y saber lo que necesita el pueblo el presidente debe tener carácter y más decisión.	0.8023

De todo esto, se puede decir que al igual que las mujeres, los hombres de la E. B. C. consideran que las características más importantes que debe tener el próximo presidente de la República Mexicana, son: Conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo; No dejarse corromper por el poder que tiene; Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación; y Tener carácter y más decisión.

CUADRO DE RESULTADOS

?Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

REACTIVOS		Promedios	Desv. estándar	Promedios	Desv. estándar
		MUJERES		HOMBRES	
1-	Un popuito más humano hacia el pueblo.	8.1167	2.2929	7.6000	2.5325
2-	Tener carácter, más decisión.	8.9500	2.3392	8.9500	2.2656
3-	Que tenga experiencia en puestos políticos.	8.8500	1.7352	8.6000	1.7583
4-	Que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar la situación.	3.8333	2.2481	8.7167	2.1714
5-	No debe dejarse corromper por el poder que tiene.	9.3333	1.6740	9.2833	1.8964
6-	Conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo.	9.3667	1.8683	9.3333	1.4920

Lo que muestra el presente cuadro, es que el promedio más alto en ambos sexos, lo tiene el reactivo 6, o sea, los estudiantes de la Escuela Bancaria y Comercial, consideran como característica más importante del próximo presidente, que debe conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo. Cabe mencionar que en la "r" de Pearson, este reactivo es el que más se correlaciona con los demás. Así mismo, se puede ver que la variación en sus respuestas es muy baja, lo que significa que son consistentes.

Otra de las características que hombres y mujeres consideran importante, para el próximo presidente, es la de No dejarse corromper por el poder que tenga, ya que este reactivo obtiene un promedio alto y una desviación baja, además en la correlación también aparece con puntajes altos.

Por otro lado, tanto las mujeres como los hombres consideran como algo importante que el presidente del próximo sexenio tenga experiencia en puestos políticos. Esto se comprueba al observar que el promedio es alto y la variación es una de las más bajas, lo cual significa que sus respuestas son muy consistentes. Sin embargo, es importante mencionar que en la correlación este reactivo aparece con puntajes muy bajos, lo que indica que al relacionarlo con otra característica, este pierde importancia.

Otro dato importante, es que el reactivo 2 y el 4, que en la correlación aparecen con puntajes altos, al evaluarlos aisladamente, tanto hombres como mujeres tienen variación en sus respuestas, aunque sus promedios sean altos. Entonces se puede decir que tener carácter, decisión y tomar decisiones para mejorar la situación, son características que adquieren importancia al relacionarse con otras, sin embargo, al evaluarse solas no son las más importantes.

### CAP. IV "CONCLUSIONES"

Al inicio de la investigación se planteaba que el objetivo era saber ¿de qué se forma una imagen política presidencial?

Pues bien para poder dar respuesta a esta interrogante se llevó a cabo el siguiente recorrido:

- 1) El estudio de la imagen política presidencial llevó en primera instancia, a realizar un cuestionario de asociación libre con el tema "El Presidente de la República". Los datos obtenidos de esta aplicación arrojaron que los estudiantes de la EBC (Escuela Bancaria y Comercial) de la ciudad de México, estaban relacionando el tema con Ernesto Zedillo Ponce de León (actual presidente de la República Mexicana); apareciendo adjetivos como: incompetente, manipulado, corrupto y demagogo entre otros, (ver pág. 27)

Ante esta situación surgió la interrogante de saber si existía o no una representación social del Presidente de la República como figura.

- 2) Para encontrar la respuesta, se aplicó un cuestionario de caracterización (construido con base en la información antes obtenida), pero en lugar de usar los adjetivos como calificativos de la persona, se utilizaron como términos; por ejemplo, incompetente cambio a incompetencia. (ver pág. 29).

A los resultados que se obtuvieron se les aplicó la técnica de análisis de similitud obteniendo así lo siguiente:

- a) El árbol máximo del sexo femenino muestra que las mujeres enlazan manipulación, indecisión, incompetencia y mediocridad con los índices de similitud más altos, para caracterizar al Presidente de la República, (ver pág. 41).
- b) Por otro lado, el árbol máximo del sexo masculino muestra que los hombres al igual que las mujeres, utilizan los descriptores: incompetencia, mediocridad, manipulación y desconfianza para caracterizar al presidente, aunque difieren de las mujeres en cuanto al valor de los índices de similitud, (ver pág. 45).

Estos resultados dejaron vislumbrar que los estudiantes seguían relacionando al actual presidente con el tema, por lo tanto, se deduce que no tienen una representación social del Presidente de la República como figura institucional.

Se puede decir que los estudiantes hacen uso de representaciones sociales como la de la política (Rodríguez, 1996) para describir al Presidente, pero no existe una representación social de él.

- 1) Debido a los resultados antes obtenidos, se tomó la decisión de indagar sobre el ideal del próximo Presidente de la República. Esta tercera etapa se llevó a

## IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

cabo realizando entrevistas abiertas, iniciándolas con la pregunta, ¿cómo debería ser el Presidente de la República Mexicana del próximo sexenio? Lo que dio por resultado frases como: "una persona honrada, honesta consigo misma y con los demás", "no dejarse manipular por la gente de más arriba", y "que tuviera mucha ética y mucha moral", entre otras, (ver anexo 2).

El siguiente paso fue hacer un análisis de contenido a estos datos para construir un cuestionario de actitudes y corroborar o no lo antes observado.

- 2) El cuestionario de actitudes quedó formado por seis frases (de acuerdo a las dimensiones de la actitud: evaluativa, cognitiva y conductual), dos por cada dimensión, (ver pág. 37).

Lo que se obtuvo de esta aplicación fue analizado mediante "r" de Pearson, arrojando lo siguiente:

- a) La correlación más alta (0.8111) que aparece en el cuadro del sexo femenino es la que une "no dejarse corromper por el poder que tiene" con "debe conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo". En orden de importancia siguen a ésta correlaciones como "conocer a la gente" con "tener más carácter y decisión" y "tomar decisiones para mejorar la situación" con "no dejarse corromper por el poder", entre otras. Así mismo, el reactivo que obtiene el promedio más alto (9.3667) y una variación baja (1.8683) es "conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo". Con lo que se puede decir, que las mujeres consideran esto como lo más importante, (ver pág. 50, 52).
- b) En el cuadro del sexo masculino no existe gran diferencia respecto al grupo femenino, pues la correlación más alta (0.8946) une "no dejarse corromper" con "conocer a la gente". Seguido de esta, aparecen: "tener carácter" con "no dejarse corromper" y "tomar decisiones para mejorar la situación" con "no dejarse corromper", entre otras. En cuanto al reactivo que ocupa el promedio más alto (9.3333) con la variación más baja (1.4920), aparece "conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo". Lo que confirma que, los hombres al igual que las mujeres consideran este reactivo como lo más importante que debe tener el próximo Presidente, (ver pág. 51, 52).

Ahora bien, regresando al marco teórico, se tiene que:

Tomando como un universo a la representación social en la cual se encuentran subconjuntos como: actitudes, opiniones e imágenes. Donde las imágenes son un soporte de la comunicación y la representación social en tanto que proceso social solo aparece en grupos en los que el discurso incluye comunicación (que implica tanto puntos de vista compartidos como divergentes), es decir la representación social se articula en la comunicación social y estos puntos de vista compartidos o divergentes no son más que las opiniones y actitudes de las personas que pueden tener sobre un objeto en determinada situación.

## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

Dicho lo anterior, se puede concluir hipotéticamente diciendo que:

No existe una sola imagen política del próximo Presidente de la República, sino más bien, se puede hablar de las siguientes:

- 1- Imagen, en cuanto a prácticas y posición; que es lo que los estudiantes describen en los árboles como: incompetencia, mediocridad, corrupción, dinero, manipulación y desconfianza, entre otras. Y que es lo que ellos relacionan con el actual Presidente de la República Mexicana.
- 2- Imagen, en cuanto a símbolos; la cual se observa cuando los universitarios hablan del ideal del próximo Presidente de la República; mencionando que este, debe ser honesto, tener carácter y lo más importante debe conocer a la gente, saber lo que necesita el pueblo.
- 3- Imagen, en cuanto a intereses políticos; esta se refiere a la que mencionaban los constructores de imágenes (Gordoa y Alarzaki) al inicio del estudio, es decir se trata de construir una representación temporal que pueda ser vendida a un público. Un público que no es pasivo, pues ya se observó que dicho público tiene sus opiniones y actitudes respecto a dicho tema. Más bien se puede decir que existe un público activo; formado por grupos, individuos actitudes, opiniones y símbolos; en el cual se insertan estas imágenes entrelazándose entre sí.

Dado lo anterior, es factible decir que se confirma la hipótesis planteada al inicio de la investigación; es decir, las opiniones, actitudes y representaciones sociales forman parte de la imagen política presidencial.

Pues bien, hasta aquí se ha dado un pequeño paso en cuanto a la investigación sobre la formación de imágenes políticas se refiere; sin embargo el camino es largo y queda abierto para que posteriores trabajos complementen o refuten este estudio.

La pregunta que queda al aire es ¿la devaluación que caracteriza a la persona del actual Presidente, es realmente sobre él, o sobre el sistema político?



IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

A N E X O S

IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

ANEXO 1

MATRIZ SOCIOMÉTRICA

(Sexo: femenino)

.54 (2, 9)	.14 (12, 13)	.03 (14, 15)
.49 (8, 14)	.14 (1, 8)	
.43 (9, 10)	.14 (1, 14)	
.40 (2, 10)	.11 (9, 15)	
.37 (7, 8)	.11 (9, 13)	
.34 (9, 11)	.11 (7, 13)	
.34 (10, 15)	.11 (7, 11)	
.29 (7, 14)	.11 (6, 13)	
.29 (5, 7)	.11 (5, 9)	
.29 (3, 6)	.11 (5, 8)	
.29 (1, 6)	.11 (4, 5)	
.26 (5, 7)	.11 (4, 12)	
.26 (3, 12)	.11 (2, 6)	
.26 (2, 11)	.11 (11, 12)	
.26 (1, 11)	.11 (10, 14)	
.26 (1, 12)	.11 (1, 5)	
.23 (6, 12)	.11 (1, 2)	
.23 (5, 12)	.09 (5, 15)	
.23 (3, 7)	.09 (4, 8)	
.23 (4, 15)	.09 (4, 7)	
.23 (2, 4)	.09 (3, 11)	
.23 (13, 15)	.09 (11, 14)	
.23 (12, 14)	.09 (1, 7)	
.23 (11, 15)	.09 (1, 15)	
.23 (10, 11)	.06 (9, 12)	
.23 (1, 13)	.06 (8, 13)	
.20 (6, 7)	.06 (8, 10)	
.20 (5, 13)	.06 (7, 15)	
.20 (3, 8)	.06 (6, 9)	
.20 (3, 5)	.06 (5, 6)	
.20 (2, 15)	.06 (5, 10)	
.17 (5, 14)	.06 (3, 15)	
.17 (5, 11)	.06 (2, 13)	
.17 (4, 14)	.06 (12, 15)	
.17 (4, 10)	.06 (11, 13)	
.17 (3, 13)	.06 (1, 11)	
.17 (13, 14)	.06 (1, 10)	
.17 (10, 13)	.03 (9, 14)	
.17 (1, 4)	.03 (8, 9)	
.14 (8, 15)	.03 (8, 11)	
.14 (8, 12)	.03 (6, 11)	
.14 (7, 12)	.03 (6, 10)	
.14 (6, 8)	.03 (4, 14)	
.14 (6, 15)	.03 (3, 9)	
.14 (6, 14)	.03 (3, 4)	
.14 (4, 9)	.03 (2, 5)	
.14 (4, 11)	.02 (2, 3)	
.14 (3, 14)	.03 (2, 12)	

IMAGEN POLÍTICA PRESIDENCIAL

**MATRIZ SOCIOMÉTRICA**

(Sexo: masculino)

.40 (2, 9)	.14 (1, 10)	.03 (2, 7)
.37 (3, 7)	.11 (7, 13)	.03 (14, 12)
.37 (2, 10)	.11 (6, 10)	.03 (13, 7)
.34 (9, 10)	.11 (5, 7)	.03 (12, 15)
.31 (8, 14)	.11 (5, 6)	.03 (10, 12)
.31 (6, 7)	.11 (4, 10)	.03 (1, 9)
.31 (2, 11)	.11 (3, 9)	
.31 (10, 11)	.11 (2, 3)	
.29 (4, 9)	.11 (13, 14)	
.29 (11, 15)	.11 (11, 12)	
.26 (7, 14)	.11 (10, 13)	
.26 (12, 14)	.11 (1, 15)	
.26 (12, 13)	.09 (9, 14)	
.23 (9, 15)	.09 (8, 11)	
.23 (7, 8)	.09 (7, 9)	
.23 (5, 12)	.09 (6, 15)	
.23 (4, 13)	.09 (5, 10)	
.23 (4, 12)	.09 (4, 8)	
.23 (3, 6)	.09 (4, 7)	
.23 (1, 8)	.09 (3, 11)	
.23 (1, 6)	.09 (2, 8)	
.23 (1, 14)	.09 (2, 6)	
.23 (1, 13)	.09 (2, 5)	
.20 (8, 15)	.09 (2, 12)	
.20 (6, 8)	.09 (11, 13)	
.20 (6, 14)	.09 (10, 14)	
.20 (4, 15)	.09 (1, 2)	
.20 (3, 8)	.09 (1, 12)	
.20 (13, 15)	.09 (1, 11)	
.17 (8, 12)	.06 (9, 11)	
.17 (7, 12)	.06 (8, 13)	
.17 (6, 12)	.06 (8, 10)	
.17 (5, 9)	.06 (7, 15)	
.17 (5, 15)	.06 (7, 10)	
.17 (5, 14)	.06 (6, 13)	
.17 (5, 11)	.06 (5, 8)	
.17 (4, 11)	.06 (4, 14)	
.17 (3, 5)	.06 (3, 15)	
.17 (3, 13)	.06 (2, 4)	
.17 (2, 15)	.06 (2, 14)	
.17 (1, 5)	.06 (2, 13)	
.17 (1, 4)	.06 (14, 15)	
.14 (9, 13)	.03 (11, 14)	
.14 (6, 11)	.06 (1, 7)	
.14 (5, 13)	.03 (8, 9)	
.14 (4, 5)	.03 (7, 11)	
.14 (3, 4)	.03 (6, 9)	
.14 (3, 12)	.03 (4, 6)	
.14 (10, 15)	.03 (3, 14)	
.14 (1, 3)	.03 (3, 10)	

## ANEXO 2

### TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

#### ENTREVISTA 1

Sexo : Femenino

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Bueno, para mi opinión debería ser una persona recta, que tuviera los conocimientos para estar en ese puesto, que tuviera mucha decisión y carácter, que fuera, pues, muy constante en todo lo que hace, y... que tuviera mucha ética y mucha moral.

¿Qué significa ser recto, tener ética y ser moral?

Pues, no sé, que todo lo que haga lo haga... no se, en base a... a los principios que te enseñan, no sé en la escuela, porque en la escuela te enseñan todo muy recto, pero ya en la práctica ya cada quien toma su camino, entonces no sé, que, que todo sea apegado a no sé, no sé, a lo moral, pues no se, que este bien hecho, que no sea corrupción ni este, ni vicios de ahí del sistema.

¿Otras características que debería tener?

Pues, este, que estuviera, no sé, este... bueno ya preparado ya te lo dije, que tuviera no sé, mucha decisión, mucho coraje para hacer las cosas y no sé, que no se dejara manipular por no sé, por la demás gente de su alrededor.

¿Algo más?

No, nada más.

Gracias.

## ENTREVISTA 2

Sexo : Masculino

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Debería de ser, de entrada no ser del PRI (Partido Revolucionario Institucional), este, honesto, honrado, responsable y yo creo que pobre, para saber cuanto se roba.

¿Qué significa ser honrado, honesto?

Permitirse, permitirse una auditoria en cada periodo, externa obviamente, a través de no sé, algún despacho conocido o famoso o con reconocimiento...

¿Qué otras características debería tener?

Pues este... pues yo pienso que el presidente debe ser, o sea lo básico es eso, o sea, la honestidad y la lealtad ante el pueblo, no, o sea, yo siento que es lo básico, ¿no?, pues para mí sería lo indispensable.

¿Algo más que quieras agregar?

No, pues eso es difícil, que es difícil hablar del tema, es como hablar de cosas imposibles, se me hace.

Gracias.

### ENTREVISTA 3

Sexo : Masculino

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Honrado, totalmente honrado, consciente de la situación...

¿Qué significa ser honrado y consciente de la situación?

Honrado significa, no ganar más de lo que está en su nomina y consciente de la situación en México es que vea todos los problemas que hay, no, o sea, desde contaminación, robos, corrupción, policía, todo.

¿Qué otras características?

Sí, este, que haya estudiado economía en algo así como la UNAM (Universidad Nacional Autónoma de México), no, porque ya vimos que los extranjeros no nos sirven, entonces algo, algo más, más dentro del sistema.

¿Tú crees que estudiar economía sea algo primordial para ser presidente?

No es primordial pero si debe tener las bases, o sea, cómo vas a correr un negocio si no sabes de economía, yo creo que el negocio más grande en México es México ¿o no?

¿Algo más que quieras agregar?

No, gracias.

Gracias a ti.

#### ENTREVISTA 4

Sexo : Masculino

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Hijo, debería ser cien por ciento patriota porque este no nos apoya en nada, no, es muy, muy falso dentro de su puesto y yo siento que tiene que apoyar en todos los sentidos, no dejarse manipular por la gente de más arriba o por gente, pues por gente exterior que es la que más nos manipula.

¿Qué más?

Eh... debería ser nacionalista en verdad, preocuparse más por la educación, por tanta, por tanto, preocuparse más por tanto malinchismo que hay entre nosotros que preferimos otras cosas en lugar de, de, de resaltar todo lo que es nuestro, todas nuestras costumbres, toda nuestra educación que se está perdiendo, simplemente lo podemos en el respeto hacia las personas mayores, es un ejemplo de que, pues, no, estamos muy mal, la economía está nefasta, la verdad ya no alcanza para, para nada, para vivir decentemente no se puede.

¿En conclusión cuáles serían las características que debería tener?

En conclusión... fuerte en el aspecto de carácter, puede que debe ser un poquito más humano hacia el pueblo, debe ser un poquito más frío en sus decisiones, más recto, machismo más positivo y... sobre todo independiente.

¿Independiente, de quién o de qué?

Independiente en que no se deje manipular por nadie como te decía anteriormente, que, que sus decisiones de él, en cuanto a que vea las carencias del pueblo, lo que sea bueno o lo que sea malo de él.

Gracias.

## ENTREVISTA 5

Sexo : Masculino

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Pienso que debería ser una persona que tome en cuenta al pueblo, que tome en consideración todos aquellos aspectos que le sean de interés común a todos los ciudadanos, un ejemplo nada más por ponerte, el, el, la seguridad, el empleo, echarle más, este, más, no se, este por decir, propaganda a, a, estos aspectos.

Si definiras las características de él ¿cuáles serían?

¿Del próximo presidente?

Sí.

Bueno, en lo que viene siendo la realidad, posiblemente va a ser igual de corrupto, se va a estar aprovechando de, de, del pueblo, solamente para conseguir básicamente lo que es el poder, el tener dinero, poder controlar a todas aquellas personas que, que se puedan dejarse.

Sí, pero ¿cuáles deberían ser las características?

Bueno, que sea consciente, eh... que sea responsable, en no sé, que, que realmente tome en cuenta su papel, que es el de tomar decisiones por otros para mejorar, este, la situación.

¿Algo más que quieras agregar?

Pues, bueno básicamente que... que como va pasando el tiempo, yo creo que, que no va a existir ahorita ningún, ninguna persona que sea capaz para poder tomar, este, el papel de presidente porque esto ya se a salido del control de las manos, la corrupción ya no es solamente en una persona, sino en casi en todo el gobierno. Básicamente es eso.

Gracias.



## ENTREVISTA 6

Sexo : Femenino

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Debe ser hábil, inteligente y no debe dejarse... no sé, como te diré, no debe dejarse corromper por el poder que tiene, bueno eso es lo que yo pienso.

¿Qué es ser hábil e inteligente?

Hábil en el sentido de que pues pueda llevar la economía por él, por donde realmente se debe de llevar, o sea hábil e inteligente van de la mano, bueno al menos en mi opinión por que o sea a la hora de llevar, poder llevar determinados conceptos que se adecuen realmente a la economía que estamos viviendo ahorita, saberlos llevar con inteligencia y habilidad para que podamos salir del estancamiento en el que estamos en estos momentos.

¿En conclusión cuales son las características que debe de tener?

...Pues que sienta realmente un ...la Bandera, el patriotismo como debe ser, que pues, que no nada mas vea el enfoque global, no, sino que vea realmente los problemas desde el fondo, o sea que sea observador, que sea observador, que sea inteligente, que sea hábil y que sepa, o sea que sepa realmente lo que esta haciendo .

Gracias.

## ENTREVISTA 7

Sexo : Masculino.

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

¿Cómo debería ser? ¿en qué aspecto? Una persona preparada, una persona honesta con deseo de servir en todo, más que nada que tenga... conocimientos tanto en lo económico como en lo político.

¿Qué significa ser una persona preparada?

Preparada, pues más que nada que, la preparación va desde que tenga experiencia tanto en puestos políticos como que muy buen conocimiento en la toma de decisiones, que tenga un estudio elevado.

¿En que sería el estudio?

Tanto en lo económico, en finanzas, político.

¿Qué otras características?

Aparte de la honestidad, pues... un presidente está para servir, no para que le sirvan.

¿Algo más?

No.

Gracias.

## IMAGEN POLITICA PRESIDENCIAL

### ENTREVISTA 8

Sexo : Femenino.

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Que se preocupe realmente por el porvenir de la gente y no por el suyo... y que sea recto.

¿Y qué es ser recto?

Pues acatar las reglas y ver por la demás gente no nada más por su bolsillo.

¿Qué otras características debería tener?

Debe ser un profesionista, este, hay chin, para mí toda una persona honrada, honesta con sí mismo, con el país y con sus semejantes.

¿Estudios en qué debería tener?

Yo creo que sería a nivel político, económico, o sea, que tratará de abarcar todo, no....

¿Algo más?

No.

Gracias.

## ENTREVISTA 9

Sexo : Femenino.

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?

Bueno pues, en primera con más carácter... más decisión, esta bien que yo, yo entiendo que no puede hacer todo en seis años, no puede arreglar al país en seis años, pero yo digo que debe tener más carácter para decir se hace esto y se hace, no...

¿Qué es tener decisión?

¿Qué es tener decisión?... Bueno por decir si yo decido una cosa y o sea, tal vez no se pueda hacer en el momento, pero no dejarla a un lado, sino que tenerla presente siempre y en el momento que se pueda pues órale, o sea, hacerlo ya y no dejarlo a la deriva porque sino por eso luego no salen las cosas bien.

¿Qué otras características debe tener?

Que sea guapo, ¡hay sí!, este... pues que tenga personalidad, que se imponga, que donde se pare todo mundo diga ese el presidente, no, porque luego se ve, o sea, porque el actual presidente se ve así como muy común, o sea, sin pena ni gloria, o sea tiene que ser fregón, o sea, tiene que, lo que haga, tal vez como el Salinas, ahorita ya lo están criticando mucho pero en su momento se le aplaudió, porque en su momento hizo las cosas bien.

¿Algo más que quieras agregar?

No.

Gracias.

## ENTREVISTA 10

Sexo : Femenino.

¿Cómo debería ser el presidente de la República Mexicana del próximo sexenio?  
Pues... considero que con mucha más capacidad que, que el de los sexenios anteriores, no sé, creo que si, no, no ha resultado en no, no, no se han visto los resultados que se habían este, esperado, que se tenían esperado de, del presidente en muchos aspectos tanto, bueno políticos principalmente, pero no ha hecho lo que la, la gente ha había esperado o había hecho, o si había esperado.

¿Cómo debería ser para reunir esos requisitos?

Eh... mucho más preparado, mucho más líder, creo que es importante, considero que el actual presidente no reúne, bueno no tiene esas características de líder nato que independientemente a los, a los conocimientos, carrera, etc., etc., que deben reunir para llegar a ser presidente, creo que se debe de tener ese don de líder para llegar a ser un presidente, creo que se debe tener eso, ese don para jalar a la gente, para motivarla, para decirles "saben que, aunque estemos en el hoyo, pues vamos a echarle ganas" y viendo las situaciones, pues siempre salir adelante, yo creo que es importante ser líder.

De las características que tiene el actual presidente ¿crees que alguna es importante?

No tiene ninguna de las que necesitaría tener el presidente, mira tal vez en cuestión de... de preparación quizás y eso no podría yo evaluarlo al cien por ciento, no sé mucho de política, pero se ha visto no, a lo mejor si cumple algunos requisitos pero, como bueno, tener, no sé, cierta edad o cierto grado de escolaridad o equis que les piden, a lo mejor si, pero te digo, que sea lo indispensable para ser presidente de la República, quizá es importante pero, porque obviamente tienes que tener conocimientos, tienes que tener experiencia, conocer a tu país, conocer a la gente, conocer lo que necesita el pueblo, pero creo que este señor no, no cumple, sino con ninguna, con la mayoría de las características que yo considero son indispensables para llegar a ser presidente de la República.

¿Resumiendo, cuáles serían esas características que debe tener el próximo presidente?

Eh, eh...bueno la que te comente, tener el don de líder, tener mucha experiencia, saber lo que la gente necesita, estar consciente de las necesidades del pueblo, eh, eh... ahora si que no dar falsas esperanzas, no, como ya tiene uno la idea de que si llegas al poder ya no haces nada de lo que prometiste, entonces ser sincero para contigo mismo y para con los demás, mas que nada la sinceridad y la honestidad, yo creo que es lo mas ...

¿Algo mas ?

No.

Gracias.

MAJEN POLITICA PRESIDENCIAL

ANEXO 3

LABANA DE DATOS

SEXO: FEMENINO

SUJETOS	I T E M S					
	1	2	3	4	5	6
1	10	10	10	10	10	10
2	10	10	10	10	10	10
3	6	1	10	5	5	5
4	7	8	10	10	10	10
5	10	10	10	10	10	10
6	5	8	8	10	10	10
7	4	10	10	10	10	10
8	5	10	10	10	9	10
9	10	10	5	10	9	10
10	10	9	10	8	5	7
11	5	6	10	10	10	10
12	10	10	9	9	10	9
13	10	9	10	10	10	10
14	9	10	10	10	10	10
15	10	10	10	10	10	10
16	10	10	10	10	10	10
17	9	8	6	9	10	10
18	9	5	8	10	10	10
19	10	10	10	10	10	10
20	5	10	10	10	10	10
21	5	9	7	8	5	10
22	10	10	10	10	10	10
23	10	9	7	8	10	9
24	7	10	10	9	9	8
25	8	9	6	6	9	10
26	8	10	10	10	10	10
27	8	8	8	10	10	10
28	9	10	9	10	9	10
29	9	10	10	10	10	10
30	10	10	8	10	10	10
31	8	10	9	9	9	8
32	10	10	7	9	10	9
33	3	1	5	1	5	0
34	9	10	10	10	10	10
35	10	10	8	10	10	9
36	6	10	10	10	10	10
37	8	10	10	9	10	10
38	9	10	8	9	10	10
39	1	1	8	10	10	10
40	7	10	10	6	9	10
41	10	10	10	9	10	10
42	7	10	5	10	10	10
43	8	10	5	10	10	10
44	5	10	10	10	9	10
45	10	10	5	5	9	10
46	9	10	10	1	9	10
47	6	9	10	5	9	10
48	1	1	4	1	1	1
49	10	10	10	10	10	10
50	9	10	10	9	10	10
51	10	10	10	10	10	10
52	9	9	10	10	10	10
53	10	9	10	10	10	10
54	9	9	9	10	10	10
55	8	10	10	9	10	10
56	9	9	10	10	10	10
57	10	10	9	10	10	10
58	9	9	8	10	10	9
59	9	10	10	10	10	9
60	10	10	10	9	10	9
SUMA	487	537	551	533	560	562
PROMEDIO	8.1167	8.9500	8.8500	8.8833	9.3333	9.3637
DESVIACION ESTANDAR	2.2929	2.3392	1.7352	2.2481	1.5740	1.8683

SABANA DE DATOS

SEXO: MASCULINO

SUJETOS	I T E M S					
	1	2	3	4	5	6
1	10	10	7	9	10	10
2	9	10	9	10	10	10
3	10	10	10	10	10	10
4	5	10	10	9	10	10
5	6	9	9	9	10	10
6	10	10	8	10	10	9
7	8	10	10	10	10	10
8	10	10	9	10	10	10
9	10	10	9	10	10	10
10	3	2	10	10	10	10
11	10	10	10	10	10	10
12	10	9	10	9	10	9
13	10	10	9	10	10	9
14	10	10	8	9	9	9
15	9	9	10	6	10	10
16	10	10	9	10	10	10
17	6	10	10	10	10	10
18	5	10	9	10	10	10
19	7	3	3	2	4	3
20	10	10	10	10	10	10
21	9	10	10	10	10	10
22	5	10	8	8	10	10
23	10	9	5	5	10	10
24	5	5	8	7	5	6
25	1	10	10	5	10	10
26	4	10	10	10	10	10
27	4	10	10	10	10	10
28	2	10	6	10	10	10
29	5	10	7	10	10	10
30	5	1	6	0	2	5
31	10	9	8	7	8	10
32	10	10	8	10	10	10
33	10	9	10	7	10	10
34	2	1	3	2	1	3
35	10	9	9	10	9	10
36	7	6	8	8	9	8
37	5	10	8	10	10	10
38	8	10	9	10	10	9
39	8	8	9	9	9	8
40	10	10	9	9	10	10
41	5	10	5	6	10	10
42	6	10	10	10	10	10
43	9	10	10	10	10	9
44	8	9	10	9	10	9
45	4	4	5	5	5	6
46	6	10	7	10	10	10
47	7	9	9	8	10	9
48	5	10	9	10	10	10
49	10	10	6	9	10	10
50	8	9	8	10	10	10
51	8	9	10	9	9	9
52	10	10	10	9	9	9
53	10	10	10	10	10	10
54	9	9	9	9	9	9
55	8	10	10	10	10	10
56	10	9	9	9	9	9
57	8	10	10	10	10	10
58	10	10	9	10	10	9
59	8	10	10	9	10	10
60	9	10	10	9	10	10
SUMA	456	537	516	523	557	560
PROMEDIO	7.6000	8.9500	8.6000	8.7167	9.2833	9.3333
DESVIACION ESTANDAR	2.5325	2.2656	1.7583	2.1714	1.8964	1.4920

## **BIBLIOGRAFÍA**

- 1.- Abric, J. (1984). Prácticas Sociales y Representaciones, Puf, Franco.
- 2.- Bardin, L. (1986). Test. Análisis de resultados en un test de asociación de palabras: estereotipos y connotaciones. Akak, Madrid.
- 3.- González, L. (1984). Teoría de los Grafos en las Ciencias Sociales, UNAM, México, D.F.
- 4.- Kon, I. (1983). Psicología Social. Editorial Cartago de México, S. A..
- 5.- Lane, R. (1967). La opinión pública. Editorial Escorial, Barcelona.
- 6.- Morales, J. et al. (1995). Psicología Social. Editorial McGraw-Hill, Madrid.
- 7.- Moscovici, S. (1979). Psicología Social II. Editorial Paidós.
- 8.- Rivadeneira, R. (1987). La opinión pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio. Editorial Trillas, México.
- 9.- Rodríguez, C. (1995). Representación Social de la Jubilación. Tesis UAM-I, México.
- 10.- Thibault, A. (1973). Imagen y Comunicación. Editor Fernando Torres, Valencia.
- 11.- Young, K. (1980). La opinión pública y la propaganda. Editorial Paidós, Buenos Aires.

## **HEMEROGRAFÍA**

- 1.- Fichten, C. (1994). *Verbal and Nonverbal Communication Cues in Daily Conversations and Dating*. The Journal of Psychology. 6.
- 2.- Imágenes (1997, Mayo 28). El Universal.
- 3.- Puddifoot, J. (1996). *The Persuasive Effects of a Real and Complex Communication*. The Journal of Psychology. 4.
- 4.- Rodríguez, O. et al (1996). Caracterización Psicosocial de la Política. Dpto. de Sociología. Psicología Social. UAM-i, México.